

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Compulsive Buying

##### 1. Pengertian *Compulsive Buying*

Pembelian kompulsif atau disebut juga dengan *compulsive buying* menurut O'Guinn dan Faber adalah perilaku atau pola belanja yang repetitif sebagai respon utama pada peristiwa atau perasaan negatif yang muncul pada individu yang mana perilaku tersebut dapat menimbulkan akibat yang negatif bagi kehidupan seseorang<sup>1</sup>. Sedangkan menurut Elizabeth Edwards *compulsive buying* merupakan perilaku abnormal dalam berbelanja dan dalam hal pengeluaran dan pengelolaan keuangan yang dapat menyebabkan seseorang terjebak, tidak terkontrol, melakukan perbelanjaan secara berulang dan mengeluarkan uang diluar kemampuan sebagai cara untuk mengurangi perasaan negatif dari stres maupun kecemasan yang muncul pada dalam diri<sup>2</sup>.

Sedangkan menurut Black dan Gabel perilaku *compulsive buying* dicirikan pada seseorang yang memiliki dorongan yang tidak dapat dikendalikan untuk membeli suatu hal dan mereka (*compulsive buyer*) hanya akan merasa terpuaskan setelah melakukan transaksi. Selanjutnya

---

<sup>1</sup> Ratih Kumalasari, "Kecenderungan Perilaku *Compulsive Buying* pada Remaja Akhir di Samarinda", Ejournal Psikologi Fisip Unmul (2016) ISSN 2477-2674, 363.

<sup>22</sup> Ibid.

pendapat dari Mc Elroy mengungkapkan bahwa pelaku dari *compulsive buying* atau disebut dengan *compulsive buyer* mengalami ketertarikan untuk secara terus menerus berbelanja, tidak terkendali dan biasanya para *compulsive buyer* membeli diluar kemampuan keuangannya. Pendapat lain diungkapkan oleh Christenson *compulsive buying* merupakan pembelian yang tidak dapat dikendalikan dan dilakukan untuk meringankan ketegangan<sup>3</sup>.

Pembelian kompulsif atau *compulsive buying* ini terjadi diakibatkan karena adanya perasaan negatif atau perasaan tidak nyaman yang muncul dalam diri seseorang (*compulsive buyer*). Ketidaknyamanan yang muncul yang dirasakan tersebut mengalihkannya dengan kegiatan berbelanja baik secara *online* maupun *offline*. Karena pada dasarnya belanja merupakan salah satu kegiatan yang dapat memunculkan perasaan senang individu dalam jangka waktu yang pendek, tetapi untuk jangka waktu yang panjang dapat berakibat buruk bagi kesehatan psikologis maupun bagi kesehatan finansial.

Awalnya berbelanja merupakan kegiatan jual beli yang bertujuan sebagai kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia mulai dari kebutuhan primer, sekunder dan kebutuhan tersier. Namun kini belanja telah menjadi trend dan kebiasaan baru dikalangan masyarakat, khususnya dikalangan mahasiswa. Menurut Dittmar (2005) pada masa kini belanja

---

<sup>3</sup> Jonathan S Abramowitz & Arthur C Houts, "Series in Anxiety and Related Disorders- Concepts and Controversics in Obsessive Compulsive Disorder", New York: Inc (2005).

bukan lagi sebagai kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan hidup saja namun juga sebagai kegiatan untuk mengatasi emosi atau perasaan negatif yang muncul, membangun relasi dengan orang lain juga membangun identitas diri. Yang mulanya sebagai pemenuhan kebutuhan, lalu menjadi salah satu pilihan cara dalam mengatasi perasaan tidak menyenangkan lalu dari waktu ke waktu belanja menjadi respon utama seseorang dalam menghadapi dan mengatasi peristiwa atau perasaan tidak menyenangkan.

Menurut beberapa ahli, ciri-ciri dari perilaku *compulsive buying* menurut O'Guinn dan Faber bahwa terdapat lima ciri utama dari perilaku *compulsive buying* diantaranya : (1). Hilang kontrol dalam diri atau hasrat keinginan berbelanja; (2). Munculnya perasaan stres akibat dari persepsi oranglain tentang perilaku konsumtifnya; (3). Muncul ketegangan yang dirasakan saat tidak melakukan kegiatan berbelanja; (4). Perasaan senang atau bahagia muncul ketika melakukan transaksi pembelian; dan (5). Menggunakan uang tunai maupun kartu kredit secara irasional<sup>4</sup>.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa perilaku *compulsive buying* merupakan respon dari kondisi psikologis yang dapat dicirikan dengan adanya dorongan kuat dan tidak terhankan untuk membeli sesuatu, melakukan pembelian dengan cara repetatif atau secara berulang demi

---

<sup>4</sup> Elviana Fitri Rangkuti et al, "Hubungan *self-Esteem* dengan Perilaku *Compulsive Buying* pada Remaja Anggota Hansamo", Universitas Islam Bandung. 25.

mendapatkan kepuasan diri, melakukan pembelian secara terus menerus atas respon perasaan atau peristiwa yang tidak menyenangkan atau mengurangi atau bahkan menghilangkan sementara ketegangan, dan pembelian tersebut termasuk dalam pembelian yang tidak normal diluar kemampuan finansialnya.

## 2. Tipe-tipe Pelaku *Compulsive Buying*

*Compulsive Buying* atau pembelian kompulsif yang dikembangkan oleh Edwards mengklasifikasikan tingkatan pada pembeli kompulsif dalam berbelanja, terdapat lima tingkatan pembelian kompulsif menurut Edwards, yakni:

- 1) *Non-compulsive level*, yakni Individu yang membeli atau berbelanja sesuai dengan barang-barang yang dibutuhkannya saja.
- 2) *Recreational spending level*, yakni pembelian pada individu yang berbelanja disaat atau pada waktu tertentu saja untuk menghilangkan stres atau merayakan sesuatu.
- 3) *Low (borderline) level*, yakni individu pada tingkatan ini berada dalam tingkatan belanja diantara *recreational level* dan medium (*compulsive*) level.
- 4) *Medium (compulsive) level*, yakni sebagian besar konsumen atau individu berbelanja digunakan untuk menghilangkan stres atau kecemasan yang muncul pada dirinya.
- 5) *High (addicted) level*, yakni sama dengan tingkatan *medium* pembeli atau konsumen dalam tingkat belanja ini menggunakan

berbelanja sebagai penghilang rasa cemas, namun individu pada tingkatan ini memiliki perilaku yang ekstrem dalam berbelanja sehingga dapat menimbulkan kesulitan gangguan yang serius pada kehidupan sehari-harinya<sup>5</sup>.

### 3. Tahap-tahap *Compulsive Buying*

Menurut Black *compulsive buying* diidentifikasi kedalam empat fase, yakni<sup>6</sup>:

#### 1) *Anticipation*

Tahapan pertama dari perilaku *compulsive buying* yakni timbulnya pemikiran ataupun dorongan untuk memiliki suatu barang ataupun suatu aktivitas berbelanja secara umum.

#### 2) *Preparation*

Tahapan selanjutnya yakni individu menyiapkan hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas belanjanya, seperti memilih toko mana atau lokasi mana, pakaian apa yang akan dikenakan pada saat keluar untuk berbelanja, dan mempersiapkan penggunaan uang atau bahkan penggunaan kartu kredit.

#### 3) *Shopping*

Tahapan ketiga dari perilaku *compulsive buying* yakni aktivitas berbelanja itu sendiri, aktivitas aktual dari berbelanja dimana akan

---

<sup>5</sup> Laili Kurnia, "Hubungan Antara *Self Esteem* dan *Compulsive Buying* Pada Wanita Dewasa Muda". Skripsi Universitas Indonesia Fakultas Psikologi. 2012. 11.

<sup>6</sup> Black, "A review of of *Compulsive Buying Disorder*" *official Journal of The world Pssychiatric Association*. PMCI 1805733.

timbul perasaan senang ketika sedang berbelanja kemudian seseorang yang berbelanja akan membagikan kepada lingkungan sekitarnya untuk mendapatkan pengakuan atau ingin seseorang kagum kepadanya.

#### 4) *Spending*

Tahapan terakhir yakni fase setelah berbelanja dimana individu merasa bersalah, kecewa dengan apa yang telah ia lakukan bahkan hingga merasa malu. Difase ini seseorang akan mulai mencari-cari kelebihan uang atau mencoba untuk berhutang atau seorang *compulsive buyer* akan merasa kekurangan secara finansial demi dapat terus berbelanja.

#### **4. Aspek-Aspek Perilaku *Compulsive Buying***

Menurut Edwards berpendapat bahwa aspek-aspek dari *compulsive buying*, yaitu<sup>7</sup>:

##### 1) *Tendency to spend*

Pada aspek ini ditandai dengan banyaknya pembelian yang dilakukan secara berulang atau repetitif dan dilakukan secara berlebihan atau disebut dengan “periode dalam berbelanja”.

##### 2) *Compulsion / drive to spend*

Pada aspek kedua ini mengukur tingkat dorongan yang terdapat dalam diri individu, tingkat dorongan dalam diri meliputi

---

<sup>7</sup> Shelvyana Rhajani Ekasari, “Hubungan Antara *Self Esteem* dengan *Compulsive Buying* Pada Mahasiswa Dewasa Awal Universitas Mercu Buana Yogyakarta”.12.

perasaan positif, tindakan kompulsif, dan impulsivitas dalam berbelanja serta bagaimana pola pembelian pada individu.

3) *Feeling (joy) about shopping and spending*

Pada aspek ini akan muncul perasaan-perasaan bahagia ketika melakukan aktivitas berbelanja, individu atau pelaku dari pembelian kompulsif cenderung akan merasakan rasa senang atau bahagia saat sedang berbelanja.

4) *Dysfunctional spending*

Pengeluaran uang yang tidak sesuai dengan fungsinya, sehingga pada aspek ini akan menggambarkan masalah apa saja yang akan muncul contoh masalahnya yakni perilaku berhutang demi membeli barang yang diinginkan.

5) *Post-purchase guilt*

Pada aspek ini akan menggambarkan perasaan menyesal setelah berbelanja, dimana individu merasakan penyesalan, malu dan bersalah karena telah melakukan pembelian yang berlebihan dan berlebihan dalam mengeluarkan uang. Sehingga disaat kebutuhan yang sebenar-benarnya muncul mereka tidak dapat memenuhinya atau bahkan dapat menimbulkan masalah baru dari perilaku belanja tersebut.

## 5. Indikator Perilaku *Compulsive Buying*

Menurut Dittmar, indikator dari perilaku *compulsive buying* dibedakan menjadi tiga<sup>8</sup>, yakni sebagai berikut:

### 1. *Carrying on Despite Adverse Consequencess*

*Carrying on Despite Adverse Consequences* adalah pembelian yang berlebihan tanpa mempertimbangkan akibatnya di masa mendatang. Pada indikator ini, *compulsive buyer* akan terus menerus melakukan kegiatan belanjanya atau melakukan pembelian secara berlebihan dan repetitif dan terkadang barang yang dibeli sedang tidak dibutuhkan atau barang yang dibeli hanya karna rasa penasaran atau hanya keinginan sesaat. Pada indikator ini juga pelaku dari pembelian yang kompulsif akan menghabiskan sebagian besar uang bahkan seluruh uangnya sekaligus.

### 2. *Loss of Control*

Hilangnya kendali adalah indikator kedua dalam pembelian kompulsif. Kehilangan kendali atau hilangnya kontrol dalam melawan dorongan untuk tidak berbelanja, misal jika orang normal berfikir iya atau tidak sebelum membeli suatu barang maka pada pelaku *compulsive buying* keinginan berbelanja secara tiba-tiba muncul dan tidak terkendali untuk membeli sesuatu.

---

<sup>8</sup> Devy Christa Dyanti, "Hubungan Antara *Compulsive Buying* dengan Perilaku Berhutang (Studi kasus pada ibu-ibu perumahan angkatan udara di Madiun)". *Jurnal Inovasi Manajemen Bisnis Akuntansi* Universitas PGRI Madiun. 11350.



Pada indikator ini menurut para *compulsive buyer* mereka merasa bahwa hari itu berat tanpa belanja karena mereka setiap hari membutuhkan perasaan yang menyenangkan yang diperoleh dengan kegiatan berbelanja. Apalagi bila kegiatan berbelanja ditunjang dengan adanya kartu kredit atau dengan fitur *paylater* yang ditawarkan oleh *e-commerces*.

### 3. *Irresistible Impulsive*

Indikator ketiga yakni *irresistible Impulsive* atau keinginan yang tidak tertahankan, menurut O'Guinn dan Faber indikator ketiga dalam *compulsive buying* adalah sebuah ketidakmampuan seseorang dalam mengendalikan dorongan untuk membeli sesuatu, misalnya pada akhir bulan terdapat sisa uang maka para pelaku pembelian kompulsif akan merasa ingin menghabiskannya dan mulai muncul rasa ingin yang tidak tertahankan untuk menggunakan uang tersebut segera.

## 6. **Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Perilaku *Compulsive Buying***

Penyebab terjadinya perilaku *compulsive buying* pada seseorang atau pencetus terjadinya perilaku pembelian kompulsif disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya yakni mudahnya akses berbelanja seperti banyaknya *e-commerces* atau *online shopping* yang menawarkan berbagai produk yang unik dan harga lebih murah dibandingkan harga dipasaran ditambah lagi dengan banyaknya penawaran fitur *paylater* sehingga dapat membuat penggunaanya semakin terdorong untuk

melakukan pembelian yang konsumtif . berikut faktor-faktor yang dapat memicu atau mendasari seseorang melakukan pembelian kompulsif:

a) Faktor Internal

Terdapat berbagai faktor Internal atau faktor psikologis dalam diri seseorang yang dapat memicu terjadinya perilaku *compulsive buying* pada seseorang, seperti sikap dan keyakinan (*locus of control*), konsep diri, pengalaman dan juga kepribadian seseorang. Dalam berbagai kasus *compulsive buying* yang terjadi kerap dikaitkan dengan kecemasan. Menurut Edwards kecemasan dan ketidakstabilan emosi pada seseorang merupakan faktor utama pemicu terjadinya perilaku *compulsive buying*, dengan melakukan aktivitas berbelanja individu akan merasa berhasil dalam menghilangkan kecemasan yang muncul dalam dirinya, sehingga lambat laun seseorang akan secara terus menerus menggunakan cara tersebut untuk menghilangkan rasa cemas, stres dan bahkan berbagai perasaan negatif lainnya yang muncul untuk menghasilkan perasaan senang sementara dengan cara berbelanja dan mendorong individu untuk terlibat pada aktivitas berbelanja yang berlebihan dan dilakukan secara terus-menerus<sup>9</sup>.

Selain kecemasan, menurut Zimbarda dalam jurnal yang ditulis oleh Neill pada tahun 2006 kontrol dalam diri memiliki kedudukan yang sangat penting dalam kasus *compulsive buying*. Seseorang yang tidak

---

<sup>9</sup> Dittmar H, "A New Look at Compulsive Buying: Self Discrepancies and Matrealistic values as Predictors of Compulsive Buying Tendency", *Journal of social and clinical psychology*, 24. 832.

dapat mengendalikan diri sendiri sangat mudah terpengaruh oleh dunia luar dalam mengambil setiap keputusannya salah satunya yakni keputusan dalam berbelanja.

Zimbarda membagi *locus of control* menjadi dua bagian yakni internal dan eksternal. Yang mana *locus of control* internal dapat terjadi pada seseorang apabila seseorang tersebut sedang mengalami perasaan juga peristiwa yang tidak menyenangkan bagi dirinya, sehingga dengan perasaan negative tersebut seseorang akan memutuskan untuk berbelanja tanpa berfikir apakah akibat atau dampak yang akan timbul setelahnya. Selanjutnya *locus of control* eksternal terjadi apabila seseorang memiliki kesempatan untuk berperilaku pembelian kompulsif seperti penggunaan kartu kredit/*paylater* sehingga dengan adanya kesempatan ini membuat seseorang berkesempatan dalam menghambur-hamburkan uang dengan cara yang mudah menjadikan individu tersebut pelaku dari *compulsive buying* atau *compulsive buyer*<sup>10</sup>.

Konsep diri juga mempengaruhi seseorang dalam perilaku belanjanya dan bagaimana cara memandang dirinya sendiri. Terkadang konsep diri yang rendah akan bermasalah pada *self-esteem* dan kepercayaan diri yang rendah akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku *compulsive buying* dan juga dapat mempengaruhi

---

<sup>10</sup> James Neill, “*What is Locus of Control?*” diakses pada tanggal 4 februari 2021 pukul 20.28 WIB. Diakses melalui [www.widerdom.com/psychology/loc/LocusOfControlWhatsis.html](http://www.widerdom.com/psychology/loc/LocusOfControlWhatsis.html)

pandangan seseorang dalam mengambil keputusan ketika akan berbelanja.

b) Faktor Eksternal

1. Keluarga

Keluarga adalah lembaga sosial yang memiliki pengaruh dalam pembentukan sikap juga perilaku seseorang. Seperti halnya pembentukan keyakinan dan pengambilan keputusan<sup>11</sup>. Misal perilaku belanja dari orangtua dapat mempengaruhi perilaku berbelanja pada anak-anaknya melalui pola *modelling* yang mana anak-anak menyerap perilaku tersebut sebagai kebiasaan untuk dapat beradaptasi apabila terjadi kecemasan pada seseorang.

Selain kebiasaan dalam berbelanja, struktur keluarga keutuhan anggota keluarga juga mempengaruhi perilaku *compulsive buying*, misalnya perceraian, komunikasi antar keluarga yang kurang atau komunikasi yang buruk, dan keluarga yang tidak harmonis dapat memicu penyebab seseorang menjadi seorang yang berperilaku kompulsif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ristianawati, Ristianawati menjelaskan bahwa Anak-anak yang dibesarkan dalam struktur keluarga yang tidak utuh anak-anak tersebut cenderung lebih memungkinkan untuk melakukan *compulsive buying* dibandingkan dengan anak yang berasal dari keluarga yang utuh<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Sumartono, Terperangkap Dalam Iklan, (Bandung: Alfabeta 2002). 105.

<sup>12</sup> Ristianawati Dwi, "Pengaruh *Family Structure* Terhadap Materialisme dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan I tahun 4, No.3.2011*. 72

Selain keharmonisan dalam keluarga, keberadaan sumberdaya pada suatu keluarga seperti halnya *tangible* (uang, makanan, pakaian), maupun berupa *intangable* (perhatian, kasih sayang dan bimbingan dari orangtua), permasalahan dalam keluarga dan status ekonomi keluarga juga dapat menjadi pemicu munculnya perilaku *compulsive buying*.

## 2. Teman Sebaya

Menurut Hall, masa remaja merupakan masa penuh dengan gejala emosi dan ketidakseimbangan sehingga mudah terpengaruh oleh lingkungannya<sup>13</sup>. Teman sebaya sedikit banyak saling mempengaruhi dalam melakukan penilaian diri, penerimaan dari suatu kelompok dapat memperkuat citra diri. Selain itu penolakan dari suatu kelompok dapat berakibat pada berkurangnya penilaian positif dalam diri seseorang.

Pelaku *compulsive buying* dalam suatu kelompok menginginkan status sosial atau pengakuan dari satu kelompoknya sehingga untuk mendapatkan status sosial tersebut seseorang melakukan pembelian dari produk-produk, mengikuti gaya berpakaianya bahkan hingga ke gaya hidup satu kelompoknya.

## 3. Media Masa

Media massa menyajikan berbagai informasi, sebagai sarana berkomunikasi sehingga media massa merupakan salah satu faktor yang

---

<sup>13</sup> Sumartono, "Terperangkap Dalam Iklan", (Bandung: Alfabeta 2002). 120.

berpengaruh pada pembentukan perilaku seseorang<sup>14</sup>. Media sosial seperti tayangan televisi, instagram, twitter dan yang terbaru yakni tren tiktok dimana setiap individu berlomba-lomba menunjukkan kehidupan terbaik versinya dapat mempengaruhi kehidupan orang lain untuk berperilaku sama dengan yang dilihatnya.

Dengan populernya media massa pada saat ini dimana dimanfaatkan oleh sebagian orang sebagai lapak dagangannya dan mengiklankan dagangannya tersebut sehingga dengan mudah menarik pembelinya untuk sekedar bekunjung hingga membelinya. Menurut Sri Urip iklan dapat mempengaruhi dan mendorong seseorang untuk bertindak konsumtif bahkan pada barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, kekuasaan iklan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat dapat menjadi faktor yang menimbulkan efek negatif seperti sikap hedonisme dan glamorisme<sup>15</sup>.

c) Faktor Situasional

Kartu kredit dan *paylater* merupakan alat pembayaran pengganti uang tunai atau sistem pembayaran non-tunai. Kartu kredit dan *paylater* memiliki fungsi yang hampir sama yakni sebagai fasilitas pinjaman dengan bunga yang berbeda-beda sesuai kebijakan dari penyedia layanan dan dengan prinsip yang sama yakni sistem “*buy now pay*

---

<sup>14</sup> Ibid. 96

<sup>15</sup> Ibid. 116

*latter*” yang dapat membuat penggunaanya berpotensi menjadi seseorang yang bersikap konsumtif.

Pada umumnya persyaratan pembuatan kartu kredit lebih sulit daripada persyaratan pembuatan akun *paylater*. Namun dengan mudahnya pendaftaran dari *Paylater* kini menjadi penantang dan juga pesaing dari kartu kredit itu sendiri.

Kepemilikan kartu kredit atau akun *paylater* diduga dapat mempengaruhi penggunaanya untuk berperilaku kompulsif. Dengan penggunaan pembayaran non-tunai dan sistem bayarnya yang dapat dicicil sehingga saat berbelanja terjadi kenyamanan karena tidak harus mengeluarkan uangnya atau tidak harus dibayarkan pada saat itu juga bahkan seseorang yang tidak memiliki uang pada saat itupun dapat berbelanja, penggunaan kartu kredit juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pada penggunaanya sehingga terjadi pembelian yang berulang dan berlebihan dan keadaan inilah yang memicu munculnya perilaku kompulsif<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Fransisca, Suyasa T.Y.S, “Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran” Universitas Tarumanegara 7 (2). 177

## 7. Dampak Dari Perilaku *Compulsive Buying*

Perilaku *compulsive buying* memiliki dampak jangka panjang dan juga pendek pada pelakunya. Konsekuensi atau dampaknya bersifat positif dan juga negatif bagi individu maupun masyarakat disekitarnya. Menurut Roberts Kemungkinan dampak yang terjadi pada pelaku pembelian kompulsif ini meliputi berbagai aspek, misal dari aspek finansial, salah satu dampak dari perilaku *compulsive buying* dari segi keuangan yakni tingginya hutang dan rendahnya tabungan yang disimpan.

Sedangkan dari sisi pemasar, perilaku pembelian yang kompulsif adalah sesuatu yang sangat menguntungkan bagi toko/perusahaan karena dapat menaikkan penjualan dan tentunya keuntungan dagang. Sedangkan dari sisi psikologis perilaku pembelian kompulsif dikategorikan sebagai perilaku yang menyimpang dan dapat berdampak buruk dan juga merugikan jika terjadi dalam jangka panjang seperti hutang yang menumpuk, timbulnya perasaan gelisah, frustrasi, depresi, munculnya rasa bersalah dalam diri dan juga konflik interpersonal<sup>17</sup>.

Dampak jangka pendek yang dirasakan oleh pelaku *compulsive buying* yakni mampu mengurangi rasa stres dan ketegangan yang dialaminya. Para *compulsive buyer* akan

---

<sup>17</sup> Titin Ekowati, "Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar Dan Psikolog". *Jurnal Manajemen dan Bisnis no.1..* 2009.



merasakan kepuasan yang bersifat sesaat saat atau setelah berbelanja dan para *compulsive buyer* ini merasa bahwa nilai dari dirinya menjadi naik atau meningkat lebih berharga karena keinginannya terpenuhi<sup>18</sup>.

## 8. Pandangan Agama Islam Terhadap Perilaku *Compulsive Buying*

Perilaku *compulsive buying* atau pembelian yang kompulsif sebagai akibat dari munculnya perasaan tidak nyaman atau perasaan negatif pada dirinya sehingga seseorang akan cenderung akan mengalihkannya kepada kegiatan yang mereka anggap menyenangkan salah satunya dengan berbelanja sehingga kegiatan tersebut dapat mengarahkan kepada perilaku boros, seharusnya belanja adalah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan kini belanja menjadi kegiatan untuk mencari kesenangan dengan memenuhi keinginan jiwa seseorang. Yang tentunya boros adalah kegiatan yang dilarang oleh agama islam yang dijelaskan pada Al-Qur'an pada surat Al-Isra' ayat 26-27<sup>19</sup> :

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا - ٢٦

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا - ٢٧

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan

<sup>18</sup> Retno Magestuti, “Model Pembelian Kompulsif Pada Remaja”. Disertasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. 2014. 4.

<sup>19</sup>. Al'Qur'an dan Terjemahannya Departemen Agama RI, <https://quran.kemenag.go.id/sura/17> , “diakses pada” 11 Februari 2021, 15.56 WIB.

*janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S. Al Isra’:26-27)*

Dan dijelaskan kembali pada Al-Qur’an surat Al A’raf ayat 31<sup>20</sup>

﴿يَبْنَیْ اٰدَمَ خُدُوْا زَیْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا یُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ﴾ - ۳۱

*Artinya : “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid. Makan dan minumlah, dan jangan engkau berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S Al A’raf: 31).*

Allah SWT memerintahkan umat nya untuk senantiasa bersikap sederhana dan bersikap pertengahan atau tidak boros dan juga tidak pelit, sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Qur’an surat Al-Furqan ayat 67<sup>21</sup>:

وَالَّذِیْنَ اِذَا اَنْفَقُوْا لَمْ یُسْرِفُوْا وَلَمْ یَقْتُرُوْا وَكَانَ بَیْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا - ۶۷

*Artinya : “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian” (Q.S Al-Furqan: 67).*

<sup>20</sup> Al’Qur’an dan Terjemahannya Departemen Agama RI, <https://quran.kemenag.go.id/sura/7> , “diakses pada” 11 Februari 2021, 16.56 WIB.

<sup>21</sup> Al’Qur’an dan Terjemahannya Departemen Agama RI, <https://quran.kemenag.go.id/sura/25> , “diakses pada” 11 Februari 2021, 16.58 WIB.

Pada ayat-ayat tersebut Allah SWT telah mengingatkan manusia umatnya agar tidak berlebih-lebihan, menggunakan segala sesuatunya sesuai dengan takaran yang dimiliki, menggunakan harta sesuai dengan fungsinya dan berada di tengah-tengah yakni tidak kikir dan juga tidak berlebihan agar semua umatnya terhindar dari siksa dan ketidakbenaran.

## **B. Mahasiswa Tingkat Akhir**

### **1. Definisi Mahasiswa Tingkat Akhir**

Mahasiswa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah seseorang yang sedang belajar di perguruan tinggi<sup>22</sup>. Menurut Basir, mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan sedang belajar di perguruan tinggi<sup>23</sup>.

Menurut Siswoyo, mahasiswa merupakan individu yang sedang belajar di perguruan tinggi baik negeri maupun perguruan tinggi swasta atau lembaga lain yang setingkat perguruan tinggi. Stigma mahasiswa dalam masyarakat yakni mahasiswa dinilai sebagai sosok seseorang yang tingkat intelektualitas dan kecerdasannya baik kecerdasan dalam berpikir maupun kecerdasan dalam merencanakan suatu hal dalam bertindak lebih tinggi dibandingkan dengan pelajar lainnya<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> KBBI, <https://kbbi.web.id/mahasiswa> “diakses pada” 27 Januari 2021 pukul 21.27 WIB

<sup>23</sup> Imam Teguh Wibowo. “Hubungan Antara Regulasi Emosi Dengan Kecenderungan Prokrastinasi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 4.

<sup>24</sup> Siswoyo, Dwi, *Ilmu Pendidikan*,. ( Yogyakarta : UNY Press, 2007). 121.

Mahasiswa dalam tahap perkembangan dikategorikan sebagai remaja akhir atau dewasa awal dimana usianya berkisar dari usia 18 tahun hingga 25 tahun. Menurut Santrock dalam bukunya *Life Span Development* jilid II dimasa dewasa awal tugas perkembangan yang harus dimiliki oleh manusia seusianya yakni pemantapan pendirian hidup<sup>25</sup>.

Sedangkan mahasiswa dalam tingkatan akhir adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi dimana masuk dalam pengerjaan proposal penelitian, tugas akhir atau skripsi, tugas akhir atau skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar baik diploma maupun strata satu di setiap perguruan tinggi negeri ataupun setingkat baik negeri maupun swasta di Indonesia<sup>26</sup>.

Menurut Sutrasno Hadi skripsi merupakan karya tulis ilmiah yang dibuat berdasarkan dari pengetahuan Skripsi ataupun tugas akhir dilakukan secara individual dan memerlukan berbagai macam sumber referensi baik buku, jurnal maupun artikel yang bersifat ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan keilmuannya, sehingga diharapkan dengan pengerjaan skripsi dapat menambah keilmuan mengenai bidang yang sedang dipelajari dan yang sedang dikerjakan.

---

<sup>25</sup> Santrock, John W, *Life Span Development Jilid 2*, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga, 2012) 6.

<sup>26</sup> Andi Wibowo et.al, "Analisis Kompetensi Personal Mahasiswa Tingkat Akhir Sebagai Sarana Optimalisasi Bimbingan Tugas Akhir", *Jurnal PGSD STKIP PGRI Banjarmasin Vol. 1 No. 2* , 2019. 134.

Jadi, dapat disimpulkan mahasiswa tingkat akhir adalah seseorang yang sedang belajar dan berusia 18 hingga 25 tahun diperguruan tinggi negeri yang sedang dalam masa pengerjaan tugas akhir ataupun skripsi sebagai syarat mendapatkan gelar baik diploma maupun strata satu.

## **2. Faktor-Faktor Penghambat Pengerjaan Skripsi**

Tuntutan dalam pengerjaan tugas akhir atau skripsi bagi mahasiswa tingkat Strata satu (S1) yakni melaksanakan proses penelitian yang baik dan benar sesuai dengan kaidah penelitian yang berlaku tanpa adanya tuntutan untuk menemukan atau bahkan merubah teori tertentu yang telah ada sebelumnya. Menurut Siang pada bukunya menyatakan bahwasanya lama pengerjaan skripsi pada mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor yakni<sup>27</sup> :

### a) Faktor Internal

#### 1. Motivasi

Kurangnya minat dan tinggi rendahnya motivasi atau rasa malas, minimnya pengetahuan mengenai teori maupun metodologi terhadap apa yang sedang dikerjakan sangat berpengaruh dalam lama tidaknya pengerjaan skripsi. Yang mana mengakibatkan mahasiswa pada tingkat akhir merasa kesulitan dalam menuangkan ide juga gagasan dalam lembar tugas akhirnya.

#### 2. Persepsi

---

<sup>27</sup> Jong Jek Siang. *Cara Cepat Menyusun Skripsi*. (Yogyakarta : Media Pressindo. 2009). Hal. 3

Kompetensi dasar mahasiswa terhadap objek penelitiannya dan dalam proses bimbingan terhadap dosen pembimbing.

b) Faktor Eksternal

1. Proses Pengerjaan Skripsi

Terdapat tiga tahapan dalam mata kuliah wajib tugas akhir atau skripsi yakni proses mencari materi atau judul skripsi yang mana bagi sebagian mahasiswa mencari judul skripsi merupakan suatu hal yang berat dikarenakan harus ada kesungguhan, perhatian, kompetensi dan semangat dalam diri kemampuan dalam mengangkat dan arah dari suatu permasalahan sering menjadi kendala awal bagi mahasiswa di tingkat akhir; selanjutnya tahap pengerjaan skripsi setelah proses pengajuan judul dan diterima oleh dosen maka mahasiswa dituntut untuk melakukan penelitian yang sesuai dengan kaidah penelitian, berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fadila pada tahun 2013 yang mana menemukan bahwa mahasiswa dalam tingkat akhir atau dalam proses pengerjaan skripsi mengalami stres dan dalam tingkat stres tingkat tinggi. Hal-hal berikut berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan hambatan mahasiswa pada proses penyusunan skripsi diantaranya ialah sulitnya bertemu dosen pembimbing, sulitnya bahan literatur referensi baik dari buku maupun jurnal pendukung, kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar dan perasaan lelah karena terlalu lama berkutat dengan pengerjaan skripsi; setelah selesai dalam

proses pengerjaan skripsi maka dalam tahapan akhir yakni masa pengujian skripsi.

## 2. Permasalahan Dengan Dosen Pembimbing Skripsi

Selama proses pengerjaan skripsi konsultasi dengan dosen pembimbing merupakan hal yang wajib dilakukan, dengan adanya proses penyusunan skripsi maka akan terjalin komunikasi yang baik diantaranya. Namun terdapat permasalahan terkait dengan bimbingan skripsi tersebut seperti terkait waktu bimbingan dengan dosen pembimbingnya, dimasa pandemi *covid-19* muncul lagi permasalahan baru yakni dimana semakin sulit untuk bertemu secara langsung dengan dosen jadi mahasiswa hanya mengandalkan aplikasi *chatting* seperti *whatsapp* ataupun *email* sebagai media penghubung, lama tidaknya proses skripsi tergantung pada lama tidaknya dosen membalas pesan mahasiswa bimbingannya dan lama waktu revisi yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

## 3. Lingkungan Sosial

Menurut Mazidi, lingkungan sosial terbagi menjadi faktor lingkungan keluarga, kelas sosial, faktor Universitas, teman sebaya dan pekerjaan yang man kondisi sosial diatas dapat mempengaruhi kehidupan seorang mahasiswa<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Mazidi et, al. "Examining Factors Affecting Graduate students' Success in University Entrance Exam". *Journal Of Basic and Applied Scietific Research*. Hal. 1

### **3. Kendala yang Dialami Pada Mahasiswa Tingkat Akhir**

Proses dari penyusunan skripsi pada mahasiswa di tingkat akhir sering dihadapkan dengan berbagai macam hambatan yang dapat memicu munculnya stres dan kecemasan. Stres menurut Lazarus dan Folkman adalah interaksi antara manusia dan lingkungan yang melampaui batas diri dan dapat membahayakan kesejahteraan. Menurut Hans Selye stres merupakan kondisi respon tubuh non spesifik terhadap tuntutan yang diterima individu dalam hidupnya.

Sedangkan menurut pendapat Abdulghani, stres dipahami sebagai tekanan, ketegangan atau gangguan yang bersumber dari faktor eksternal dan output yang tidak menyenangkan. Ia pun mengatakan bahwa dampak yang ditimbulkan dari stres tidak hanya berdampak negatif namun juga berdampak positif apabila dapat dikendalikan diantaranya adalah dapat memotivasi dan juga dapat membangun.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah dijabarkan diatas berdasarkan hasil dari penelitian dari Pratiwi ada 12 faktor penghambat yang dapat menimbulkan perasaan negatif muncul pada mahasiswa ditingkat akhir dari penyelesaian skripsi diantaranya adalah (1). dengan persentase 67,39% kemampuan kognitif seperti minimnya pengetahuan; (2). minimnya buku/refrensi dengan persentase 66,3%; (3). kondisi fisik 65,21%; (4). hambatan psikis seperti tinggi rendahnya motivasi, rasa malas yang muncul, prokrastinasi, ketakutan menghadapi dosen pembimbing dll sebesar 61,95; (5). Adanya Permasalahan dengan



pembimbing misal seperti kurang kompaknya antara pembimbing 1 dan 2 saat pembimbing 1 sudah memberikan persetujuan dalam proposal ataupun skripsi namun pembimbing 2 malah sebaliknya dengan 56,52%; (6). Masalah pertemuan dengan dosen dengan persentase 56,52%; (7). Masalah dalam hal keterampilan penulisan dan kesulitan dalam pngaplikasian rumus dan editing sebesar 54,34%; (8). Selanjutnya masalah dana atau biaya selama pengerjaan skripsi sebesar 53,26%; (9). Masalah kegiatan kampus, sebagian mahasiswa semester akhir masi aktif dalam organisasi kampus maupun kegiatan ekstrakurikuler kampus dengan presentase 50%; (10). Pengaruh orangtua dan kegiatan diluar kampus seperti bekerja dengan presentase sebesar 43,39%; (11). Kehamilan dengan presentase sebesar 40,21%; (12). Masalah dalam keluarga sebesar 29,34%.

Dengan adanya banyak hambatan dalam proses penyusunan diatas maka dapat berakibat pada timbulnya stres dan prokrastinasi akademik pada mahasiswa akhir, tingkat stres pada mahasiswa akhir telah banyak diteliti, menurut hasil dari penelitian oleh Gamayanti tingkat stres pada mahasiswa tingkat akhir sebesar 69,39% dibandingkan dengan mahasiswa ditingkat awal<sup>29</sup>, penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hastuti dengan prevelensi stres pada

---

<sup>29</sup> Witrin Gamayanti, Mahardianisa Isop Syefei. “ *Self Disclosure* dan Tingkat Stres Pada Mahasiswa yang Sedang Mengerjakan Skripsi”. *Jurnal Ilmiah Psikologi* Vol. 5 No.1, 2018. 124.

mahasiswa ditingkat akhir sebesar 83,3%<sup>30</sup>, penelitian dari Ageng Pramudhita pada mahasiswa tingkat akhir sebesar 50%<sup>31</sup>, penelitian dari Agusmar dkk dengan hasil bahwa perbedaan tingkat stres pada mahasiswa ditingkat akhir lebih tinggi sebesar 87,5% dibandingkan dengan tingkat stres pada mahasiswa ditingkat awal<sup>32</sup>.

#### **4. Upaya Mengatasi Kesulitan Pada Mahasiswa Tingkat Akhir**

Menurut Safari dan Saputra menjelaskan terdapat upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh mahasiswa ketika menghadapi stres, diantaranya yakni:

- a) Menjaga kesehatan fisik baik dengan berolahraga ataupun berkegiatan, dengan fisik yang kuat maka tubuh akan semakin tangguh tidak mudah sakit dan mencegah dampak dari stres itu sendiri.
- b) Mampu menerima diri sendiri apa adanya baik kelebihan maupun kekurangan diri sendiri. Penerimaan diri dipercaya mampu untuk membuat diri lebih tenang dan menciptakan suasana hati yang lebih baik.

---

<sup>30</sup> Retno Yuli Hastuti et,al . “Pengaruh Terapi Hipnotis Lima Jari Untuk Menurunkan Kecemasan Pada Mahasiswa Yang Sedang Menyusun Skripsi Di Stikes Muhammadiyah Klaten”, Jurnal Motorik Vol. 10 No. 21. 2015. 34.

<sup>31</sup> Ageng Pramudhita, “Hubungan Dukungan Keluarga Dengan Tingkat Kecemasan Mahasiswa Tingkat Akhir Menghadapi Skripsi Di Stikes ‘Aisyiyah Yogyakarta”, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan ‘Aisyiyah Yogyakarta. 20.

<sup>32</sup> Agusmar, Sri Wahyuni, “ Peerbandingan Tingkat Stres pada Mahasiswa Angkatan 2018 dengan Angkatan 2015 Fakultas Kedokteran Universitas Baiturrahmah”, Jurnal Medis dan Kesehatan Vol. 1 No. 2. 2019. 36

- c) Senantiasa terhubung dengan teman dan sahabat, teman dan sahabat dipercaya ampuh dalam mengurangi stres dengan cara bercerita atau mengutarakan permasalahan pada teman maupun sahabat.
- d) Mengambil sisi positif dalam diri, hal ini dapat membiaskan diri untuk senantiasa menciptakan pikiran positif dalam diri sendiri.
- e) Mempertahankan kehidupan sosial dilingkungan tempat tinggal. Hubungan yang baik dengan lingkungan dapat berdampak pada dukungan sosial dan sebagai sumber perhatian sehingga hidup akan lebih terasa nyaman.

### C. Shopee paylater

#### 1. Gambaran Umum Shopee

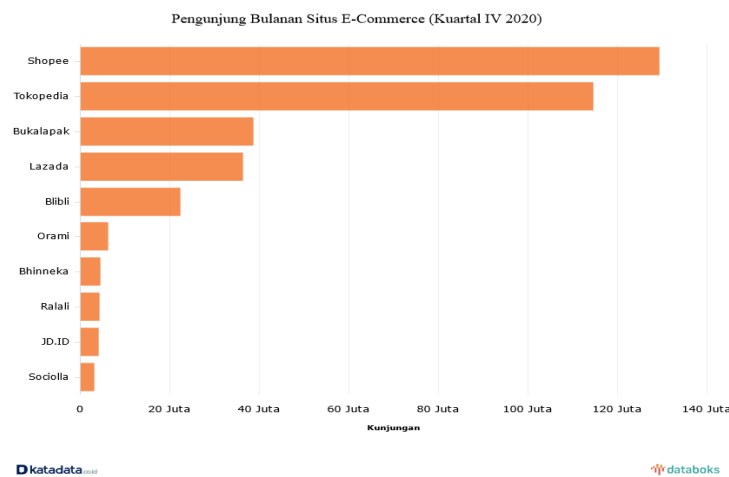
Shopee merupakan *platform* perdagangan elektronik yang bergerak dibidang jual beli yang dapat secara mudah diakses dengan mudah melalui *website* ataupun aplikasi dari *smartphone*. Shopee mulai dikenalkan secara resmi di Indonesia pada tahun 2015, shopee Indonesia bernaung dibawah naungan PT. Shopee International Indonesia. Dari mulai peluncuran awalnya hingga saat ini Shopee telah diterima di Asia dan yang terbaru merambah ke pasar Amerika<sup>33</sup>.

Di Indonesia sendiri aplikasi berbelanja dari Shopee ini mengalami perkembangan yang cukup pesat yang dapat dilihat dari angka pengunduhan aplikasi shopee di *App store/Google Play* aplikasi shopee hingga saat ini telah diunduh jutaan kali. Menurut hasil Survei dari Databoks kata data

---

<sup>33</sup> Shopee, <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> “diakses pada” 28 Januari 2021 pukul 12.34 WIB.

aplikasi Shopee menjadi *platform e-commerce* dengan pengguna dan pengunjung terbanyak selama kuartal IV di tahun 2020 dengan angka 129,3 juta disusul dengan Tokopedia dengan 114,67 juta<sup>34</sup>.



**Gambar 1. 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020**

Sumber : Databoks Katadata

Aplikasi belanja Shopee ini dinilai lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi belanja *online* lainnya, Banyak fitur yang disediakan oleh shopee untuk kemudahan dan kecepatan interaksi antara penjual dan *customer* nya, sehingga banyak orang tertarik untuk menggunakan aplikasi belanja *online* bernama Shopee ini. Beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi shopee ini adalah *sale* setiap bulan contoh nya 1.1, 2.2 dst, *sale* serba 99 rupiah, *sale* serba 10 ribu, *flash sale* dengan harga yang menarik, fitur gratis onkir dengan minimal pembelian sebesar Rp. 0, *cashback* & *voucher*, Shopee *games*, *shopeePay* sebagai uang elektronik dengan cara men *top up* via bank

<sup>34</sup> Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iv-2020> “diakses pada” 22 April 2021 pukul 16.00 WIB

ataupun minimarket sekitar, Shopee Pinjam dengan minimal pinjaman awal tiga juta rupiah, terdapat juga *Shopee Paylater* dan masih banyak lagi fitur didalam aplikasi shopee ini.

Salah satu fitur yang menarik dalam aplikasi shopee ini adalah shopee *Paylater*. *Shopee Paylater* pertama kali dirilis pada 6 Maret 2019, dimana fitur shopee *paylater* ini menerapkan sistem P2P lending dibawah naungan PT. Lentera Dana Nusantara dimana menawarkan shopee *paylater* sebagai dana pinjaman tanpa jaminan<sup>35</sup>.

*Shopee paylater* adalah solusi pinjaman instan dengan limit minimum mulai dari Rp. 750.000,00 hingga Rp. 3.000.000,00 dimana dengan adanya fitur ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi setiap pengguna aplikasi shopee. Cara kerja dari shopee *paylater* ini adalah pengguna yang membeli barang namun dapat dibayar di bulan selanjutnya atau dengan cicilan 2, 3 atau 6 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Bunga yang diajukan dari pihak shopee mulai dari 1% hingga 5%<sup>36</sup>.

Awalnya shopee *paylater* hanya diperuntukkan untuk penjual atau pemilik toko *online* di marketplace shopee, namun saat ini tidak lagi dibatasi pada pemilik toko saja melainkan pengguna biasa aplikasi shopee pun dapat menggunakannya namun dengan syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi sesuai kebijakan dari shopee.

---

<sup>35</sup> Fintek media. Shopee Pay Later Pinjaman Khusus Toko *Online* Di Shopee. <http://fintekmedia.id/post/Shopee-pay-later-pinjaman-khusus-untuk-toko-online-di-shopee>. "diakses pada" 28 Januari 2021 Pukul 11.27 WIB.

<sup>36</sup> Shopee Paylater, <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-ShopeePayLater>, "diakses pada" 28 Januari 2021 Pukul 14.26 WIB.

Setelah berbelanja menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* pengguna akan mendapatkan notifikasi rincian tagihan setiap tanggal 25 setiap bulannya dan pembayaran paling lambat dilakukan hingga tanggal 5 bulan berikutnya. Pembayaran menggunakan metode shopee *paylater* dikenakan biaya penanganan 1% setiap transaksi, selain biaya penanganan terdapat denda keterlambatan sebesar 5% dari total tagihan bulan an ditambah dengan tidak dapat nya pengguna menggunakan fitur shopee *paylater* hingga tagihan tersebut lunas.

Terdapat 5 pilihan pembayaran tagihan yang dapat dipilih diawal checkout dengan nominal cicilan yang telah ditampilkan di awal, yakni pembayaran satu bulan setelahnya tanpa bunga, pembayaran cicilan dalam 2 bulan dengan bunga 2,95%, pembayaran cicilan dalam 3 bulan dengan bunga 2,95%, pembayaran dengan cicilan dalam 6 bulan dengan bunga 3,25%<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Customer Service Shopee Zahra, *Wawancara* via live chat website customer service shopee. 28 Januari 2021.

