
**PENGARUH SIFAT *QANA'AH* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA SISWA/ (I) SMA NEGERI 3 BANDA ACEH**

Ika Rahmadani¹, Rahmat Rizki², Winda Putri Diah Restya³

¹*Universitas Teuku Umar, Meulaboh*

Email : ikarahmadani@utu.ac.id

^{2,3}*Universitas Muhammadiyah Aceh, Banda Aceh*

Email : windarestya5686@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of Qana'ah trait on consumptive behavior. The population of this research is high school students in SMA Negeri 3 Banda Aceh. The research sample amounted to 238 students. The sampling method is a cluster sampling, which is the selection of samples selected by group. The measuring instrument in this study uses the consumptive behavior scale and the Qana'ah trait scale. Data analysis used is simple linear regression analysis. The results of data analysis showed that there was a significant influence between qana'ah trait on consumptive behavior with the value (R Square) 0.218 and sig 0.000 value, meaning that the trait of qana'ah influences on consumptive behavior by 21.8%. The higher the qana'ah nature, the lower the consumptive behavior. The weaknesses in this study include, first, the item number of the both of scale are too much so that there are some subjects complaining of experiencing saturation in filling out the questionnaire. Second, the response of some subjects on this scale is not in accordance with the actual conditions, so that some subjects do not want to acknowledge what is inside them and tend to want to look good when filling the scale.

Keywords: *Qana'ah Trait, Consumptive Behavior*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Di era digital sekarang ini, sosial media sudah menjadi kebutuhan sehari-hari setiap orang. Untuk itu pengaruh sosial media sangat besar dirasakan oleh kaum muda sekarang ini. Salah satunya pengaruh untuk selalu tampil eksis di sosial media yang terkadang tidak sebanding dengan kemampuan.

Budaya konsumtif di Indonesia telah lama ada jauh sebelum zaman reformasi, perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup masyarakat, banyaknya pilihan barang mewah secara langsung membuat pola hidup masyarakat Indonesia menjadi cenderung konsumtif. Perilaku konsumtif mempunyai beberapa dampak negatif yaitu menimbulkan pemborosan, karena secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman.

Kecenderungan perilaku konsumtif dibentuk oleh banyak faktor, diantaranya menurut Dittmann (dalam Francisca, 2005) yaitu media iklan. Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan mempersuasi masyarakat untuk melakukan suatu tindakan memakai produk yang ditawarkan. Fenomena tersebut juga tidak lepas dari budaya asing yang berdampak pada terbentuknya kebiasaan-kebiasaan baru yang mengubah gaya hidup masyarakat. Kalangan yang rentan terhadap perubahan gaya hidup masyarakat adalah kaum remaja.

Remaja dijadikan sebagai sasaran media karena remaja memiliki rasa keingintahuan yang tinggi untuk mencoba hal-hal baru, lingkungan turut menentukan perubahan sikap karena menjadi komoditas yang lebih menarik daripada keluarga. Ditambah lagi krisis percaya diri membuat remaja berada pada keadaan labil, sehingga timbul keinginan untuk menyesuaikan diri agar menerima pengakuan dari kelompoknya.

Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun dan masa remaja akhir 18-21 tahun (Monk, FJ, Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R 2002). Di usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis, perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi *trend* dan *mode*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu remaja dengan inisial MH, subjek menyatakan bahwa selama subjek bekerja di *dosmeer*, dari penghasilan diperoleh subjek mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti rokok, kopi. Akan tetapi terkadang subjek tidak tahan jika melihat temannya memiliki barang baru, dan subjek ingin memilikinya juga. Untuk memenuhi keinginan tersebut terkadang subjek sering menggadaikan Handphone, dan ketika sudah mempunyai uang maka subjek akan menebus Handphone tersebut, dan mengembalikan uang yang telah dipinjamnya, (Wawancara di lakukan pada tanggal 08 Oktober 2017).

Perilaku konsumtif tidak dapat dipisahkan dari peranan keagamaan. Secara psikologi perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman (Syafi'ah, 2006). Sedangkan *Qana'ah* mengajarkan untuk menerima dengan ikhlas apa yang ada dan hal ini menjadikan ketenangan batin, tidak tamak, selalu bersyukur dan tidak mudah putus asa.

Islam mengajarkan pemeluknya untuk selalu berperilaku *qana'ah* dalam kehidupan. *Qana'ah* adalah suatu sikap yang dengan penuh kerelaan menerima anugerah rezeki dari Allah serta merasa cukup dengan anugerah tersebut setelah melakukan *ikhhtiyar* yang optimal. Lawan kata dari *qana'ah* adalah tamak.

Sebagaimana dalam HR. Bukhari-Muslim yang artinya "*Bukanlah kekayaan itu lantaran banyak harta, akan tetapi kekayaan itu adalah kekayaan jiwa*". Hadist ini menjelaskan bahwa jiwa yang sudah merasa cukup dengan apa yang ada, tidak terlalu rakus dan merasa selalu kurang. *Qana'ah* merupakan salah satu sifat atau ajaran dalam agama

Islam dimana individu yang tetap ridha, rela dan merasa cukup atas apa yang telah Allah berikan serta menjauhkan diri dari rasa tidak puas terhadap apa yang telah diberikan olehnya (Shalahuddin, 2013).

Seseorang yang mempunyai sikap *qana'ah* tidak akan merasa memiliki hartanya, semua yang dimiliki hanyalah sebuah jalan untuk mencari ridhanya dan juga seseorang yang memiliki sikap *qana'ah* akan tercipta rasa ikhlas dan ketulusan hati yang kemudian akan mendorong seseorang untuk berbuat baik. Perbuatan baik juga mempengaruhi lingkup kehidupan antara sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif pada remaja. Mengembangkan sifat *qana'ah* berarti juga mendidik agar bersifat sederhana, tidak berlebih-lebihan dan raku akan bunga-bunga kehidupan dunia dan mabuk melihat harta yang bergelimangan yang pada akhirnya melupakan kehidupan akhirat (Tim Abdi Guru, 2007).

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian yaitu: Bagaimana pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif pada remaja ?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif pada remaja usia 18-21 tahun.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah dapat sebagai bahan untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan terutama di bidang psikologi Islam, manajemen sosial serta sarana mewujudkan sifat *qana'ah* yang lebih objektif.

LANDASAN TEORITIS

Perilaku Konsumtif

Kata "konsumtif" mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Wardhani, 2009). Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif menurut Ancok (dalam Pratiknyo, 2008) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Sependapat dengan pengertian tersebut, menurut Suyasa dan Fransisca (dalam Wardhani, 2009) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Menurut Dahlan (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Sedangkan perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku membeli yang berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang hanya bersifat semu (Fromm, 1995).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional

demi mendapatkan kepuasan hastrat dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya yang bersifat berlebihan.

Menurut Utami (2008), secara operasional indikator dari perilaku konsumtif adalah:

1. Pola konsumsi yang berlebihan membuat manusia cenderung untuk mengkonsumsi barang tanpa batas (berfoya-foya) dan lebih mementingkan faktor keinginan.
2. Pemborosan adalah kecenderungan manusia yang bersifat materialistik dan memiliki hasrat besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.

Qana'ah

Menurut bahasa *qana'ah* adalah menerima apa adanya atau tidak serakah (Sudarsono, 2005). Sedangkan menurut Shalahudin (2013) *qana'ah* merupakan salah satu sifat atau ajaran dalam Islam dimana individu yang tetap *ridha*, rela dan merasa cukup atas apa yang telah Allah berikan serta menjauhkan diri dari rasa tidak puas terhadap apa yang telah diberikan oleh-Nya.

Menurut Ali (2014) *qana'ah* merupakan salah satu dimensi dalam karakter yang baik pada manusia (akhlak) dalam hal sikap individu mengenai ketetapan terhadap sesuatu dan rezeki di dunia. *Qana'ah* juga dapat diartikan sebagai suatu kepuasan terhadap harta atau sesuatu yang telah dimiliki. Ali (2014) juga mengungkapkan bahwa terdapat dua aspek yang dapat membangun *qana'ah*, yaitu kehidupan yang baik (*hayatan tayyibah*) dan kesediaan dalam penerimaan (*ridha*).

Menurut kaum sufi, *qana'ah* adalah salah satu akhlak mulia yang merupakan menerima rezeki apa adanya dan menganggapnya sebagai kekayaan yang membuat seseorang terjaga statusnya dari meminta-minta kepada orang lain. Sikap *qana'ah* membebaskan pelakunya dari kecemasan dan memberinya kenyamanan psikologis ketika bergaul dengan manusia (Hajjad, 2011).

Menurut Haqil (dalam Ibrahim, 2008), karakteristik orang yang mempunyai *qana'ah* yaitu:

- a. Memperkuat keimanan kepada Allah serta membiasakan hati untuk menerima apa adanya dan merasa cukup terhadap pemberian Allah, karena hakikat kaya ada di dalam hati. Barang siapa yang kaya, maka dia mendapatkan nikmat kebahagiaan dan kerelaan walaupun dia tidak makan pada hari itu. Sebaliknya yang hatinya fakir, maka meskipun dia memiliki dunia dan seisinya kecuali satu dirham saja, maka dia memandang kekayaannya masih kurang sedirham dan dia merasa terus miskin sebelum mendapatkan sedirham itu.
- b. Yakin bahwa rezeki telah tertulis. Sebagaimana dalam hadist Ibnu Mas'ud, disebutkan sabda Rasulullah SAW diantaranya “kemudian Allah mengutus kepadanya janin seorang malaikat, lalu diperintahkan menulis empat kalimat ketetapan maka di tulislah rezekinya, ajalnya, amalnya, celaka dan bahagiannya” (H.R. Bukhari, Muslim dan Ahmad). Seorang hamba hanya diperintahkan untuk berusaha dan bekerja dengan keyakinan bahwa Allah yang memberi rezeki dan rezekinya telah tertulis.
- c. Belajar dari kehidupan orang-orang salaf, yakni melihat bagaimana kehidupan orang-orang salaf dalam menyikapi dunia, bagaimana kezuhudannya, *qana'ahnya* terhadap yang diperoleh meskipun sedikit. Di antara mereka yang mempunyai harta berlimpah, tetapi diberikan kepada orang lain yang lebih membutuhkan.
- d. Melihat realita bahwa yang kaya dan yang miskin tidak jauh berbeda. Karena yang kaya tidak mungkin memanfaatkan seluruh hartanya dalam satu waktu sekaligus.

- e. Banyak memohon *qana'ah*, Rasulullah adalah manusia yang paling *qana'ah*, ridha dengan apa yang ada dan yang paling banyak zuhudnya, namun beliau masih banyak meminta kepada Allah agar diberikan *qana'ah* “Ya Allah berikan aku sikap *qana'ah* terhadap apa yang engkau rezekikan kepadaku, berkahilah pemberian itu dan gantilah yang hilang dariku dengan yang lebih baik” (H.R.Hakim).
- f. Menyadari bahwa rezeki tidak diukur dengan kepandaian. Harus disadari bahwa rezeki seseorang tidak tergantung kepada kecerdasan akal saja, banyaknya aktivitas dan keluasan ilmu, Meskipun hal tersebut merupakan penyebab datangnya pintu rezeki, tetapi tidak ada ukuran pasti. Kesadaran akan hal tersebut membuat seseorang *qana'ah*, terutama ketika melihat orang yang lebih bodoh, pendidikannya lebih rendah, tidak banyak peluang untuk mendapat rezeki dibanding dengannya, maka tidak akan memunculkan sikap iri dan dengki.
- g. Dalam urusan dunia hendaklah seseorang melihat kepada orang yang lebih rendah, jangan melihat kepada yang lebih tinggi, sebagaimana sabda Rasulullah: “Lihatlah kepada orang yang lebih rendah dari dirimu dan jangan melihat orang yang lebih tinggi darimu, yang demikian itu lebih baik agar kalian jangan meremehkan nikmat yang diberikan Allah” (H.R Bukhari dan Muslim).
- h. Menyadari beratnya tanggung jawab harta. Harta dapat mengakibatkan keburukan dan bencana bagi pemiliknya, apabila tidak diperoleh dengan cara yang baik dan dibelanjakan dengan cara yang baik pula.

Pengaruh Sifat Qana'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja

Perilaku konsumtif menurut Ancok (dalam Pratiknyo, 2008) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Shalahudin (2013) mengungkapkan *qana'ah* merupakan salah satu sifat atau ajaran dalam Islam dimana individu yang tetap *ridha*, rela dan merasa cukup atas apa yang telah Allah berikan serta menjauhkan diri dari rasa tidak puas terhadap apa yang telah diberikan kepadanya.

Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri. Antara lain karena karakteristik remaja yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya (Gunita, 2006).

Berdasarkan beberapa uraian di atas, dapat dilihat adanya pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif pada remaja, dimana remaja ingin diakui oleh lingkungannya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu, kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang tren. Remaja membeli barang hanya untuk memperoleh pengakuan dari orang lain tanpa pertimbangan yang rasional, sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat dalam perilaku konsumtif. Maka kebutuhan yang menjadi prioritas utama menjadi tidak terpenuhi, akibatnya terjadi pemborosan karena remaja membelanjakan sebagian besar uangnya hanya untuk mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Sedangkan pemborosan bertolak belakang dengan sifat *qana'ah* yang menjadi landasan supaya individu tetap rela, tidak tamak dan selalu bersyukur atas apa yang telah Allah berikan.

Hipotesis

Ada pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif yang artinya jika sikap *qana'ah* diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, maka perilaku konsumtif akan berkurang.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai kelompok yang hendak dikenali dan digeneralisasikan dalam penelitian (Azwar, 2010). Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i SMA N 3 Banda Aceh yang berjumlah 893 siswa/i dan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1
Data Keseluruhan Siswa
Tahun Pengajaran 2017/2018

Kelas	Jumlah Siswa
X	306
XI	284
XII	303
Jumlah	893

Sampel merupakan subjek penelitian yang dapat mewakili dari seluruh populasi penelitian. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili) dan merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011).

Kepala sekolah SMAN 3 memberitahukan bahwa siswa kelas XII sedang mengikuti proses UNBK (Ujian Nasional Berbasis Komputer), maka disarankan untuk mengambil sampel hanya pada siswa kelas X dan XI saja. Untuk itu, peneliti mengambil keseluruhan dari kedua kelas tersebut yaitu 590 siswa/i. Dalam penelitian ini, perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% yang diuraikan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Ket :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Batas kesalahan maksimal dalam pengambilan sampel yang telah ditetapkan (5%)

Maka:

$$n = \frac{590}{1+590(5\%)^2}$$

$$n = \frac{590}{1+590(0,05)^2}$$

$$n = \frac{590}{1+1,475}$$

$$n = \frac{590}{2,475}$$

$$n = 238$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang diambil sebesar 238 dari 590 jumlah Siswa/i SMA Negeri 3 Kota Banda Aceh. Penentuan responden dipilih dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan metode *cluster sampling*. *Cluster sampling* yaitu pemilihan sampel yang dipilih berdasarkan kelompok. Pada penelitian ini sampel diambil dari kelas X sebanyak 4 kelas dan kelas XI sebanyak 3 kelas.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Dalam hal ini, subjek diminta untuk merespon sejumlah pernyataan yang sesuai dengan keadaan dirinya. Tujuannya adalah untuk mengungkap hal-hal yang sedang diteliti. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *qana'ah* dan perilaku konsumtif.

Penyekalaan yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban. Skala disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Bobot penilaian untuk *favorable* adalah: SS (Sangat Setuju)= 4, S (Setuju) = 3, TS (Tidak Setuju) = 2, STS (Sangat Tidak Setuju) = 1. Sedangkan untuk *unfavorable* adalah: SS (Sangat Setuju) = 1, S (Setuju) = 2, TS (Tidak Setuju) = 3, STS (Sangat Tidak Setuju) = 4.

Item dalam skala ini memiliki dua tipe yaitu aitem *favorable* dan *unfavorable*. Item disebut *favorable* apabila isinya mendukung, memihak atau menunjukkan ciri adanya atribut yang diukur. Sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem yang isinya tidak mendukung atau tidak menggambarkan ciri atribut yang diukur (Azwar, 2010:26). Untuk membuat skala *Qana'ah* dan skala Perilaku Konsumtif berdasarkan indikator yang ingin diukur, peneliti menjabarkan rancangan pengukuran sebagai berikut:

1. Skala Perilaku Konsumtif

Untuk mengukur perilaku konsumtif, peneliti menggunakan indikator-indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002), yaitu membeli produk karena penawaran khusus, membeli produk karena penampilannya yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal dan mencoba lebih dari dua produk sejenis. Jumlah aitem skala perilaku konsumtif adalah 56 aitem yang terdiri dari 28 aitem *favorable* dan 28 aitem *unfavorable*. Peneliti menjabarkannya dalam bentuk *blue print* sebagaimana yang tertera di dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Item		Jumlah	Bobot (%)
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1	Membeli produk karena penawaran khusus	1,3, 5, 55	8,10,12,14	8	15

2	Membeli produk karena penampilan menarik	7, 9, 11	2, 4, 6	6	10
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	13,15,17,19	22,24,26,28	8	15
4	Membeli produk atas pertimbangan harga	21,23, 25	16, 18, 20	6	10
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	27,29,31,33	50,52,54, 56	8	15
6	Memakai produk karena unsur konformitas	41,43,45,47	30,32,34,36	8	15
7	Membeli produk dengan harga mahal	35,37,39,	44,46,48	6	10
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	49,51,53	38,40,42	6	10
	Total	28	28	56	100

Tabel 3
Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable*

No	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Setuju (SS)	4	1
2	Setuju (S)	3	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

2. Skala *Qana'ah*

Untuk mengukur skala *qana'ah*, peneliti menggunakan aspek *qana'ah* menurut Hamka (2005), yaitu menerima dengan rela apa yang ada, memohon pada Tuhan tambahan yang pantas dan berusaha, menerima dengan sabar akan ketentuan Tuhan, bertawakkal kepada Tuhan, tidak tertarik oleh tipu daya manusia. Jumlah item skala *qana'ah* adalah 50 item yang terdiri dari 25 item *favorable* dan 25 item *unfavorable*. Peneliti menjabarkannya dalam bentuk *blue print* sebagaimana yang tertera di dalam tabel berikut ini:

Tabel 4
Blue Print Skala Qana'ah

No	Indikator	Item		Jumlah	Bobot (%)
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1	Menerima dengan rela apa yang ada	1,3,5,7,9	12,14,16,18,20	10	20
2	Memohon pada Tuhan tambahan yang pantas dan berusaha	11,13,15,17,19	2,4,6,8,10	10	20

3	Menerima dengan sabar akan ketentuan Tuhan	21,23,25, 27,29	42,44,46,48,5 0	10	20
4	Bertawakal kepada Tuhan	31,33,35, 37,39	22,24,26,28,3 0	10	20
5	Tidak tertarik oleh tipu daya dunia	41,43,45, 47,49	32,34,36,38,4 0	10	20
Total		25	25	50	100

Table 5
Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable*

No	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Setuju (SS)	4	1
2	Setuju (S)	3	2
3	Tidak Setuju (TS)	2	3
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Setelah melewati uji asumsi, maka selanjutnya peneliti melakukan uji regresi untuk mengetahui banyaknya sumbangan atau pengaruh variabel bebas yaitu sifat *qana'ah* terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Peneliti menjabarkan hasil analisis uji regresi dalam tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Analisis Uji Regresi

Variabel	R	R ²	Sig
Sifat <i>Qana'ah</i> terhadap Perilaku Konsumtif	.467 ^a	.218	.000

Sumber: Olah data SPSS 22.0for Windows, tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis menunjukkan bahwa sifat *qana'ah* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dilihat dari nilai R Square 0,218 dengan nilai F 65.859 dan nilai sig 0,000 yang artinya sifat *qana'ah* sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yaitu perilaku konsumtif pada siswa/i sebesar 21,8 %, sedangkan sisanya 78,2 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti gaya hidup dan konformitas. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yang artinya semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya (Dias K, 2015).

Konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif sebagai mana penelitian yang dilakukan (Praktiknyo, 2008), bahwa perilaku konsumtif terjadi disebabkan oleh keinginan untuk disukai orang lain, atau rasa takut terhadap penolakan. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa cenderung mengonsumsi apa yang di konsumsi oleh kelompoknya, seperti

aksesoris, produk kecantikan karena bagi mahasiswi penampilan merupakan hal utama dalam pergaulan untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari kelompok (Indah H, 2015).

Selanjutnya peneliti melakukan uji regresi peraspek dari aspek sifat *qana'ah* yaitu menerima dengan rela apa yang ada, memohon pada tuhan tambahan yang pantas dan berusaha, menerima dengan sabar akan ketentuan tuhan, bertawakal kepada tuhan dan tidak tertarik oleh tipu daya dunia. Peneliti menjabarkan hasil analisis uji regresi dalam tabel berikut:

Tabel 7
Uji Regresi Aspek *Qana'ah*

No	Aspek <i>Qana'ah</i>	R Square
1	Menerima dengan rela apa yang ada	0,086
2	Memohon pada Tuhan tambahan yang pantas dan berusaha	0,066
3	Menerima dengan sabar akan ketentuan Tuhan	0,144
4	Bertawakal kepada Tuhan	0,035
5	Tidak tertarik oleh tipu daya dunia	0,143

Sumber: Olah data SPSS 22.0for Windows, tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas, hasil menunjukkan bahwa aspek *qana'ah* yang dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu aspek menerima dengan sabar akan ketentuan Tuhan. Hal ini dilihat dari nilai R Square 0,144 dengan nilai F 39,618 dan nilai sig 0,000 sedangkan aspek yang pengaruhnya rendah yaitu aspek bertawakal kepada Tuhan, dilihat dari nilai R Square 0,035 dengan nilai F 8,671 dan nilai sig 0,000.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif, jika sifat *qana'ah* tinggi maka perilaku konsumtif akan berkurang yang artinya hipotesis yang telah diajukan diterima. Pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif sebesar 21,8% dengan nilai F 65.859 dan sig 0,000.

Dalam penelitian ini ada pengaruh sifat *qana'ah* terhadap perilaku konsumtif, jika sifat *qana'ah* tinggi maka perilaku konsumtif akan berkurang maka dapat diartikan bahwa sifat *qana'ah* ada pengaruh dalam mengontrol untuk tidak berperilaku berlebih-lebihan atau perilaku konsumtif. Islam sangat melarang perbuatan yang berlebih-lebihan termasuk juga pemborosan, yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa manfaat dan hanya memperturutkan hawa nafsu semata (Nur R, 2010). Sebagaimana dalam QS. Al-A'raaf ayat 31 yang artinya :

“Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (QS. Al-A'raf: 31).

Dari sumbangan hanya 21,8% dikategori sangat sedikit, berdasarkan hasil perhitungan sifat *qana'ah* kategorisasi menunjukkan bahwa ada 42 siswa atau 17,64 % yang memiliki sifat *qana'ah* yang tinggi, 159 atau 66,80% memiliki sifat *qana'ah* sedang, dan ada 37 atau 15,54% memiliki sifat *qana'ah* yang rendah. Hasil tersebut menjelaskan bahwa penerapan sifat *qana'ah* mayoritas berada pada taraf sedang. Sedangkan untuk hasil perhitungan kategorisasi data perilaku konsumtif menunjukkan bahwa ada 43 siswa atau

18,06% yang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 155 siswa atau 65,12% memiliki perilaku konsumtif sedang, dan ada 40 siswa atau 16,80% memiliki perilaku konsumtif. Aspek *qana'ah* yang dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu aspek menerima dengan sabar akan ketentuan Tuhan. Hal ini dilihat dari nilai *R Square* 0,144 dengan nilai *F* 39,618 dan nilai *sig* 0,000 sedangkan aspek yang pengaruhnya rendah yaitu aspek bertawakal kepada Tuhan, dilihat dari nilai *R Square* 0,035 dengan nilai *F* 8,671 dan nilai *sig* 0,000.

Dalam penelitian ini hasil dari kedua variabel yaitu sifat *qana'ah* dan perilaku konsumtif sama-sama berada pada kategorisasi sedang, maka dapat diartikan bahwa sifat *qana'ah* cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa/i SMA Negeri 3 Kota Banda Aceh, dan masih ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti gaya hidup dan konformitas.

Sebagaimana dalam penelitian (Susanto, 2013:1), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang individu lakukan, apa yang dipikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Sedangkan dalam penelitian Nur F, Presetyo B. W, Nilul (2013), munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam penelitian tersebut disebabkan pada hakikatnya konformitas merupakan faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa kos. Interaksi intensif yang terjadi di kos membuat satu sama lain saling mempengaruhi.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya sikap *qana'ah* dalam diri individu dapat menimbulkan rasa bersyukur. Rasa syukur tersebut merupakan perwujudan dari menerima apa adanya atas apa yang telah Allah berikan. Dengan banyak mata pelajaran agama yang diajarkan di sekolah, diharapkan paling tidak siswa/i SMA Negeri 3 Banda Aceh mampu meminimalisir perilaku konsumtifnya artinya siswa dapat mengendalikan diri dari perilaku konsumtif kaitannya dengan pelajaran agama yaitu melalui pengajaran pendidikan agama norma-norma yang ada dalam agama islam salah satunya mengurangi sifat ria, tamat, dan tidak berfoya-foya menghamburkan uang untuk keinginan sesaat. Remaja yang dapat mengontrol diri dari perilaku konsumtif akan merasa hidupnya tenang dan bahagia, karena telah melakukan perbuatan yang telah dianjurkan dalam agama yaitu sifat tidak berlebihan dan boros.

Dalam penelitian ini, ada beberapa hal yang menjadi kekurangan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi kondisi proses dalam penelitian antara lain, yang pertama, karena jumlah item kedua skala terlalu banyak sehingga ada sebagian subjek mengeluh karena pernyataan yang dipaparkan dalam skala terlalu banyak, sehingga responden jenuh dalam pengisian skala. Kedua, respon sebagian subjek pada skala tersebut kurang sesuai dengan kondisi sebenarnya, sehingga sebagian subjek tidak mau mengakui apa yang ada di dalam dirinya dan cenderung ingin terlihat baik pada saat pengisian skala. Ada juga sebagian subjek yang mencontoh temana dalam pengisian skala. Hal tersebut terjadi dikarenakan sebagian subjek malu ketika peneliti melihat ketika responden sedang mengisi skala, adapun subjek mencontoh ke temannya, sebelumnya peneliti sudah memberikan intruksi sangat jelas sebelum pengisian skala dimulai.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ali, M. F (2014). *Contentment (qana'ah) and its role in curbing social and environmental problem. Islam and Civilizational Renewal*, 5(3), 430-445.
- Arikundo, S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.*
- Azwar, S. 2010. *Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.*
- Azwar, S. 2010. *Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Belajar*
- Dias K, 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. (*Jurnal Psikologi, Vol 5 Nomor 1, Tahun 2015*).
- Fransisca & Tommy Y.S.S (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis Vol 07.172* Jakarta : Taruma Negara.
- Fromm, Erich, 1995. *Masyarakat yang Sehat. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.*
- Hamka, (2005). *Tasawuf Moderen, Jakarta : PT Pustaka Panji Mas.*
- Harlock, E, B (2002). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Ketujuh*. Diterbitkan oleh Istiwindayanti dan Soedjarwo. Jakarta : Erlangga.
- Harlock, E, B. (2004). *Developmental Psychology*. Jakarta. Erlangga D.
- Ibrahim, A (2008). *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya. Jakarta: Mandar Maju.*
- Indah H, Jhon H, 2015. Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi (*Jurnal Psikologi Vol 11 Nomor 1, Juni 2015*).
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran , Edisi Kesebelas, Jilid 2, PT Prenhallindo., Jakarta.*
- Monks, FJ., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R (2002). *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta : GadjahMada University Press.*
- Muhammad F.H. *Tasawuf Islam dan Akhlakterj. Kamran A s'adlrsyady dan Fakhrin Ghozali, (Jakarta : Amzah, 2011). Hlm. 338-339.*
- Nur R, Euis A, 2010. Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional, Jakarta, Kencana, 2010 hlm 109.
- Nur. F, Presetyo B.W, Nailul. F. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah, Semarang (*Jurnal Psikologi Undip, 2013*).
- Pratiknyo, J. 2008. Perilaku Konsumtif Terhadap Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Ditinjau dari Konsep Diri dan Konformitas. *Skripsi. Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata.*
- Ririn A, Sulis. M 2014. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi, Vol 12 Nomor 1.*
- Shalahuddin. 2013. Qona'ah dalam Perspektif Islam . *Edu-math, 4 (1), 60-67*
<http://www.ejournal.iainjambi.ac.id/index.php/edumath/article/view/254>.
- Sudarsono, 2005. "Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja., (Jakarta : RinekaCipta, 2005).
- Sumartono, 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong imbaspesa Iklas Televisi, Bandung : Penerbit Alfabeta.*
- Susanto, A. S. 2013. "Membuat Segmentasi Berdasarkan *Life Style (Gaya Hidup)*". *Jurnal JIBEKA Vol 7, Nomor 2 Agustus 2013 1-6.*
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Pola Hidup Konsumtif. *Jurnal Psikologi (Online).www.e-psikologi.com. Akses 29 September 2009.*
- Tambunan,R.(2001),Remaja dan Perilaku Konsumtif Alvaible.
<http://www.epsikologi.com/remaja/191191.htm>.Warkot.(2008). Anak Jadi

Korban Terbesar di Sumut. Aivable:<http://pendidikanlayanankhusus.wordpress.com/2008>.

Tim A. G. 2007. Ayo Belajar Agama Islam. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Utami, H, P. Perilaku Kosumtif pada Sales *Girl* di Tinjau dari Gaya Hidup Hedonis (*Skripsi Universitas Katolik Soejipgranate, Semarang 2008*).

Wardhani, M.D (2009). Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri Dengan Perilaku Kosumtif Pada Remaja Putri. *Skripsi. Tidak diterbitkan*. Surakarta Fakultas Kedokteran, Sebelas Maret.