Jurnal Budi Pekerti Agama Islam
Volume. 2, No. 5 Oktober 2024
e-ISSN: 3031-8343; p-ISSN: 3031-8351, Hal 220-238
DOI : https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i5.554
Available online at : https://journal.aripafi.or.id/index.php/jbpai

Perilaku Konsumtif Dalam Kajian Psikologi Tasawuf Robert Frager

[1] Muhammad Yudhistira, [2] Al Fath Cahya Ryandana , [3] Muhammad Abdul Halim Sani
[1-3] Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Indonesia

Alamat: Jl. Limau II No.3, RT.3/RW.3, Kramat Pela, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12130
Korespondensi penulis: muhammadyudhistira16@gmail.com

Abstract. *Currently, we live with various conveniences, especially when shopping. These conveniences produce many benefits, but there are also some negative impacts, one of which is consumptive behavior. Consumptive behavior is the action of someone who uses or buys something, either goods or services excessively. Usually prioritizing the urge of desire rather than need. This urge of desire is what in the perspective of Sufism psychology according to Frager is something that needs to be minimized, the reason researchers chose Frager's concept of Sufism psychology is because consumer behavior is closely related to nafs, and Frager is a Sufism psychology figure who is most detailed in describing the concept compared to other figures such as Al Ghazali. This study aims to see how consumer behavior is studied in the theory of Sufism psychology according to Robert Frager and how psychospiritualism is applied in minimizing consumptive behavior. The method used in this study is a descriptive qualitative method with a form of library research. According to Frager's study of Sufism psychology, consumptive behavior can be categorized into tyrannical nafs and lawwamah nafs, but consumptive behavior can be reduced when it is in the category of inspired nafs. Meanwhile, consumptive behavior will completely disappear if it is at the level of peaceful nafs, pleased nafs, approved nafs, and pure nafs. The psychospiritual applications that can be applied include: fasting, seclusion, serving brothers, and remembering death.*

Keywords*: Sufism Psychology, Consumer Behavior, Nafs,* Robert Frager

Abstrak. Di zaman ini, kita hidup dengan segudang kemudahan terutama saat berbelanja. Kemudahan-kemudahan tersebut banyak sekali menghasilkan berbagai manfaat, namun juga ada beberapa dampak negatif, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang yang menggunakan atau membeli sesuatu, baik barang maupun jasa secara berlebihan. Biasanya lebih mengutamakan dorongan nafsu keinginan daripada kebutuhan. Dorongan nafsu inilah yang dalam sudut pandang psikologi tasawuf menurut Frager merupakan hal yang perlu diminimalisir keberadaannya, alasan peneliti memilih konsep psikologi tasawuf Frager adalah karena perilaku konsumtif berkaitan erat dengan *nafs*, dan Frager adalah tokoh psikologi tasawuf yang paling detail dalam menjabarkan konsep tersebut dibandingkan dengan tokoh psikologi tasawuf lainnya seperti Al Ghazali. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku konsumtif dikaji dalam teori psikologi tasawuf menurut Robert Frager dan bagaimana penerapan psikospiritual dalam meminimalisir perilaku konsumtif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan bentuk penelitian kepustakaan. Perilaku konsumtif menurut kajian psikologi tasawuf Frager dapat dikategorikan ke dalam *nafs tirani* dan *nafs lawwamah*, tetapi perilaku konsumtif dapat berkurang ketika berada di kategori *nafs terilhami*. Sedangkan perilaku konsumtif akan benar-benar hilang jika berada pada tingkatan *nafs tentram, nafs ridha, nafs diridhai*, dan *nafs suci*. Adapun penerapan psikospiritual yang dapat diterapkan diantaranya seperti: berpuasa, *khalwat*, melayani saudara, dan mengingat kematian.

Kata Kunci: Psikologi Tasawuf, Perilaku Konsumtif, *Nafs*, Robert Frager

1. LATAR BELAKANG

Received Juni 13, 2024; Revised Juni 27, 2024; Accepted Juli 10, 2024; Online Available Juli 12, 2024
* Muhammad Yudhistir, muhammadyudhistira16@gmail.com

Di era modern ini perkembangan teknologi dan zaman terjadi sangat pesat, banyak aktivitas manusia yang sudah dapat dilakukan dengan sangat mudah, simpel, dan cepat. Misalnya dalam kegiatan berbelanja, dahulu manusia perlu melakukan usaha lebih untuk bisa melakukan aktivitas berbelanja seperti harus naik kendaraan, mengunjungi atau survei barang secara langsung, dan mengantri saat akan melakukan pembayaran. Berbeda di zaman sekarang, manusia hanya perlu melakukan menekan tombol pada gawai untuk melakukan kegiatan berbelanja, sangat mudah, cepat, dan efisien. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat beberapa dampak negatif yang ditimbulkan, salah satunya adalah munculnya perilaku berbelanja secara berlebihan dan terkesan menghambur-menghamburkan uang untuk hal yang sangat tidak diperlukan. Hal ini pun juga didukung oleh Kumalasari & Soesilo (2019) yang menyatakan bahwa era digitalisasi industri keempat (Industri 4.0) ditandai dengan beberapa hal, salah satunya yaitu membuat arus perpindahan produk semakin cepat, diantara contohnya seperti pusat perbelanjaan ada di mana-mana, tempat nongkrong, belanja daring, *e-money*, dan seterusnya. Hal yang menjadi permasalahannya adalah masyarakat cenderung semakin mudah untuk menghambur-hamburkan uang demi kepuasannya, karena kemudahan yang diberikan melalui teknologi. Perilaku buruk tersebut disebut dengan perilaku konsumtif.

Menurut ajaran agama Islam, manusia dilarang untuk menghambur-menghamburkan uang seperti yang tercantum pada surat al-Isra ayat 26-27 yang artinya: "*Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.*" (26). "*Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya*." (27). Dalam ayat tersebut, sudah jelas diterangkan bahwa perilaku boros adalah perilaku yang tidak disukai oleh Allah dan merupakan perilaku setan sehingga bagi orang muslim hal tersebut sangat perlu dihindari, karena bila dibiarkan maka manusia akan menjadi budak dari dorongan hawa nafsu tersebut.

Salah satu konsep Islam yang membahas terkait bagaimana cara seseorang mengendalikan hawa nafsunya tersaji dalam konsep psikologi tasawuf. Dalam sudut pandang psikologi tasawuf, seseorang baru akan dikatakan mencapai kondisi ideal sebagai manusia apabila dia sudah bisa meninggalkan seluruh dorongan hawa nafsunya, terkhususnya nafsu terkait urusan duniawi. Tujuannya adalah agar bisa mengembalikan manusia kepada sifat-sifat asalnya yaitu sifat-sifat keruhanian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seperti apa psikologi tasawuf memandang perilaku konsumtif serta bagaimana cara meminimalisir perilaku tersebut berdasarkan kacamata psikologi tasawuf agar kembali ke perilaku berbelanja yang bisa dikatakan normal seperti berbelanja sesuai kebutuhan, membeli produk sesuai dengan

kemampuan finansial individu, dan kebermanfaatan produk yang dibeli (Fromm dalam Saleh, Wantini, & Diponegoro, 2023).

Dari sekian banyak aliran psikologi tasawuf yang ada, penelitian ini menggunakan konsep psikologi tasawuf menurut Robert Frager. Hal ini dikarenakan perilaku konsumtif berkaitan sangat erat dengan salah satu konsep Frager yaitu *nafs*. Psikologi tasawuf lain seperti Al Ghazali juga membahas mengenai *nafs*, tetapi penjabarannya tidak sedetail Robert Frager. Misalnya dari tingkatan *nafs*, Al Ghazali hanya menjelaskan nafs sampai 3 tingkatan saja, sedangkan Farger menjelaskannya sampai dengan 7 tingkatan (Frager, 1999; Muttaqin, 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Suminar & Meiyuntari (2015), Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus, lebih banyak, dan melebihi kebutuhan yang dibutuhkan untuk menunjukkan status sosial, prestis, kemewahan, keistimewaan, dan kepuasan akan kepemilikan dari suatu barang dan jasa yang mahal. Menurut Umami & Nurcahyati (dalam Ulayya & Mujiasih, 2020), perilaku konsumtif merupakan perilaku gemar dalam berbelanja seperti membeli, memakai, atau menghabiskan barang tersebut, agar mereka dapat dihargai dan diakui keberadaanya di lingkungan sosial. Menurut Muchlisin dalam (Husnia Annafila & Zuhroh, 2022), perilaku konsumtif ditandai dengan individu yang mengutamakan keinginan dalam membeli daripada mempertimbangkannya, memakai atau mengkonsumsi secara berlebihan baik barang maupun jasa, tidak mempertimbangkan antara kebutuhan dan manfaat dari produk yang dibeli, menimbulkan pemborosan, merasakan terpenuhinya kepuasan diri, dan termotivasi untuk mendapatkan pengakuan sosial. Menurut Sumartono (dalam Fransisca & Erdiansyah, 2020) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan pikiran yang matang dan tanpa adanya kebutuhan yang sangat diperlukan sehingga pembelian suatu produk menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Lebih lanjut menurut Fransisca & Erdiansyah (2020), mengatakan bahwa dibandingkan zaman sekarang, zaman dahulu seseorang membeli produk hanya untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder. Sedangkan di zaman sekarang, seiring berkembangnya teknologi dan variasi produk, membuat orang yang berbelanja cenderung untuk menyenangkan diri sendiri, memuaskan keinginan, dan lebih mementingkan faktor keinginan dibandingkan kebutuhan. Cronk (dalam Prabaningrum, Khasanah, & Tyaskyesti, 2019), berpendapat bahwa perilaku konsumtif hanya menawarkan kesenangan ego sesaat pada saat mendapatkan barang yang diinginkan. Manusia yang melakukan perbuatan ini hanya memenuhi fantasinya saja, dan

ketika fantasinya terpenuhi, mereka akan menciptakan fantasi lain agar kesenangan sesaat yang mereka rasakan bisa muncul kembali.

b. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid (dalam Saleh, Wantini, & Diponegoro, 2023); (Yuliawan & Subakti, 2022), terdapat 3 aspek dalam perilaku konsumtif:

1. Pembelian impulsif (Impulsive buying): Terjadi ketika individu sebagai konsumen merasa tertarik dengan barang yang ditawarkan penjual, sehingga individu tersebut membelinya secara spontan, tanpa pertimbangan yang panjang, dan tidak direncanakan sebelumnya. Strategi penjual dalam memasarkan produknya dengan cara yang menarik, memunculkan rasa ketertarikan dari konsumen untuk membeli produk tersebut meskipun sebelumnya tidak ada dalam daftar belanja yang telah direncanakan. Selain itu, keputusan dalam membeli produk tidak didasarkan pada pertimbangan dan pemikiran jangka panjang, sehingga keputusan dalam membeli bersifat emosional, yang merupakan sumber dari rasa ketertarikan tersebut.
2. Pemborosan (Wasteful buying): Ini terjadi ketika konsumen melakukan pembelian produk secara berlebihan dan kurang bermanfaat, bahkan tidak dibutuhkan. Perilaku ini muncul dengan melakukan penghamburan uang demi memenuhi keinginan konsumsi produk yang tidak jelas tujuannya. Perilaku ini biasanya muncul dari keinginan-keinginan yang sifatnya kesenangan sesaat tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lebih utama, atau membeli barang dengan model yang berbeda berulang kali meskipun memiliki kegunaan yang sama sehingga model yang lain tidak terpakai lagi.
3. Pembelian tidak rasional (Non rational buying): Individu yang membeli sesuatu tanpa melihat pada tingkat kebutuhannya tetapi hanya untuk mencari kesenangan atau memenuhi gengsinya. Kesenangan ini terjadi ketika individu memiliki waktu luang yang dimanfaatkan untuk jalan-jalan ke tempat perbelanjaan tanpa adanya daftar belanja, atau hanya *scrolling* dalam aplikasi belanja online yang pada akhirnya melakukan perilaku konsumtif. Selain itu, pemenuhan gengsi dilakukan untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang penuh dengan keinginan-keinginan secara berlebihan dalam memiliki barang-barang terbaru hanya karena popularitas barang-barang tersebut atau banyak digunakan oleh orang-orang. Hal ini menyebabkan konsumen akan mengeluarkan banyak uang tanpa kebutuhan yang jelas.

c. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Terdapat 2 faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif (Kotler & Keller dalam Saleh, Wantini, & Diponegoro, 2023); Yuliawan & Subakti, 2022; Mangkunegara dalam Rasyid, 2019; Philip Kotler dalam Ridwan, 2018)

1. **Faktor eksternal**
    a. Kebudayaan: Menurut Kotler (dalam Ridwan, 2018), budaya merupakan tempat di mana mayoritas manusia melakukan proses pembelajaran, oleh karenanya budaya menjadi faktor utama atau akar dari keinginan dan perilaku manusia. Dari budaya tersebut, individu memperoleh nilai-nilai fundamental, persepsi, hasrat, dan tingkah laku. Artinya, jika individu berada di dalam budaya konsumtif seperti dari pertemanan, maka kemungkinan besar individu tersebut akan memiliki perilaku konsumtif.
    b. Kelas sosial: Menurut Ridwan (2018), kelas sosial merupakan suatu kelompok tetap dan terstruktur dari masyarakat, di mana individu-individunya memiliki kesamaan dalam nilai, minat, dan perilaku. Kelas sosial tidak ditetapkan oleh satu faktor, tetapi dilihat sebagai kombinasi dari faktor seperti pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Menurut Mangkunegara (dalam Rasyid, 2019), semakin tinggi kelas sosialnya maka semakin tinggi pula kemewahan dan kualitas barang yang dimiliki. Sedangkan kelas menengah cenderung membeli produk dengan jumlah banyak dan terkadang membeli produk yang berkualitas baik. Pada kelas sosial yang rendah cenderung membeli barang dengan kuantitas daripada kualitasnya. Baik kelas menengah maupun kelas di bawahnya, mereka pada umumnya membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari dan memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.
    c. Kelompok sosial: Kelompok sosial adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai tujuan baik yang bersifat individual atau kolektif. Tingkah laku manusia dipengaruhi oleh seberapa pengaruh kelompok tersebut terhadap dirinya, baik dengan jumlah besar ataupun kecil. Terdapat dua jenis kelompok, yaitu: kelompok primer (keluarga, teman, tetangga, dan rekan pekerjaan) dan juga kelompok sekunder (kelompok keagamaan, asosiasi profesional, dan serikat pekerjaan) (Ridwan, 2018). Menurut Saleh, Wantini, & Diponegoro (2023), individu terdorong untuk mengadopsi perilaku dan gaya hidup baru yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok sosial tertentu, salah

satunya dengan memilih produk-produk yang mencerminkan status dan peran mereka dalam kelompok sosialnya.

d. Keluarga: Tingkah laku pembeli dapat dipengaruhi oleh bagaimana sifat keluarganya. Keputusan pembelian oleh anggota keluarga bergantung pada seberapa relevan produk tersebut terhadap keluarganya, situasi anggota keluarga, dan seberapa besar penggunaan dalam produknya. Keputusan pembelian keluarga dipengaruhi oleh produk yang dibeli serta situasi di mana setiap anggota keluarga menggunakan pengaruh yang berbeda. Pemasar tertarik pada bagaimana suami, istri, dan anak-anak memainkan peran atau memberi pengaruh pada pembelian berbagai produk (Ridwan, 2018).

2. Faktor internal

a. Faktor psikologis. Terdapat beberapa aspek dalam faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Kotler dalam Ridwan, 2018), diantaranya:

i. Persepsi adalah tahapan di mana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pemahaman yang bermakna tentang lingkungan di sekitarnya ataupun dunia secara luas. Tinggi atau rendahnya motivasi seseorang akan mempersiapkan mereka untuk bertindak, yang mana tindakan tersebut akan dipengaruhi oleh bagaimana mereka mempersepsikan situasi di lingkungannya.

ii. Pengetahuan atau pembelajaran adalah perubahan perilaku individu yang timbul karena individu mengalami suatu pengalaman. Menurut para ahli teori pembelajaran, sebagian besar perilaku manusia dipelajari oleh manusia lain melalui interaksi antara motivasi, stimulus, instruksi, respons, dan pembenaran, sehingga menciptakan baik perilaku baru maupun perilaku tiruan.

iii. Motivasi adalah stimulus kuat dari internal diri manusia yang menyebabkan adanya perilaku. Menurut Rasyid (2019), semakin tinggi motivasi seseorang untuk membeli produk, mereka cenderung melupakan rasionalitas. Selain itu, semakin tinggi persepsi terhadap produk, maka semakin tinggi motivasi untuk membeli produk tersebut.

iv. Keyakinan adalah gambaran mental yang dimiliki seseorang tentang suatu hal. Keyakinan dapat berdasarkan fakta, opini, atau kepercayaan, dan memiliki potensi untuk mempengaruhi emosi seseorang. Pemasar

tertarik pada keyakinan karena keyakinan ini membentuk citra produk dan merek yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

b. Faktor pribadi juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler dalam Ridwan, 2018), diantaranya :

i. Umur dan tahapan hidup seseorang akan mengubah produk yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera makanan, pakaian, alat rumah tangga, transportasi, dan sebagainya seringkali berhubungan dengan umur dan tahapan hidup yang akan dilalui oleh anggota keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

ii. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi produk yang dibelinya. Pekerja yang berkaitan dengan *software* cenderung membeli perangkat komputer untuk bekerja, sedangkan pekerja kebun akan membeli lebih banyak pupuk dan vitamin tumbuhan. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang menunjukkan minat atas produk mereka atau berusaha untuk menarik minat terhadap kelompok pekerja tertentu.

iii. Situasi ekonomi atau pendapatan seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Hal ini dikarenakan pendapatan seseorang menentukan kemampuannya dalam membeli produk tertentu. Semakin besar pendapatannya, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang untuk berperilaku konsumtif (Dany & Susanti, 2022). Selain pendapatan, tabungan juga ikut mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

iv. Dan hal-hal lain seperti kepribadian, konsep diri, jenis kelamin, gaya hidup, dan lainnya (Saleh, Wantini, & Diponegoro, 2023); (Yuliawan & Subakti, 2022).

d.. Definisi Psikologi Tasawuf

Tasawuf merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang membersihkan jiwanya dengan menyaring keinginan, pikiran, perasaan, maupun perilaku yang kotor melalui praktek spiritual islami untuk menempatkan dirinya sedekat mungkin pada Sang Pencipta, biasanya melalui perantara seorang *syekh* (de Munck & Manoharan, 2019).

Tasawuf mengajarkan bahwa seseorang harus tidak hanya sekedar meyakini eksistensi ketuhanan saja, tetapi orang tersebut juga harus menjalankan praktek spiritualnya baik langsung kepada Sang Pencipta maupun melalui interaksi sosial dengan sesama manusia (de Munck & Manoharan, 2019). Adapun beberapa contoh praktek spiritual tersebut diantaranya

seperti berdzikir, *khalwat*, berpuasa, menjaga adab, memuliakan sesama manusia, dan mengingat kematian (Rytter, 2014).

Menurut Frager (1999), tasawuf sendiri merupakan ajaran yang dibawa oleh orang sufi untuk mencapai tingkatan tertinggi pada praktek spiritual sufi, di mana seseorang akan kembali pada esensi sifat-sifat rohaniah yang terbebas dari dorongan *nafs* pada jasadnya, dengan begitu seseorang akan dapat bermunajat kepada Allah dengan sepenuhnya, sehingga apapun yang dikerjakannya bukan atas dorongan nafsu semata, namun akan senantiasa berorientasi pada Sang Pencipta.

e. Aspek Psikologi Tasawuf

Menurut Frager (1999), konsep tasawuf terdiri dari 3 hal yaitu *ruh*, *nafs*, dan *aql* di mana awalnya manusia memiliki sifat-sifat keruhanian, tetapi hal tersebut mulai memudar ketika *ruh* manusia ditiupkan oleh Allah ke dalam jasad, sehingga bercampur dengan sifat-sifat kefanaan duniawi, salah satunya ialah dorongan *nafs*. Di sinilah tujuan tasawuf ada, yaitu untuk membersihkan *ruh* dari sifat-sifat *nafs*, adapun *aql* muncul untuk menjadi jembatan seseorang dalam mengendalikan *nafs* yang diorientasikan pada sifat-sifat keruhanian. Adapun beberapa tingkatan *nafs* menurut Frager (1999):

1. Nafs Tirani: keadaan *nafs* seseorang yang masih didominasi oleh hawa nafsunya sehingga apabila dia melakukan keburukan ataupun kesalahan sangat kecil kemungkinannya muncul rasa untuk menyesal dan bertaubat. Hal ini akan membuat orang tersebut mengulangi perilaku buruk tersebut.
2. Nafs Lawwamah: kondisi di mana seseorang mulai muncul rasa penyesalan ketika menuruti hawa nafsunya, tetapi juga masih sering mengulangi keburukan yang dilakukan
3. Nafs Terilhami: posisi di mana nafs seseorang sudah tidak mendominasi dirinya lagi, sehingga ketika ia melakukan keburukan maupun kesalahan, dirinya akan bertaubat serta tidak melakukan hal tersebut lagi, dan pada tingkatan ini seseorang mulai mencari jalan spiritual yang dibantu oleh bimbingan seorang guru atau *syekh*.
4. Nafs Tenteram: tahapan ini masih sama dengan tahapan sebelumnya, perbedaannya ialah seseorang sudah tidak lagi memerlukan guru atau syekh untuk mencapai mencapai jalan spiritual.
5. Nafs Ridha: pada tingkatan *nafs* ridha seseorang sudah mulai merasa ikhlas dan berserah diri sepenuhnya pada Allah terhadap apa yang sudah diberikan kepada dirinya sehingga ia merasa ridha dengan takdir yang terjadi.

6. Nafs Diridhai: *nafs* pada tingkatan ini selain seseorang sudah mulai ridha dengan apa yang diberikan oleh Allah kepada dirinya, Allah pun juga meridhai orang tersebut. Sehingga dalam dirinya hanya ada ia dengan Allah.
7. Nafs Suci: ini merupakan tingkatan *nafs* tertinggi pada ajaran ilmu tasawuf dimana pada tingkatan ini seseorang sudah menghilangkan sifat ke-aku-annya yang membuat dirinya hilang dan melebur menjadi satu dengan Sang Pencipta, sehingga dalam dirinya hanya ada satu saja yaitu Allah semata, hatinya berorientasi hanya untuk Allah saja tidak ada yang lain.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif, suatu penelitian yang menggambarkan dan menganalisis persoalan-persoalan tentang fenomena atau tema penelitian. (Sugiyono, 2020). Adapun persoalan yang dianalisis adalah perilaku konsumtif ditinjau dari perspektif psikologi tasawuf Robert Frager. Penelitian kualitatif ini dilakukan dalam bentuk penelitian kepustakaan. Pengumpulan data dengan studi kepustakaan ini dimulai melalui penelusuran untuk menemukan berbagai sumber literatur yang terdiri dari buku serta artikel ilmiah dalam publikasi terindeks yang berisi tentang kajian perilaku konsumtif. Sedangkan dalam proses mengkaji psikologi tasawuf Robert Frager, peneliti menggunakan buku berjudul "Sufi Psychology: Psikologi Pertumbuhan, Keseimbangan, dan Keselarasan Batin Manusia" karya Robert Frager sebagai rujukan utama dalam menganalisis perilaku konsumtif. Setelah itu, melakukan analisis secara kritis terkait perilaku konsumtif dengan psikologi tasawuf Robert Frager, yang selanjutnya akan masuk ke dalam tinjauan penulisan. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis isi atau dokumen yang ditujukan untuk menganalisis isi dari artikel jurnal dan buku rujukan terkait perilaku konsumtif ditinjau dari psikologi tasawuf Robert Frager untuk mengetahui makna, hubungan antar berbagai konsep atau variabel, dan fenomena yang ada. Setelah melakukan analisis data, selanjutnya dilakukan penyajian datanya dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Saleh, Wantini, & Diponegoro (2023), agama Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan perilaku konsumsi, karena hal itu merupakan hal yang alamiah yang wajib dimiliki oleh manusia. Hal ini bisa dilihat pada beberapa surat dalam Al-Quran, seperti:

- Al-Baqarah ayat 168 "*Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik….*"
- Al-Imran ayat 14 "*Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan pada apa-apa yang diingini yang berupa perempuan, anak-anak, harta benda yang bertimbun*

tak terhingga berupa emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allahlah tempat kembali yang baik".

- Luqman ayat 20, "*Dia (juga) menyempurnakan nikmat-nikmat-Nya yang lahir dan batin untukmu*"
- Al-Mulk ayat 15, "*Dia (juga) yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkankan nikmat-nikmat-Nya yang lahir dan batin untukmu*"
- Al-Maidah ayat 88, "*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*"
- Al-A'raf ayat 31, "*Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*"
- Makanlah dan bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan sombong. (HR. Abu Daud dan Ahmad)

Berdasarkan pemaparan beberapa dalil diatas, dapat kita analisis bahwasannya Islam sendiri tidak melarang seseorang berperilaku konsumsi selagi hal tersebut tidak berlebihan. Hal ini dikarenakan Islam melihat hal tersebut sebagai naluri manusia. Islam mewajarkan aktivitas perilaku konsumsi seperti makan dan minum, berpakaian, berkeluarga, memiliki tanah, dan lain sebagainya agar manusia dapat melanjutkan dan mempertahankan eksistensinya. Di sisi lain, Islam melarang aktivitas konsumsi ketika manusia mengkonsumsi atau menggunakan sesuatu di luar batas wajar seperti pemborosan, membeli barang secara banyak yang tidak ada unsur manfaatnya, dan lainnya. Ini didukung dengan surat Al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi "26) *Dan berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.* 27) *Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya".*

Pengkonsumsian atau penggunaan sesuatu di luar batas wajar disebut sebagai perilaku konsumtif, yaitu kondisi dimana seseorang menggunakan atau membeli produk dengan jumlah yang berlebih. Di sisi lain, hal tersebut juga bisa dikatakan sebagai perilaku konsumtif apabila didasarkan pada dorongan keinginan atau emosional semata, bukan karena kebutuhan. Tentu hal ini bertentangan dengan definisi dari psikologi tasawuf sendiri yang dimana merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang bisa menyaring segala perasaan, pikiran, dan perilaku yang kotor atau kurang baik, dengan tujuan agar manusia bisa mendekatkan diri

kepada Tuhan dengan jiwa yang bersih. Dalam tulisan ini, peneliti akan mencoba melakukan perbandingan terkait faktor-faktor dan aspek-aspek perilaku konsumtif dengan aspek-aspek yang ada dalam psikologi tasawuf.

Seperti yang sudah dipaparkan pada kajian teori diatas, terdapat 2 faktor perilaku konsumtif yaitu eksternal dan internal. Faktor eksternal terdiri dari pengaruh lingkungan sekitar seperti keluarga, kelas sosial, budaya, dan kelompok sosial tertentu. Sedangkan untuk faktor internal sendiri meliputi faktor psikologis seperti motivasi, dan faktor pribadi seperti kepribadian seseorang. Berdasarkan hal tersebut peneliti menganalisis berdasarkan dependent yaitu saling mengaitkan antara faktor eksternal dengan faktor internal.

Menurut perspektif psikologi tasawuf, pengaruh secara eksternal seperti dorongan membeli sesuatu yang kurang dibutuhkan dari lingkungan sekitar sebenarnya dapat dikendalikan oleh faktor internal individu itu sendiri, yaitu dengan memunculkan motivasi untuk menahan diri agar tidak tergiur ataupun tergoda dengan tawaran-tawaran tersebut. Pada beberapa aspek dari psikologi tasawuf sendiri proses menahan dorongan untuk membeli sesuatu bisa kita lihat mulai dari aspek *nafs tirani*, dimana pada tingkatan ini individu akan memiliki kecenderungan yang sangat dominan untuk membeli segala sesuatu dengan berlebihan tanpa adanya unsur penyesalan sama sekali. Bahkan sekalipun sesuatu yang dibeli tersebut mempunyai dampak yang negatif pada diri individu maupun orang lain, contoh ketika ada seseorang yang membeli jam tangan mewah dikarenakan ia tergiur oleh tawaran-tawaran dari kelompok sosialnya dan memaksakan diri membeli barang tersebut sampai berhutang, dan suatu saat hutang tersebut menjadi beban tersendiri bagi individu itu, namun ketika individu itu sudah mengetahui bahwa membeli jam tangan mewah di luar kemampuan finansialnya ternyata berdampak negatif bagi dirinya, ketika dia ditawarkan kembali untuk membeli barang serupa, maka ia akan kembali membeli barang tersebut tanpa ada rasa penyesalan dalam dirinya.

Kemudian ada aspek *nafs lawwamah* yaitu ketika seseorang melakukan pembelian berdasarkan keinginan dirinya, ketika individu mengetahui hal tersebut ternyata berdampak negatif atau bersifat sia-sia, maka individu akan mengalami penyesalan pada dirinya, dan disinilah letak perbedaan antara perilaku konsumtif pada *nafs tirani* dengan *nafs lawwamah* yaitu munculnya penyesalan setelah menyadari dampak negatif dari perilaku konsumtif, sedangkan untuk *nafs tirani* sama sekali tidak ada rasa penyesalan dalam diri individu. Meskipun begitu, ada pula persamaan diantara keduanya, yaitu terletak pada kembalinya individu mengulangi perilaku konsumtif tersebut lagi.

Pada pandangan psikologi tasawuf, perilaku konsumtif bisa dikatakan mulai menghilang ketika berada pada aspek *nafs* terilhami yaitu ketika individu mengalami kecanduan berbelanja kemudian muncul penyesalan usai mengetahui dampak negatifnya, lalu apa perbedaannya dengan individu yang berperilaku konsumtif pada aspek *nafs lawwamah*? Walaupun keduanya memiliki persamaan munculnya penyesalan setelah berperilaku konsumtif, perbedaannya yaitu pada aspek *nafs* terilhami ini tidak akan ada lagi potensi individu untuk kembali melakukan perilaku konsumtif setelah menyadari dampak negatifnya. Hal ini dikarenakan individu sudah mampu berkomitmen untuk menahan agar tidak kembali mengulangi perbuatan buruknya, namun pada aspek ini individu masih membutuhkan bimbingan atau bantuan orang lain untuk menyadarkan apakah dirinya sedang berperilaku konsumtif atau tidak, karena secara alam bawah sadar individu masih belum bisa sepenuhnya menyadari hal itu. Kemudian ada aspek *nafs* tenteram yaitu ketika individu sudah bisa mulai menahan keinginan berperilaku konsumtif secara mandiri tanpa bantuan orang lain.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dilihat untuk tingkatan *nafs* tenteram sendiri seseorang sudah mampu meminimalisir dan menghilangkan perilaku konsumtifnya secara mandiri, maka hal tersebut juga berlaku pada tingkatan aspek nafs yang lebih tinggi lagi seperti *nafs* tenteram, *nafs* ridha, *nafs* diridhai, dan *nafs* suci. Menurut pandangan psikologi tasawuf, tingkatan-tingkatan pada aspek *nafs* tersebut dapat membantu individu untuk dijadikan parameter dalam menurunkan intensitas dari perilaku konsumtif.

Selain faktor perilaku konsumtif, aspek-aspek perilaku konsumtif seperti pembelian impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), dan pembelian tidak rasional (*Non rational buying*) bisa dijelaskan melalui teori psikologi tasawuf menurut Robert Frager. Jika dilihat dalam aspek *nafs*, maka *nafs tirani* (*ammarah*) merupakan *nafs* yang cocok dalam menjelaskan 3 aspek perilaku konsumtif tersebut. Hal ini dikarenakan, *nafs tirani* merupakan dorongan jiwa yang cenderung pada unsur negatif. *Nafs* ini ingin mendominasi dan mengendalikan pikiran dan perilaku manusia, sehingga perilaku konsumtif akan menjadi repetitif dan manusia akan mengeluarkan alasan-alasan logis agar ia dapat memunculkan perilaku konsumtif tersebut. Hal ini berujung pada terciptanya kebiasaan buruk baru yang terus berulang-ulang, yaitu kebiasaan untuk berperilaku konsumtif. Meskipun orang tersebut taat beragama, melaksanakan ibadah wajib, bersedekah, berbuat baik, bahkan sudah mengetahui dalil akan dilarangnya perilaku konsumtif, jika *nafs tirani* mendominasi, maka perilaku konsumtif akan terus muncul. Kecerdasan pun sering menjadi media untuk membenarkan *nafs* ini, sehingga keimanan dan moral batiniah pun menjadi terhalangi. Frager (1999) mengatakan bahwa seseorang yang berada di *nafs tirani* telah diperbudak oleh kesenangan pribadi. Bahkan

dapat menjurus ke arah candu untuk mendapatkan kesenangan pribadi. Mereka pun sering menyangkal bahwa mereka kecanduan dalam melakukan tindakannya, karena mereka telah didominasi oleh kecanduan yang tidak terkontrol. Menurut Frager (1999), karakteristik yang paling parah dalam *nafs* ini adalah kecanduan untuk dipuji. Banyak orang-orang yang berperilaku konsumtif hanya untuk memenuhi gengsinya dan perhatian dari semua orang, terutama perasaan bahwa status sosialnya menjadi tinggi ketika membeli barang-barang mewah. Kecanduan akan pujian lebih berbahaya dibandingkan alkohol dan narkoba, karena kecanduan akan pujian letaknya berada di jiwa terdalam manusia. Hal ini tidak terlepas dari letaknya *nafs tirani* yang berada di alam bawah sadar manusia, sehingga sering manusia tidak sadar bahwa ia sudah melakukan perilaku konsumtif, bahkan pada tahap di mana ia candu terhadap pujian.

Jika manusia memiliki rasa penyesalan dalam melakukan perilaku konsumtif, maka manusia tersebut berada pada tingkat *nafs penyesalan* (*lawwamah*). *Nafs* ini muncul ketika terdapat keimanan dan pemahaman batiniah yang mulai tumbuh, sehingga manusia mulai melihat keadaan dirinya. Individu akan terasa jijik jika mengingat atau merenungi perilaku tersebut, karena perilaku itu merugikan dirinya dan merupakan perbuatan yang dilarang oleh agama. Individu mulai memahami bahwa terdapat dampak negatif dari perilaku konsumtif yang dilakukannya, baik secara finansial, waktu, gaya hidup, atau merasa berdosa karena melakukan perilaku tersebut. Sayangnya, individu pada tingkat ini masih tetap melakukan perilaku konsumtif, sehingga di sisi lain ia merasa menyesal karena berbuat perilaku tersebut, tetapi di sisi lain ia masih melakukan perbuatan tersebut. Meskipun begitu, perilaku konsumtif tersebut akan terjadi secara lebih halus dibandingkan perilaku konsumtif yang terjadi pada tingkat *nafs tirani*, atau intensitasnya akan berkurang dibandingkan pada tingkat *nafs tirani*. Frager mengatakan:

"Pada tingkat ini kita bagaikan pecinta yang tidak jujur, yang mengaku mencintai secara spiritual dengan sepenuh hati, namun masih melirik kemungkinan-kemungkinan lainnya."

Perilaku konsumtif akan hilang jika individu berada di tingkat *nafs terilhami*. Ketika individu merasa menyesal telah melakukan perilaku konsumtif, ia akan bertaubat untuk tidak mengulangi perilaku buruk tersebut dan menjadi peka terhadap hal-hal yang berperilaku konsumtif. Menurut Frager, terdapat 3 aspek yang menunjukkan bahwa seseorang telah bertaubat dengan tulus: *pertama*, taubat masa lalu, yaitu individu melihat dan menerima bahwa ia pernah melakukan perilaku tersebut tanpa merasionalisasi atau membenarkan perilaku tersebut. *Kedua*, taubat masa sekarang, yaitu mengganti kerugian kepada pihak yang dirugikan karena perilaku konsumtif individu, bisa dengan membayar hutang jika ada pihak yang

dihutangi, meminta maaf kepada pihak yang dirugikan, menjual barang yang tidak memiliki manfaatnya, memberikan sebagian hartanya kepada orang lain dengan cuma-cuma, atau lainnya. *Ketiga*, taubat masa depan, yaitu individu bersumpah secara tulus tanpa ada paksaan bahwa ia tidak akan mengulangi perilaku konsumtif lagi. Lebih lanjut menurut Frager, Tuhan akan menerima taubat hambanya ditandai bahwa individu tidak akan tertarik lagi dengan keburukan di masa lalunya, yang dalam hal ini adalah perilaku konsumtif; segala kemewahan, rasa gengsi, keinginan untuk menaikkan status sosial, konformitas, gaya hidup, dan faktor lainnya yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, tidak membuat ia menjadi tertarik lagi.

Selain taubat, individu juga perlu dibimbing oleh seorang *syekh*, atau dalam hal ini bisa disebut dengan orang terdekat yang sangat mempengaruhi kehidupan individu seperti orang tua, teman atau sahabat, saudara, tokoh tertentu, motivator, orang yang ahli di bidang agama, atau orang lain. Kedekatan dan keselarasan terhadap *syekh* juga penting agar pesan-pesan dari *syekh* bisa masuk ke dalam hati individu dan individu dapat mengingat pesan-pesan dari *syekh* terutama dalam keadaan terpisah dari *syekh*. Sayangnya terdapat kekurangan dalam *nafs* ini, seperti yang ditulis oleh Frager:

"Tidak di satu stasiun pun, selain di stasiun nafs yang terilhami, nafs bersifat rapuh dan berada di dalam bahaya, yakni tempat ia harus merasakan pembebasan total dari diri ... ia selalu memiliki resiko untuk jatuh ke dalam tipu daya bahwa ia telah mencapai stasiun kesempurnaan dan terpancing ke dalam jebakan godaan setan, memandang dirinya dengan sombong, rentan terhadap pujian, merasa diri penting, dan mempromosikan diri sendiri."

Oleh karena itu, yang menetapkan bahwa seseorang telah lepas dari perilaku konsumtif adalah seorang *syekh* atau orang terdekat dari individu yang berperilaku konsumtif tersebut, bukan individu yang menetapkannya. Seseorang dapat lepas dari pengawasan seorang *syekh* jika ia berada pada tingkat *nafs yang tentram*, yaitu *nafs* yang memiliki sifat-sifat seperti yakin terhadap Tuhan, berperilaku baik, mendapatkan kenikmatan spiritual, memuja Tuhan, dan kepuasan hati. Sifat-sifat inilah yang akan memberikan manusia keamanan dari ego negatif, terutama dorongan untuk berperilaku konsumtif, sehingga individu akan melihat perilaku tersebut sebagai perilaku buruk, menjijikan, dan membuat ia tidak memiliki hasrat di dalam hatinya.

Pada pandangan psikologi tasawuf, terdapat cara untuk menahan dorongan *nafs* yang merupakan sifat-sifat jasmaniah, yaitu dengan terapi psikospiritual. Bukan hanya yang bersifat jasmaniah saja, psikospiritual juga memiliki tujuan untuk mengubah sifat-sifat buruk pribadi manusia menjadi lebih baik, membuka hati manusia, mencari kebijaksanaan dalam diri manusia, dan untuk mendekatkan diri kepada Tuhan. Adapun beberapa terapi psikospiritual

yang dapat dilakukan individu untuk menghilangkan perilaku konsumtif sekaligus meng-*upgrade* diri terkait tingkatan *nafs*, diantaranya yaitu:

1. Berpuasa

Berpuasa adalah salah satu ibadah dalam agama Islam yang dilakukan dengan menahan lapar, dahaga, dan hubungan seksual pada pagi hingga sore hari. Namun, puasa yang dimaksud di sini bukan hanya sekedar menahan hal-hal tersebut, tetapi juga menahan dorongan atau keinginan untuk menggunakan atau mengkonsumsi segala sesuatu yang bukan berdasarkan kebutuhan. Frager mengatakan bahwa terdapat 3 tingkatan dalam puasa: tingkat pertama merupakan puasa yang semata-mata menahan diri dari makanan, minuman, dan hubungan seksual. Ini biasanya dilakukan olehorang awam. Tingkat kedua merupakan puasa yang memperhatikan apa yang masuk ke dalam mulut dan apa yang keluar dari mulut. Artinya, seseorang harus memperhatikan inti, esensi, makna, atau manfaat dari produk yang akan digunakan atau dikonsumsi, dan memperhatikan perkataan sebelum diucapkan. Tingkat ketiga merupakan puasa yang menolak untuk dikuasai oleh pikiran, dorongan, atau bisikan duniawi dan terus untuk mengingat perintah Tuhan. Puasa bisa dimulai dengan satu minggu, lalu dilanjutkan pada minggu berikutnya dan berikutnya, secara berkala. Jika dirasa sangat berat, bisa dilakukan puasa secara parsial. Sangat penting bagi individu yang menjalankan puasa untuk menjalankan 3 tingkatan puasa tersebut baik secara bertahap ataupun dengan sekaligus. Salah satu manfaat puasa menurut Frager adalah melemahkan *nafs*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa *nafs* (terutama *nafs tirani*) berlokasi di alam bawah sadar manusia. Berpuasa dapat menampakkan *nafs* dalam diri manusia melalui berbagai macam alasan untuk membatalkan puasa individu. Sifat ketidaksabaran dan keegoisan pun merupakan ciri dari *nafs* dalam diri manusia. Oleh karena itu, dibutuhkan kesabaran yang kuat agar *nafs* dapat melemah. Selain kesabaran, terdapat beberapa alasan lain yang dapat melemahkan *nafs* ketika manusia berpuasa, seperti: tenaga yang dihamburkan berfokus pada kegiatan yang bersifat penting sehingga ketika lelah individu akan cenderung untuk mengurangi kegiatannya, individu akan mengerahkan seluruh tekadnya untuk berpuasa dan menolak untuk memuaskan dorongan ego negatif, dan keseluruhan rutinitas harian individu akan berubah karena perilaku negatif (dalam hal ini yaitu perilaku konsumtif) yang biasanya dilakukan sudah tidak muncul saat manusia sedang berpuasa.

2. Khalwat

Khalwat memiliki arti yaitu mengasingkan diri. Ini merupakan kesempatan bagi manusia untuk mengingat Tuhannya. Tujuannya adalah untuk memperdalam kesadaran dan kepekaan, serta introspeksi diri individu di kehidupan sehari-hari. Adapun caranya yaitu:

tuntaskan kewajiban lahiriah (makan dan minum, tidur, bekerja, dan lainnya) dan batiniah (ibadah fisik); mencari tempat yang sepi seperti di dalam kamar, rumah, atau ruangan tertentu; singkirkan benda-benda di dalam ruangan yang dapat mengganggu (gawai, buku-buku, sampah, dan lainnya); tutup jendela dan pintu agar tidak terganggu oleh lingkungan luar; bisa diniatkan melalui ucapan berupa doa atau diniatkan dalam hati; mulai melakukan perenungan terhadap hal-hal yang telah dilakukan pada diri sendiri dan pada orang lain, terutama pada perilaku boros, pengkonsumsian tidak rasional, dan perilaku yang mengedepankan *nafsu*. *Khalwat* bisa dilakukan selama 24 jam ,atau lebih baik 3 hari. Di sisi lain, individu bisa menjeda sesi *khalwat* tersebut untuk menyelesaikan kewajiban-kewajiban lainnya, agar sesi *khalwat* bisa dilaksanakan dengan syahdu. Bagian penting dalam kegiatan ini adalah pikirannya terpusat pada Tuhan, baik itu berbicara dengan Tuhan, *dzikir, atau* merenungi perintah Tuhan.

3. Melayani Saudara

Salah satu faktor mengapa seseorang berperilaku konsumtif adalah faktor eksternal, yang terdiri dari: kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Tidak jarang ditemukan bahwa seseorang berperilaku konsumtif juga karena lingkungan pertemanan (Dewi, Rusdarto, & Sunarto, 2017). Oleh karena itu, penting bagi individu untuk mencari teman yang baik, terutama orang yang saleh. Nabi Muhammad mengatakan:

"Seseorang akan mencocoki kebiasaan teman karibnya. Oleh karenanya, perhatikanlah siapa yang akan menjadi teman karib kalian." (HR. Abu Daud, no. 4833; Tirmidzi, no. 2378; dan Ahmad, 2:344)

Frager mengutip perkataan Rumi yang mengatakan:

"Perjuangan spiritual ada beberapa macam. Yang tertinggi adalah bergabung dengan para sahabat yang telah menghadapkan wajah mereka kepada Tuhan dan berpaling dari dunia ini. Tidak ada perjuangan spiritual yang lebih sulit daripada duduk bersama para sahabat yang saleh, karena wajah mereka semata dapat mengusir dan menihilkan ego."

Jika tidak ditemukan orang *saleh*, setidaknya suatu individu perlu memiliki teman yang baik dan sedikit melakukan perbuatan dosa. Oleh karena itu, teman seperti inilah yang membuat individu perlu mempertahankan persahabatannya dengan orang-orang tersebut, melalui 6 tanggung jawab yang perlu dilakukan:

1. Memberikan bantuan secara materi dengan sikap memenuhi kebutuhannya dengan kelebihan yang dimiliki oleh kita, atau dengan sikap memenuhi kebutuhannya dengan pembagian sama rata dari kebutuhan yang dimiliki oleh kita, atau dengan sikap memenuhi kebutuhannya dengan mendahulukan kebutuhannya dibandingkan kebutuhan kita. Sebagai gantinya seseorang untuk berperilaku konsumtif, individu

bisa memberikan bagian dari hartanya untuk diberikan kepada saudaranya, atau bahkan kepada orang yang kurang mampu.

2. Memberikan dukungan emosional, bisa dengan memuji dan memberikan perhatian sebagai sumber kekuatan bagi diri sahabat.
3. Menghormati kehormatan atau harga diri seorang sahabat.
4. Meminta maaf kesalahan diri dan memaafkan kesalahan orang lain.
5. Mendoakan kesejahteraan para sahabatnya, sebagaimana individu mendoakan kesejahteraan untuk dirinya.
6. Bersikap setia kepada para sahabat, dapat diandalkan dan tidak menjadi beban, dan memikirkan kebutuhan dan kondisi orang lain, sehingga memunculkan suasana kelompok yang saling peka, saling mendukung, dan saling menghormati.

4. Merenungkan kematian

Salah satu cara obat paling ampuh dalam menghilangkan kebiasaan dan perilaku lama terutama yang buruk adalah dengan mengingat kematian, karena kematian akan membuat seseorang menjadi lebih peka terhadap masa kini sehingga memulai proses untuk menumbuhkan diri menjadi pribadi yang lebih baik. Terdapat sikap penting untuk menumbuhkan sifat perenungan akan kematian: kematian adalah hal yang niscaya dan sadar bahwa ajal bisa datang kapanpun dan di manapun. Jika merasa sulit untuk membayangkan, individu bisa datang ke rumah sakit untuk membayangkan bahwa ia akan berbaring di ranjang dan sulit untuk bangun dari ranjang tersebut, atau menghadiri pemakaman untuk membayangkan bahwa ia akan berada di liang kubur yang kosong, atau berziarah ke kubur untuk membayangkan bahwa nama ia akan tertulis di nisan tersebut. Pada akhirnya, kita tidak bisa menggantungkan diri kita pada kekayaan, harta, kemewahan, produk yang dibeli dan dikonsumsi, dan sifat duniawi lainnya, karena hal tersebut tidak bersifat niscaya kecuali kematian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang kurang bijak, bukan hanya dalam pandangan umum namun juga dari sudut pandang psikologi tasawuf menurut Frager. Perilaku konsumtif menurut sudut pandang psikologi tasawuf Frager merupakan salah satu dari sifat jasmaniah yang didasarkan pada dorongan *nafs*. Hal ini menjadi tujuan utama dari psikologi tasawuf menurut Frager, yaitu dengan mengembalikan kita sebagai manusia pada sifat-sifat keruhanian yang sebenarnya, melalui pembersihan pikiran, perasaan, dan tindakan negatif yang didasarkan atas dorongan *nafs*, agar manusia dapat mentransformasikan *nafs tirani* menuju *nafs* yang suci. Frager dalam bukunya juga menuliskan beberapa cara untuk dapat menurunkan dorongan *nafs*

(dalam hal ini yaitu perilaku konsumtif) dan meningkatkan kualitas ruh individu yaitu dengan melakukan beberapa psikospiritual seperti berpuasa, khalwat, dzikir, sholat, merenungkan kematian, dan melayani sesama makhluk. Diharapkan dengan adanya tulisan ini dapat menjadi referensi bacaan sekaligus membantu seseorang yang mengalami perilaku konsumtif untuk dapat diatasi dengan beberapa terapi dari psikologi tasawuf menurut Frager. Batasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya mengkaji perilaku konsumtif menggunakan konsep *nafs*, sedangkan peneliti tidak membahas perilaku konsumtif dari sudut pandang konsep *ruh* dan *qalb*, maka dari itu untuk kedepannya diharapkan ada penelitian yang mengkaji bagaimana perilaku konsumtif ini berdasarkan konsep *ruh* maupun *qalb* menurut Robert Frager.

DAFTAR REFERENSI

Dany, A. S. R., & Susanti, A. (2022). PENGARUH PENDAPATAN, LITERASI KEUANGAN DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI SURAKARTA. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, *2*(4), 453–464. https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4452

de Munck, V., & Manoharan, C. (2019). Accessing the interiority of others: Sufism in Sri Lanka. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, *25*(3), 506–525. https://doi.org/10.1111/1467-9655.13080

Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, *6*(1), 29–35. https://journal.unnes.ac.id/sju/jeec/article/view/14618

Frager, R. (1999). *Sufi Psychology: Psikologi Pertumbuhan, Keseimbangan, dan Keselarasan Batin Manusia* (Rauf, H, Penerjemah). Jakarta: PT. Qaf Media Kreativa.

Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, *4*(2), 435. https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997

Husnia Annafila, F., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, *2*(1), 20–27. https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894

Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *12*(1), 61–71. https://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/6310

Muttaqin, A. (2022). *Tasawuf Psikologi Al-Ghazālī: Tazkiyat al-Nafs sebagai Upaya Menuju Kesehatan Mental* (N. L. Az (ed.); 1st ed.). Serang: Penerbit A-Empat.

Prabaningrum, D., Khasanah, S. N., & Tyaskyesti, S. (2019). PRINSIP SECUKUPNYA MENGENDALIKAN PERILAKU KONSUMTIF KAJIAN PSIKOLOGI SASTRA PADA NOVEL KELUARGA CEMARA 1. *JSI*, *8*(1). https://journal.unnes.ac.id/sju/jsi/article/view/29851

Rasyid, A. (2019). PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF AGAMA ISLAM. *Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi*, *5*(2), 172–186. https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudentia/article/view/2128

Ridwan, M. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*. UIN Sumatera Utara, Program Studi Ekonomi Syariah. http://repository.uinsu.ac.id/6202/

Rytter, M. (2014). Transnational Sufism from below: Charismatic counselling and the quest for well-being. *South Asian Diaspora*, *6*(1), 105–119. https://doi.org/10.1080/19438192.2013.862103

Saleh, R., Diponegoro, A. M., & Wantini. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Psikologi Islam. *Jurnal Psikologi Islam: Al-Qalb*, *14*(2). https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alqalb/article/view/5688

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif : untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja* (Vol. 4, Issue 02). https://core.ac.uk/outputs/291850230/

Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). HUBUNGAN ANTARA SELF CONTROL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-MONEY PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO. In *Jurnal Empati* (Vol. 9, Issue 4). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/28950

Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). PENGARUH FENOMENA KOREAN WAVE (K-POP DAN K-DRAMA) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGEMARNYA PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Penelitian Keislaman*, *18*(01), 1829–6491. https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jpk/article/view/5195