

## **HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMK KESEHATAN**

Fitriani & Muslimah Zahro Romas  
Fakultas Psikologi Universitas Proklamasi 45  
Yogyakarta

### **ABSTRACT**

Forty adolescence students participated in this research. They are from a health vocational school. During their school time they stay in a rent house / boarding house, since their parents live in other islands. Objective of this research is to verify the relationship between adolescence's consumptive behavior and their self-concept. It is expected that this result research will enrich parents and guidance counselor teacher in monitoring their grow-up children. Hypothesis of this research is that there is negative relationship between adolescence's self-concept and their consumptive behavior. The stronger their self-concept, their consumptive behavior will be less likely manifest. On the other hand, the more vulnerable their self-concept, the consumptive behavior will be more likely manifest. Result of this research revealed that the Pearson coefficient correlation  $r_{xy} = -0.673$ ,  $p < 0.05$ . It means that the research hypothesis is verified. However there are still three research limitations which relate to the respondent's characteristics. Several suggestions for the next research are discussed.

Key words: consumptive behavior, self-concept, adolescence.

### **PENDAHULUAN**

Perilaku konsumtif di kalangan remaja mampu meningkatkan angka tindak kriminal. Hal ini diperkuat oleh data yang dirilis oleh Pemberdayaan Perempuan dan Anak (PPA) Direktorat Reskrim Polda Sulselbar bahwa tindak kriminalitas yang melibatkan kalangan usia remaja kian mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Putera, 2012). Tindakan kriminal tersebut sangat beragam, mulai yang ringan seperti pencurian hingga berat seperti pembunuhan, narkoba, dan prostitusi. Berbagai kasus kriminal tersebut terjadi karena berbagai sebab, namun faktor ekonomi dan pemenuhan kebutuhan lebih mendominasi penyebab terjadinya berbagai kasus kriminal tersebut (Battar, 2012).

Meningkatnya kebutuhan di kalangan remaja dapat dipahami karena pada usia remaja sudah mulai tumbuh kesadaran akan pentingnya penampilan dan pergaulan yang luas. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, remaja membutuhkan sarana dan prasarana yang tidak sedikit harganya (Prayitno, 2006). Remaja membutuhkan pakaian yang layak, buku-buku, alat komunikasi dan kebutuhan lainnya. Persoalannya, sering remaja berusaha secara berlebih-lebihan memenuhi kebutuhannya. Mereka cenderung memilih barang yang mempunyai merek terkenal, karena terpengaruh iklan dan teman sebaya. Dampaknya mereka menuntut orangtuanya untuk menyediakan dana yang tidak sedikit jumlahnya. Para remaja menjadi konsumtif (Rizky, 2012). Perilaku konsumtif demi mendapatkan status sosial ini lebih dipengaruhi oleh faktor emosi daripada rasio (Hasibuan, 2010).

Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja selain karena sifat-sifat remaja itu sendiri yang mudah terpengaruh oleh lingkungan, bujukan iklan, meniru teman, tidak realistis, dan cenderung boros, juga didukung oleh para produsen yang sengaja memanfaatkan sifat-sifat remaja tersebut untuk membuat produk-produk yang ditargetkan khusus untuk remaja (Wagner, 2009). Remaja yang sedang dalam tahap perkembangan yaitu mengalami perubahan aspek dalam kehidupannya, baik dalam biologis, sosial ataupun kognitifnya. Seiring dengan perubahan-perubahan tersebut, pola konsumsi juga terbentuk sejak remaja (Rosandi, 2004) dan terus berlanjut hingga mereka memasuki tahap dewasa awal yang dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh berbagai penelitian (Wagner, 2009) bahwa para tukang belanja itu umumnya adalah remaja SMA dan perguruan tinggi.

Mengapa remaja berperilaku konsumtif? Ada dua faktor yang menyebabkannya yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok sosial dan kelompok referensi. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian, sikap dan konsep diri (Swastha & Handoko, 1987). Konsep diri merupakan suatu aspek penting pada masa remaja karena pada masa ini remaja mulai mengembangkan identitas diri dan penilaian diri (Brotosarso, 2005).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri. Faktor-faktor tersebut ialah *significant other* (orang yang terpenting atau yang terdekat) dan *self perception* (persepsi tentang diri sendiri) (Asrori, 2011) Persepsi diri yaitu penilaian individu terhadap dirinya sendiri ketika menghadapi suatu situasi tertentu. Konsep diri dapat dibentuk melalui pandangan diri dan pengalaman yang positif. Konsep diri ini merupakan dasar bagi terbentuknya suatu perilaku. Individu dengan konsep diri yang positif maka kemampuan interpersonalnya juga positif serta mampu menguasai lingkungan dengan baik. Individu dengan konsep diri negatif cenderung kurang menguasai lingkungan, sehingga ia hanya mengikuti saja bujukan teman. Dalam psikologi konsumen, remaja yang mempunyai konsep diri positif cenderung tidak mudah terpengaruh oleh bujuk rayu temannya, sehingga ia juga tidak berperilaku konsumtif. Remaja dengan konsep diri negatif, sebaliknya, cenderung berperilaku konsumtif agar tidak kehilangan teman.

Penelitian ini dilakukan pada remaja SMA yang mana mereka tinggal berjauhan dengan orangtuanya. Mereka harus bisa mengatur diri, termasuk mengatur keuangan yang dikirimkan secara rutin setiap bulannya oleh orangtuanya. Persoalan akan muncul ketika remaja tersebut mempunyai konsep diri negatif, sehingga kiriman uang dari orangtuanya tentu tidak cukup. Jadi tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan adanya hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini bermanfaat bagi guru-guru BK (bimbingan dan konseling) dalam memantau perilaku anak didiknya. Selain itu, para orangtua pun akan menjadi lebih waspada tentang pentingnya memantau keberadaan anak-anaknya di perantauan. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA. Semakin kuat konsep dirinya maka semakin lemah perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin lemah konsep dirinya, maka semakin kuat perilaku konsumtifnya.

## **METODE**

Empat puluh siswa SMA usia 15-17 tahun terlibat dalam penelitian ini. Mereka terpilih menjadi responden penelitian ini karena ditunjuk oleh guru mereka. Subjek penelitian tersebut menjadi responden untuk keperluan uji coba skala, sekaligus menjadi responden penelitian.



Variabel dependen penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Variabel tersebut diungkap melalui Skala Perilaku Konsumtif. Skala tersebut terdiri dari aspek pembelian impulsif, pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*). Skala tersebut terdiri dari 30 pernyataan. Setelah diuji coba, jumlah butir tinggal 27 pernyataan. Hasil uji coba adalah validitas butir berkisar antara 0,3-0,649. Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach adalah 0,877. Angka validitas dan reliabilitas tersebut sudah memenuhi syarat.

Variabel independen penelitian ini adalah konsep diri. Variabel tersebut diungkap melalui Skala Konsep Diri. Skala tersebut terdiri dari beberapa aspek yaitu diri fisik (*physical self*), diri keluarga (*family self*), diri sosial (*social self*), diri pribadi (*personal self*), dan moral etika diri (*moral ethical self*). Skala tersebut semula terdiri dari 50 pernyataan, namun setelah uji coba maka jumlah pernyataan menjadi 43 butir. Validitas butir bergerak dari 0,3-0,634, dan reliabilitas skala adalah 0,914. Angka validitas dan reliabilitas tersebut sudah memenuhi syarat.

Kedua skala tersebut disusun dengan model pertanyaan skala Likert, namun alternatif jawabannya hanya 4 alternatif jawaban. Untuk pernyataan yang sifatnya *favorable* (sesuai dengan tujuan skala), maka alternatif jawaban adalah SS (sangat setuju, nilai 4), S (setuju, nilai 3), TS (tidak setuju, nilai 2), STS (sangat tidak setuju, nilai 1). Untuk pernyataan yang sifatnya *unfavorable* (tidak sesuai dengan tujuan skala), maka alternatif jawaban adalah SS (sangat setuju, nilai 1), S (setuju, nilai 2), TS (tidak setuju, nilai 3), dan STS (sangat tidak setuju, nilai 4).

Cara analisis data adalah dengan korelasi *product moment*. Hal ini karena jumlah responden cukup banyak (lebih dari 30 orang), sehingga datanya akan mengikuti distribusi kurve normal. *Product moment* ini adalah teknik analisis statistik parametrik. Statistik parametrik mensyaratkan berbagai hal antara lain data yang ada harus sesuai dengan kurve normal, hubungan kedua variabel harus linier.

## HASIL PENELITIAN

Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa data penelitian untuk kedua skala mengikuti distribusi kurve normal. Untuk Skala Perilaku Konsumtif, koefisien Kolmogorov-Smirnov = 0,508 dengan  $p > 0,05$ . Untuk Skala Konsep Diri, koefisien Kolmogorov-Smirnov = 0,676 dengan  $p > 0,05$ . Uji asumsi selanjutnya adalah tentang hubungan variabel yang sifatnya linier (garis lurus). Koefisien *F- deviation from linearity* = 0,572, dengan  $p = 0,888$  atau  $p > 0,05$ . Koefisien F tersebut menunjukkan hubungan kedua variabel berbentuk garis lurus.

Pengujian hipotesis dengan korelasi *product moment* menunjukkan hasil  $r_{xy} = -0,673$  dengan  $p < 0,01$ . Hal ini menunjukkan adanya korelasi yang negatif sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Juga diperoleh harga koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,453. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan efektif variabel konsep diri terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 45,3%.

## DISKUSI

Analisis statistik menunjukkan hipotesis penelitian diterima dengan sangat signifikan. Hal itu berarti ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Semakin kuat konsep diri seseorang, maka semakin rendah munculnya perilaku konsumtif. Begitu juga sebaliknya, semakin lemah konsep diri seseorang, maka semakin tinggi kemungkinan munculnya perilaku konsumtif.

Sumbangan efektif variabel independen terhadap variabel dependen adalah 45,3%. Hal itu berarti bahwa variabel konsep diri mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif sebesar 45,3%. Temuan ini menguatkan berbagai hasil penelitian lainnya bahwa perilaku remaja sangat ditentukan oleh konsep dirinya. Konsep diri yang dibangun dan dikembangkan sehingga menjadi kuat, maka individu tidak mudah terpengaruh oleh segala bujuk rayu teman-temannya.

Penelitian ini meskipun hipotesisnya terbukti, namun mengandung beberapa kelemahan. Kelemahan pertama, berkaitan dengan karakteristik subjek penelitian. Subjek penelitian adalah remaja SMA yang tinggal

berjauhan dengan orangtuanya, sehingga mereka harus mondok atau menyewa rumah. Selain itu jenis sekolah mereka adalah SMA kejuruan bidang kesehatan. Artinya, setelah lulus mereka langsung bisa menerapkan ilmunya. Karakteristik ini cenderung mendorong responden untuk berhati-hati dalam membelanjakan uang yang diperolehnya dari kiriman orangtuanya. Jurusan sekolahnya yang memungkinkan mereka untuk langsung bekerja setelah lulus, menunjukkan bahwa latar belakang sosial ekonomi keluarganya kurang beruntung. Jadi tidak mengherankan bila mereka tidak leluasa membelanjakan uang kiriman dari orangtuanya. Oleh karena itu, untuk penelitian berikutnya disarankan karakteristik respondennya diperluas yaitu remaja yang tinggal bersama orangtuanya. Remaja yang tinggal bersama orangtuanya mungkin saja lebih bebas dalam membelanjakan uang sakunya.

Kelemahan kedua penelitian ini adalah jenis kelamin responden adalah perempuan, karena mayoritas siswa di sekolah tersebut memang perempuan. Siswa laki-laki hanya sedikit saja yang tertarik untuk bersekolah di tempat itu. Perilaku konsumtif remaja perempuan memang lebih jelas daripada remaja laki-laki. Padahal perilaku konsumtif remaja laki-laki juga bagus untuk diteliti, untuk keperluan generalisasi. Oleh karena itu penelitian selanjutnya jenis kelamin responden hendaknya perempuan dan laki-laki.

Kelemahan ketiga penelitian ini adalah cara mendapatkan responden adalah bergantung pada keputusan guru BK. Hal ini menunjukkan bahwa teknik pengambilan sampel tidak random, sehingga hasil penelitian sulit untuk digeneralisasi. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya penelitian diadakan di sekolah-sekolah yang mana peneliti bisa berinteraksi langsung dengan responden. Hal ini untuk menjamin keabsahan pengisian skala. Selain itu, prinsip pengambilan sampel secara random dapat terpenuhi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asrori. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri*. Retrieved on August 5, 2014 from: [www.makalahtentang.wordpress.com](http://www.makalahtentang.wordpress.com)
- Battar, S. (2012). *Anak berlaku kriminal, salah siapa*. Retrieved on August 10, 2014 from: [www.arahmah.com](http://www.arahmah.com).
- Brotoharsojo, H. (2005). *Psikologi ekonomi dan konsumen*. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.



- Hasibuan, E. P. (2010). Hubungan antara gaya hidup brand minded dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja puteri. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi USU.
- Prayitno, E. (2006). *Psikologi perkembangan remaja*. Padang: Angkasa Raya.
- Rizky, B. (2012). *Tugas perilaku konsumen*. Retrieved on August 10, 2014 from: [www.rizkybaharr.blogspot.com](http://www.rizkybaharr.blogspot.com).
- Rosandi, A. F. (2004). Perbedaan perilaku konsumtif antara mahasiswa pria dan wanita di Universitas Katolik Atma Jaya. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya.
- Swasta, B. & Handoko, H. (1987). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Edisi ke-1, cetakan ke-2. Yogyakarta: Liberty.
- Wagner (2009). Gaya hidup *shopping mall* sebagai bentuk perilaku konsumtif pada remaja di perkotaan. Studi kasus konsumen remaja di Tiga One Stop Shopping Mall di Jakarta. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.