

Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Harga Diri pada Remaja Putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta

Relationship between Consumptive Behavior and Self-Esteem in Adolescent Girls in Yogyakarta 10 Public High School

Wahyu Rochdiat M

Prodi S1 Ilmu Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Respati Yogyakarta
Email : wahyurmrespati@gmail.com

Abstrak

Latar Belakang: Perilaku konsumtif pada remaja putri disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Salah satu faktor internal yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif adalah harga diri. **Tujuan:** Untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif dengan harga diri remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan subjek penelitian sebanyak 91 siswa kelas X SMA Negeri 10 Yogyakarta yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dari jumlah populasi 118 siswa. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan perilaku konsumtif dalam kategori sedang sebanyak 54 responden (59,3%) dan harga diri dalam kategori tinggi sebanyak 65 responden (71,4%). Uji bivariat menggunakan uji Kendall-tau mendapatkan p-value sebesar 0,00 ($p < 0,05$). **Kesimpulan:** Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara perilaku konsumtif dengan harga diri pada siswa kelas SMA Negeri 10 Yogyakarta.

Kata kunci : Perilaku konsumtif, harga diri

Abstract

Background: Consumptive behavior in girl teenagers is affected by internal and external factors. One of the internal factors that affect teenagers to behave consumptively is self-esteem. **Objective:** To analyze the relationship of consumptive behavior with self esteem of girl teenagers in SMA Negeri 10 Yogyakarta. **Methods:** This research used quantitative research method, with the subject of research as many 91 students of class X SMA Negeri 10 Yogyakarta selected with purposive sampling from 118 students. **Result:** The result of this research shows that the majority of respondents are consumptive behavior in the medium category as much as 54 respondents (59.3%) and self-esteem in high category as much 65 respondent (71.4%). Bivariate test using Kendall-Tau found that coefficient value (r) = 0.637 and p -value = 0.00 ($p < 0.05$). **Conclusion:** This research shows a positive and significant correlation between consumptive behavior with self esteem in students of class X SMA Negeri 10 Yogyakarta.

Keyword : consumptive behavior,, self-esteem

PENDAHULUAN

Hasil survei Nielsen menempatkan negara Indonesia pada posisi teratas sebagai negara dengan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi di dibandingkan dengan negara-negara lainnya (Gerald dalam Sari 2016). Pembelian yang tidak direncanakan ini juga melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.

Perilaku konsumtif yang dialami remaja ini adalah sebuah masalah karena dapat menyebabkan beberapa hal. Pertama sifat boros, yang hanya menghambur-hamburkan uang dalam arti hanya menuruti keinginan belanja dan keinginan semata. Kedua kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya berada. ketiga tindakan

kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya. Keempat akan muncul orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan (Yuliantari dan Herdiyanto, 2015).

Wanita cenderung menghargai produk secara simbol dan emosional, sedangkan laki-laki menghargai produk secara fungsional dan berdasarkan kesenangan (Diba, 2014). Kecenderungan wanita untuk lebih mudah terpengaruh oleh promosi, iklan dan teman sebaya dalam perilaku konsumsinya sehingga memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berperilaku konsumtif dari pada remaja putra.

Perilaku konsumtif ditempuh agar remaja putri dapat meningkatkan harga dirinya (Yuliantari dan Herdiyanto, 2015). Pada masa remaja kebutuhan akan harga diri sangat dirasakan oleh remaja karena mereka cenderung mencari identitas dirinya dan merasakan keraguan dan ketidakjelasan akan peran individunya. Harga diri sebagai wujud bagi mereka untuk merasa bahwa dirinya bernilai dan dengan demikian akan membuat remaja semakin percaya diri (Perwitasari dan Dewi, 2013).

Dari 11 SMA Negeri Yogyakarta, SMA 10 Negeri Yogyakarta merupakan salah satu sekolah dengan jumlah siswa terbanyak dengan jumlah 506 siswa terdiri dari jumlah remaja putra 190 siswa dan jumlah remaja putri 316 siswa. Alasan pemilihan lokasi penelitian yakni dapat dengan mudah ditemukan tempat perbelanjaan mall-mall, ataupun cafe di dekat lingkungan SMA Negeri 10 Yogyakarta. Tempat-tempat itulah yang kemudian menjadi simbol pergaulan bagi para remaja di kota Yogyakarta. Banyak remaja rela mengeluarkan uang untuk berbelanja segala keperluannya dengan tidak memikirkan terlebih dahulu apa manfaat dari barang tersebut. Karena remaja membeli barang hanya karena keinginan semata bukan karena kebutuhan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dipahami bahwa perilaku konsumtif ikut berperan dalam menentukan harga diri pada remaja. Produk-produk yang dipandang sebagai lambang atau simbol status di kalangan remaja untuk meningkatkan harga dirinya akan dibeli dengan tanpa perhitungan dan pertimbangan yang matang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti adakah hubungan perilaku konsumtif dengan harga diri pada remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta

METODE

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif non-eksperimen dengan pendekatan cross sectional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling dari 118 siswa remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta. Sampel yang didapat sejumlah 91 responden.

Instrumen perilaku konsumtif yang digunakan diadopsi dari Setyawati (2010). Skala ini mengacu pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Rasimin (1995), yaitu motif membeli secara emosional, kemudian mode, dan inferiority complex. Jumlah pernyataan sebanyak 14 aitem dengan nilai validitas $>0,361$ dan koefisien reliabilitas sebesar 0,939. Instrumen harga diri yang digunakan alat tes yang telah baku milik Morris Rosenberg yaitu Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Instrumen ini terdiri dari aspek penerimaan diri dan penghormatan diri. Instrumen yang digunakan merupakan instrumen RSES yang diadaptasi oleh Azwar (2012) dengan versi bahasa Indonesia. Instrumen ini memiliki nilai validitas antara 0,415 sampai 0,703 dengan koefisien reliabilitas = 0,858.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel mempunyai masing-masing skala data nominal yang saling berhubungan. Analisa data yang digunakan adalah rumus dari uji Kendall Tau yaitu digunakan untuk mencari hubungan dan menguji hipotesis antara dua variabel.

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 19 Mei 2017, Penelitian ini dimulai dengan menjelaskan kepada bagian HUMAS SMA Negeri 10 Yogyakarta terkait dengan masalah yang akan diteliti dan menentukan waktu pembagian kuesioner. Waktu disesuaikan dengan permintaan pihak sekolah yaitu pada hari jumat setelah jam pelajaran terakhir selesai. Peneliti membawa 6 asisten dalam penelitian kemudian memasuki setiap kelas untuk menjelaskan tentang tujuan penelitian kemudian memberikan lembar persetujuan menjadi responden dan kuesioner penelitian, waktu pengisian kuesioner sekitar 15-20 menit.

HASIL

Tabel 1 memperlihatkan bahwa lebih dari separuh responden mendapatkan uang saku per bulan di bawah Rp 700.000 (89,01%). Berdasarkan pekerjaan dan penghasilan orang tua didapatkan hasil orang tua paling banyak bekerja sebagai wiraswasta (38,5%) dan paling banyak berpenghasilan > Rp. 3.000.000,- (56,0%). Berdasarkan tabel 2, perilaku konsumtif remaja putri berada pada kategori sedang (59,3%) sedangkan harga diri remaja putri mayoritas pada kategori tinggi (71,4%).

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden (N=91)

Karateristik Responden	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Jenis pekerjaan orang tua		
PNS	22	24,2
Swasta	17	18,7
Wiraswasta	35	38,5
Ibu rumah tangga	2	2,2
Lainnya	15	16,5
Penghasilan orang tua		
<Rp. 500.000	3	3,3
Rp. 500.000-1.000.000	9	9,9
Rp. 1.000.000-2.000.000	11	12,1
Rp. 2.000.000-3.000.000	17	18,7
>Rp. 3.000.000	51	56,0

Tabel 2. Perilaku Konsumtif dan Harga Diri Remaja Putri

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Perilaku Konsumtif		
Rendah	12	13,2
Sedang	54	59,3
Tinggi	25	27,5
Harga Diri		
Rendah	26	28,6
Tinggi	65	71,4
Total	91	100,0

Tabel 3. Analisis Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Harga Diri pada Remaja Putri

Perilaku konsumtif	Harga Diri						P -value
	Rendah	%	Tinggi	%	Total	%	
Tinggi	21	23,1	4	4,4	25	27,5	0,000
Sedang	4	4,4	50	54,9	54	59,3	
Rendah	1	1,1	11	12,1	12	13,2	
Total	26	28,6	65	71,4	91	100	

Berdasarkan tabel 3, responden dengan perilaku konsumtif tinggi memiliki harga diri rendah berjumlah 21 orang (23,1%) dan responden dengan perilaku konsumtif sedang memiliki harga diri tinggi berjumlah 50 orang (54,9%). Hasil analisa uji korelasi antara 2 variabel dalam penelitian dengan menggunakan rumus *kendall Tau* menggambarkan hasil sebagai berikut: dengan menetapkan derajat kebebasan $\alpha = 0,05$, maka didapatkan nilai dan *p-value* = 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini berarti ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan harga diri pada remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta.

PEMBAHASAN

Pekerjaan dan penghasilan orang tua responden adalah sebagai wiraswasta (38,5%) dan berpenghasilan > Rp. 3.000.000,- (56,0%), sedangkan perilaku konsumtif siswa remaja putri berada pada kategori sedang (59,3%). Afiati & Kurniawan (2014) mengatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua akan mempengaruhi perilaku konsumsi siswa. Ketika status sosial ekonomi orang tua siswa meningkat, maka konsumsi siswa pun juga akan meningkat. Hal ini dikarenakan orang tua siswa memiliki pendapatan yang lebih tinggi sehingga siswa mampu membeli apa yang diinginkan. Terkadang orang tua siswa berada di status sosial ekonomi atas seringkali memberikan uang saku yang berlebihan untuk anaknya dengan harapan siswa tersebut membelanjakan uang sakunya untuk membeli kebutuhan sekolah. Namun terkadang siswa dengan uang yang berlebihan menggunakan uangnya untuk membeli barang-barang secara tidak rasional.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Hariyono (2015) yang menyatakan bahwa remaja sedang mengalami perkembangan, baik dalam kognisi, afeksi maupun konasinya sehingga mereka cenderung selalu ingin tahu hal-hal baru dan mencobanya, termasuk di dalamnya membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Pendapat ini juga didukung oleh Mangkunegara (dalam Fardhani & Izzati, 2013) yang mengatakan bahwa remaja adalah konsumen yang mudah terpengaruh oleh rayuan penjualan, mudah terbujuk rayuan iklan, selain itu remaja adalah pembeli yang tidak berfikir hemat dan kurang realistis dan impulsif, sehingga remaja akan mudah untuk tertarik membeli produk tersebut dan menjadi konsumtif.

Aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang paling tinggi dalam penelitian ini yaitu aspek mode dimana berkaitan dengan macam-macam barang yang sedang populer dan digemari oleh orang banyak. Orang cenderung menganggap dirinya prestisius bila mengomsumsi jenis produk tertentu, atau produk dengan merek tertentu dan apabila suatu produk tertentu dianggap tidak ketinggalan jaman.

Kecenderungan wanita untuk lebih mudah terpengaruh oleh promosi, iklan dan teman sebaya dalam perilaku konsumsinya lebih tinggi daripada remaja laki-laki. Hal ini dikarenakan remaja perempuan sangat memperhatikan penampilan fisik, karena bagi mereka penampilan fisik sangat berperang dalam hubungan sosial. Akibatnya mereka banyak menghabiskan waktu dan pikiran untuk mencari cara memperbaiki penampilan (Tifani, 2014).

Berdasarkan tabel 2, harga diri responden mayoritas berada pada kategori harga diri tinggi sebanyak 65 responden (71,4%). Remaja yang memiliki harga diri tinggi cukup mampu menerima pribadinya dan puas dengan apa yang dimiliki, senantiasa akan memanfaatkan apa yang dimiliki sesuai kemampuan yang dimiliki, penerimaan dan penghargaan yang positif ini memberikan rasa aman dalam menyesuaikan diri atau bereaksi dalam stimulus dari lingkungan sosial. Penilaian harga diri tinggi terhadap diri sendiri adalah penilaian positif pada diri sendiri, seperti: aktif dan dapat mengekspresikan diri dengan baik, berhasil dalam bidang akademik dan menjalani hubungan sosial, dapat menerima kritik dengan baik (Pambudhi dan Meiyunatariningsih, 2015; Yusuf dan Bagus, 2012).

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Harter (dalam Santrock, 2007) bahwa penampilan fisik mempunyai sumbangan terbesar pada individu dalam rasa percaya diri dan penampilan fisik seseorang dapat mempengaruhi perilaku membeli pada individu tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih dan Bawono (2016) menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. Tabel 3 menunjukkan hasil uji bivariat menggunakan Kendall Tau didapatkan p-value = 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan harga diri pada remaja putri.

Masa-masa remaja adalah masa untuk mencari identitas diri dan mereka ingin eksistensinya diakui di lingkungan sekitar. Kelompok sebaya merupakan dunia nyata para remaja yang menyiapkan panggung dimana remaja dapat menguji diri sendiri dan orang lain (Harlock dalam Jasmadi dan Azzama, 2016). Remaja khususnya remaja putri berusaha untuk diakui oleh lingkungannya. Oleh karena itu, berperilaku konsumtif dapat menjadi sarana untuk menaikkan harga dirinya sehingga diakui oleh teman-temannya.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah kesulitan dalam mencari waktu dalam pengambilan data dikarenakan harus menyesuaikan dengan jadwal sekolah, dan waktu yang diberikan hanya jam setelah pelajaran terakhir selesai. Pada saat pengambilan data hanya dapat menggunakan 5 kelas dikarenakan ada 1 kelas yang tidak bisa ikut dalam

pengambilan data sehingga peneliti tidak dapat mengambil semua populasi sebagai responden.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Mayoritas tingkat perilaku konsumtif remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta dalam kategori sedang sebanyak 54 responden (59,3%)
2. Mayoritas tingkat harga diri remaja putri di SMA Negeri 10 Yogyakarta dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 65 responden (71,4%)
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan harga diri.

Saran

1. Bagi pihak sekolah
Guru harus memberikan arahan dan masukan bagi siswa tentang pola perilaku remaja yang baik sehingga para siswa tidak terpengaruh oleh lingkungan yang buruk.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan dapat menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti, sikap, perilaku, dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiati, B, & Kurniawan, Ry. 2014. 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS MAN Siduarjo', dilihat 09 Juni 2017.<jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Diba. 2014, 'Peranan Kontor Diri Terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Pebedaan Jenis Kelamin di Samarinda', Ejournal Psikologi Vol. 01, No. 03. <ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id> dilihat 18 Januari 2017.
- Fardhani, R & Izzati, A 2013, 'Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja Siswa SMA Trimurti Surabaya', Character, vol. 01, no. 02, dilihat 11 Oktober 2016.
- Hariyono, P (2015) 'Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja', Ejournal Psikologi, vol. 3, no. 2: 569-578, <ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id>
- Jasmadi, & Azzama A. 2016 'Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Bandah Aceh', jurnal psikoislamedia, vol. 1, no. 2 dilihat 10 Juni 2017
- Ningsih, A Bawono, Y (2016) 'Hubungan antara Peilaku Konsumtif pada Produk X dengan Citra Diri Remaja Putri', jurnal mediapsi, vol. 2, no. 1, hal 45-50.
- Pambudhi., A & Meiyuntariningsih., T 2015, 'Efektivitas Group Cognitive Behavior Thrapy (GCBT) dalam Menurunkan Kecemasan Menghadapai Pelaku Bulillyng Ditinjau dari Harga Diri pada Korban Bullling', Jurnal Ilmiah Psikologi Terapi, vol. 03, no.01. <ejournal.umm.ac.id>, dilihat 23 Desember 2016.
- Perwitasari, M & Dewi, K 2013, 'Hubungan antara Harga Diri dan Kebutuhan Afiliasi dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja', Character, vol. 2, no. 01, hh. 0-120, dilihat 10 Oktober 2016.
- Santrock, John W (2007), Remaja edk 11 jilid I, Jakarta : Erlangga.

- Sari, R,K (2016) ‘Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (Pembelian Kompulsif) pada Masa Remaja Akhir di Samarinda, Ejournal Psikologi, vol. 4, no. 4 hal 361-372, <ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id>
- Tifani, (2014) ‘Hubungan antara Kontor diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang’, Jurnal Ilmiah PSYCHE, vol. 8, no. 2: 90-100
- Yuliantari, I & Herdiyanto, K. 2015, ‘Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di Kota Dempasar’, Jurnal Psikologi Udayana, vol. 2, no. 1, 89-99.
- Yusuf, L & Bagus, R 2012, ‘Harga Diri Pada Remaj Menengah Putri di SMA N 15 Kota Semarang, Jurnal Nursing Studies, vol.1, no.1, hh. 225-230. <<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jnursing>>