

**TINGKAT KONSUMTIF REMAJA: STUDI BINA KELUARGA REMAJA GUNUNG
PANGILUN, PADANG, SUMATERA BARAT**

Anggi Fitria¹

Universitas Negeri Padang

fitriaanggi35@gmail.com

Mudjiran²

Universitas Negeri Padang

mudjiran.unp@gmail.com

Agus Irianto³

Universitas Negeri Padang

Prof.agusirianto@gmail.com

ABSTRACT

Adolescents in achieving and fulfilling their development tasks must be able to prepare themselves in the field of economics in the sense that teenagers must be smart in the field of entrepreneurial behavior, this can be achieved of course by reducing consumptive attitudes. Consumptive attitude is an attitude of buying goods and services that are inadequate in nature and only prioritizing desire factors rather than needs, and there is no priority scale or can also be interpreted as a luxury lifestyle so that consumptive people can no longer consider function or use when buying goods but consider the pretensions inherent in the goods that consume goods or services in excess. The purpose of this study was to describe teenage consumptive attitudes in order to be able to help BKR/ Counselor coaches in an effort to reduce adolescent consumptive attitudes. This study uses descriptive quantitative methods. The preparation of tests involves three experts and their implementation is assisted by BKR/ Counselor coaches. The instrument used was a consumptive attitude questionnaire using a Likert scale. Data analysis was carried out with a description and the results of data analysis showed that of 30 adolescents 1 (3.3%) people were in the very high category, 10 people (33.3%) were in the high category, 12 (40%) were in the medium category, 6 people (20%) are in the low category and 1 person (3.3%) is in the very low consumptive attitude category.

Keywords: Adolescence, Consumptive Attitude

ABSTRAK

Remaja dalam mencapai dan memenuhi tugas perkembangannya harus mampu mempersiapkan diri dibidang ekonomi dalam artian disini remaja harus pintar di bidang perilaku kewirausahaan, hal ini bisa tercapai tentu dengan mengurangi sikap konsumtif. Sikap konsumtif adalah suatu sikap membeli barang-barang dan jasa yang sifatnya kurang di perlukan dan hanya mementingkan faktor keinginan dibandingkan faktor kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah sehingga orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan *pretise* yang melekat pada barang tersebut yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan sikap konsumtif remaja guna untuk bisa membantu Pembina BKR/ Konselor dalam upaya mengurangi sikap konsumtif remaja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penyusunan tes melibatkan tiga ahli serta pelaksanaannya dibantu oleh Pembina BKR/Konselor. Instrument yang digunakan berupa pernyataan angket sikap konsumtif dengan menggunakan skala likert. Analisis data dilakukan dengan deskripsi dan hasil analisis data menunjukkan bahwa dari 30 remaja 1 (3,3%) orang berada pada kategori sangat tinggi, 10 orang (33,3%) berada pada kategori tinggi, 12 (40%) berada pada kategori sedang, 6 orang (20%) berada pada kategori rendah dan 1 orang (3,3%) orang berada pada kategori sikap konsumtif sangat rendah.

Kata Kunci: Remaja, Sikap Konsumtif

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia secara tidak langsung menyebabkan peningkatan terhadap daya beli masyarakat. Kebiasaan dan gaya hidup pun ikut berubah dari waktu ke waktu, individu yang awalnya menghemat pengeluaran, berubah menjadi boros tanpa memikirkan manfaat barang yang dibeli. Pola hidup seperti ini, terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda terutama pada usia remaja. Sikap seseorang yang ingin melakukan pembelian barang tanpa memikirkan kegunaan inilah yang disebut sikap konsumtif (Imron, 2003).

Sikap konsumtif dikalangan remaja merupakan salah satu fenomena yang terjadi, di perkotaan, maupun di perdesaan. Kecenderungan remaja mengeluarkan uang belanja lebih untuk keperluannya tanpa memikirkan manfaat dari barang tersebut (Celia, 1998). Palupi (2018) mengatakan bahwa konsumtif adalah sikap membeli yang dilakukan oleh seseorang yang tidak lagi di dasarkan pada pemikiran rasional tetapi sudah pada tingkat membeli barang karena hasrat yang tidak rasional. Kecenderungan individu, terutama kalangan remaja yang membeli barang yang belum tentu digunakan dan

bermanfaat baginya. konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dan sekedar gaya hidup (Damsar, 1997).

Remaja menurut Erikson dilihat dari perspektif psikososial, usia mereka merupakan pencarian identitas. Masa ini remaja berada dalam kontinum antara *identity and identity confusion*. Problematika yang dihadapi oleh individu adalah sebuah kemutlakan dalam menjalani proses pertumbuhkembangan, dan dalam mencapai dan memenuhi tugas perkembangannya. Menurut Havighurst terdapat beberapa tugas perkembangan remaja salah satunya yaitu mencapai kemandirian secara ekonomi (Yusuf, 2013).

Pendapat di atas menjelaskan bahwa, pada tahap perkembangannya remaja diharapkan dapat menyelesaikan tugas perkembangannya, salah satunya di bidang perilaku kewirausahaan (kemandirian ekonomi) yaitu dengan cara tidak bersikap konsumtif. Perilaku kemandirian ini merupakan tugas bagi remaja, karena remaja harus belajar dan berlatih dalam membuat rencana, memilih alternatif, membuat keputusan dan bertindak sesuai dengan keputusannya sendiri serta

bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dilakukannya.

Kemandirian ekonomi dapat didefinisikan sebagai hasrat untuk mengerjakan segala sesuatu bagi diri sendiri, agar mampu menciptakan suatu kehidupan dalam mengatur soal ekonomi, dan tidak bergantung pada orang tua. Tujuan dari memperoleh kemandirian merupakan tugas bagi remaja. Salah satu dari dasar kemandirian ekonomi adalah dasar budaya, dasar budaya ini pada akhirnya memunculkan salah satu permasalahan bagi remaja yakni sikap konsumtif (Asiyah, 2013).

Menurut Neufeldt, sikap konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat konsumtif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Secara psikologis hal ini menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001). Sedangkan menurut pendapat Engel, Blackwell dan Miniard mengatakan bahwa gaya hidup merupakan suatu refleksi dari aktifitas, minat dan opini seseorang. Maka perilaku konsumtif banyak dikaitkan dengan gaya hidup seseorang. Berdasarkan pernyataan diatas jika seseorang menghabiskan banyak waktu dan uang untuk hal-hal yang tidak berguna, berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan, maka gaya hidup

seperti ini dikategorikan sebagai konsumtif (Pertiwi & Hidayati, 2018).

Sikap konsumtif adalah suatu sikap membeli barang-barang dan jasa yang sifatnya kurang di perlukan dan hanya mementingkan faktor keinginan dibandingkan faktor kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah sehingga orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan *pretise* yang melekat pada barang tersebut yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Warsito, 2008).

Konsumtif dapat dikatakan sebagai sikap kenakalan atau sikap yang menyimpang ketika remaja berbelanja dengan menggunakan uang jajan secara berlebihan, membohongi orang tua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mencuri uang orang tua agar dapat membeli barang yang disukai (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Remaja adalah peralihan dari kanak-kanak ke dewasa. Masa ini terjadi perubahan sikap dan perilaku. Tingkat perubahannya sejajar dengan tingkat perubahan fisik yang disertai perubahan

hormonal. Usia remaja berada pada usia peralihan atau transisi. Mereka tidak lagi merasa menjadi anak-anak, walaupun mereka belum bisa memegang tanggung jawab seperti orang dewasa. Masa transisi ini remaja menjadi aktif dan agresif untuk mengetahui segala hal. Keadaan tersebut karena adanya pertumbuhan, perkembangan dan pembentukan jiwa remaja. Kondisi demikian menyebabkan ia mudah sekali terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya (Hurlock, 1994).

Berdasarkan penelitian Wahyunanda (2018) dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen dan sebelumnya pada tahun 2017 populasi *netizen* mayoritas berasal dari usia muda dengan persentase 80 persen, dan pada tahun 2014, setidaknya 30 juta anak-anak dan remaja di Indonesia merupakan pengguna internet. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat perilaku konsumtif dikalangan remaja baik dari segi penggunaan barang ataupun jasa.

Setyastuti, (2012) mengemukakan beberapa alasan mengapa sikap konsumtif lebih mudah mempengaruhi kalangan remaja. Salah satunya karena secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Masa remaja

merupakan masa penuh gejolak emosi sehingga mereka mudah terkena pengaruh lingkungan. Pembelian tidak berkaitan dengan nilai guna suatu benda untuk memenuhi kebutuhan, tetapi berkaitan dengan unsur-unsur simbolik untuk menandai kelas, status, atau simbol sosial tertentu (Violina, 2013).

Jika kecenderungan berbelanja dan bermain secara *online* atau *game offline* di usia sekolah tidak dikurangi maka akan berdampak negatif kepada remaja di jenjang pendidikan berikutnya. Hal ini dapat dilihat dari hasil data Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Mahasiswa angkatan 2017 dan 2018. Tahun 2017 dari 1.133 mahasiswa aktif, berinvestasi adalah 280 orang . Artinya hanya 21 % mahasiswa yang produktif, begitu pun pada tahun 2018 dari 1.131 mahasiswa hanya 111 orang berinvestasi, itu artinya hanya 9,9 % mahasiswa produktif.

Hasil wawancara yang penulis lakukan, Remaja selalu tertarik dan cenderung mengadopsi hal-hal yang baru di lingkungannya. Kemudian perkembangan fisik yang pesat itu menyebabkan remaja cenderung untuk berupaya tampil semenarik mungkin, baik dalam pergaulan terhadap sesama jenis, lawan jenis, maupun dengan masyarakat luas pada umumnya.

Hal ini dapat dilihat dari fenomena yang terjadi Gunung Pangilun, Padang. Kecenderungan siswa berbelanja/jajan makanan berlebihan tanpa memikirkan keuangan, membeli makanan bermerek terkenal seperti: *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Mc Donald, J.Co secara langsung serta kebiasaan menggunakan waktu untuk bermain secara berlebihan sehingga lupa akan tugas-tugas sekolah dan ada juga yang bermain *game online* atau *offline* atau bahkan ada yang *shopping online*. Berdasarkan kondisi tersebut peneliti ingin mengetahui lebih lanjut terkait tingkat konsumtif remaja pada Bina Keluarga Remaja (BKR).

Menurut Wirdhana (2012) Bina Keluarga Remaja (BKR) merupakan kegiatan strategis dalam rangka pembangunan Sumber Daya Manusia melalui peran orangtua untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan berkeluarga dan pembinaan tumbuh kembang anak dan remaja secara baik dan terarah. Kegiatan Bina Keluarga Remaja dilakukan secara berkelompok yang terdiri dari orangtua yang memiliki anak remaja dan kader/fasilitator yang berasal dari tenaga masyarakat bersifat sukarela memberikan penyuluhan dengan pembinaan oleh pemerintah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif yang bersifat *deskriptif*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mencoba menggambarkan, memaparkan dan menafsirkan suatu fenomena yang terjadi sesuai dengan data yang dapat dilapangan.

Menurut (Arikunto, 2010) pada umumnya pendekatan kuantitatif banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data serta penampilan hasil. Sejalan dengan Arikunto, Saifuddin (1996) mengemukakan bahwa penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013) metode ini sebagai metode ilmiah, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Sasaran penelitian adalah Bina Keluarga remaja (BKR) di Gunung Pangilun, Padang, Sumatera Barat yang berjumlah 30 remaja. Tahapan penelitian diawali dengan menetapkan sampel

penelitian melalui survey kasus yang ada di BKR seluruh Kota Padang. Berdasarkan survey ditemukan adanya kasus yang perlu binaan, yaitu pada kelompok BKR Gunung Pangilun, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang. Dari 30 remaja yang ada yang memiliki kasus sikap konsumtif. Selanjutnya peneliti menyusun instrumen dalam bentuk angket dengan Skala Likert dan menganalisis secara kuantitatif kondisi sikap konsumtif remaja yang ada di BKR Gunung Pangilun. Diketahui bahwa instrument yang digunakan pada uji tingkat validitas (*item analysis*) dan reliabilitasnya (Cronbach's Alpha) dinyatakan valid per *item* dan reliable (0,942).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap remaja kampong KB Gunung Pangilun yang mempunyai latar belakang keluarga yang berbeda-beda. Hal ini berarti sampel penelitian bersifat heterogen yang antaranya dilihat dari uang saku remaja yang berbeda-beda, penghasilan orangtua yang berbeda-beda serta tingkat sikap konsumtif yang juga berbeda. Dari 30 subjek pada pendistribusian angket sikap konsumtif dapat dilihat pada table deskripsi subjek penelitian berdasarkan umlah uang saku perminggu:

Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jumlah Uang Saku per minggu

Jumlah uang saku perminggu	frekuensi	Persentase
----------------------------	-----------	------------

Kurang dari Rp. 100.000	13	43,3 %
Rp. 100.000-Rp. 150.000	8	26,7%
Rp. 151.000-Rp. 200.000	3	10 %
Lebih dari Rp. 200.000	5	16,7%
Tidak mengisi	1	3,3 %
Total	30	100%

Sumber: Olahan data primer, 2019.

Dari 30 subjek, 1 orang (3,3%) tidak mengisi jumlah uang saku perminggu. Subjek yang mengisi data mengenai uang saku per minggu sebanyak 29 orang, yaitu 13 orang (43,3%) memiliki uang saku kurang dari Rp. 100.000 per minggu, 8 orang (26,7%) memiliki uang saku antara Rp. 100.000 sampai Rp. 150.000 per minggu, 3 orang (10%) memiliki uang saku Rp. 151.000 sampai Rp. 200.000, dan 5 orang (16,7%) memiliki uang saku lebih dari Rp. 200.000.

Tabel 2. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jumlah Penghasilan Ayah per bulan

Jumlah Penghasilan per bulan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari Rp. 1.000.000	6	20 %
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	9	30 %
Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	7	23,3%
Rp.3.000.000-Rp.4.000.000	3	10 %
Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	1	3,3 %
Lebih dari Rp.5.000.000	2	6,7 %
Tidak Mengisi	2	6,7 %
Total	30	100%

Sumber: Olahan data primer, 2019.

Dari 30 subjek, 2 orang (6,7 %) tidak mengisi jumlah penghasilan ayahnya per bulan. Subjek yang mengisi data mengenai penghasilan ayahnya per bulan sebanyak 18 orang, yaitu 6 orang (20%) penghasilannya kurang dari Rp. 1.000.000, 9 Orang (30%) penghasilannya berkisar antara Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000, 7 orang (23,3%) penghasilannya Rp.

2.000.000-Rp. 3.000.000, 3 orang (10%) berpenghasilan Rp. 3.000.000-Rp.4.000.000 per bulan. 1 orang (3,3%) berpenghasilan Rp. 4.000.000-Rp.5.000.000 per bulannya dan 2 orang (6,7%) mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 5.000.000 per bulannya.

Tabel 4. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jumlah Penghasilan Ibu per bulan

Jumlah Penghasilan per bulan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari Rp. 1.000.000	16	53,3 %
Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	3	10 %
Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	4	13,3%
Rp.3.000.000-Rp.4.000.000	3	10 %
Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	0	0 %
Lebih dari Rp.5.000.000	0	0 %
Tidak Mengisi	4	13,3 %
Total	30	100%

Sumber: Olahan data primer, 2019.

Dari 30 subjek penelitian, 4 orang (13,3%) tidak mengisi penghasilan ibunya per bulan. Yang mengisi sebanyak 26 orang yaitu, 16 orang (53,3%) memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 per bulan, 3 orang (10%) memiliki penghasilan Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000 perbulan, 4 orang (13,3%) berpenghasilan Rp. 4.0040.000-Rp.5.000.000 per bulannya, selanjutnya tidak ada orang (0%) yang berpenghasilan antara Rp.4.000.000-Rp.5.000.000 dan juga tidak ada orang (0%) yang mempunyai penghasilan lebih dari Rp.5.000.000 per bulan.

Tabel 3. Tingkat Sikap Konsumtif Remaja BKR Gunung Panglun

No	Kategori	Rentang skor	F	%
1	Sangat Tinggi	> 179	1	3,3 %
2	Tinggi	145-178	10	33,3%
3	Sedang	111-144	12	40%
4	Rendah	77-110	6	20%

5	Sangat Rendah	< 76	1	3,3 %
Jumlah			30	100%

Sumber: Olahan data primer, 2019.

Berdasarkan hasil *pretest* pada tabel di atas, tingkat sikap konsumtif remaja dapat dilihat sebagai berikut: dari 30 remaja 1 (3,3%) orang berada pada kategori sangat tinggi, 10 orang (33,3%) berada pada kategori tinggi, 12 (40%) berada pada kategori sedang, 6 orang (20%) berada pada kategori rendah dan 1 orang (3,3%) orang berada pada kategori sikap konsumtif sangat rendah.

Berdasarkan penjelasan di atas, dilihat dari penghasilan orang tua remaja masih tergolong konsumtif. Karena walaupun penghasilan orangtua mereka banyak, mereka masih bergantung pada penghasilan orangtua tersebut, sedangkan untuk menghasilkan remaja yang produktif, remaja harus dituntut untuk mandiri dibidang perekonomian. Dengan adanya pembahasan penelitian tentang tingkat konsumtif ini, dimasa yang akan mendatang diharapkan remaja menjadi remaja yang produktif dan menghasilkan sehingga terciptanya peluang usaha yang bisa meningkatkan perekonomian.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis data diatas dapat disimpulkan bahwa sikap konsumtif remaja berada pada kategori tinggi dan sedang. Sikap konsumtif adalah suatu sikap membeli barang-barang dan

jasa yang sifatnya kurang di perlukan dan hanya mementingkan faktor keinginan dibandingkan faktor kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah sehingga orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan *pretise* yang melekat pada barang tersebut yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Kondisi ini merupakan permasalahan yang harus mendapatkan penanganan khusus sehingga dibutuhkan sebuah modul untuk mengurangi sikap konsumtif remaja, agar remaja mampu menjadi remaja yang produktif dimasa sekarang ini.

REFERENSI

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Asiyah, N. (2013). Pola asuh demokratis, kepercayaan diri dan kemandirian mahasiswa baru. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2(2).
- Celia, L. (1998). *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Damsar. (1997). *Sosiologi Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Hurlock, E. B. (1994). *Perkembangan Anak; Jilid 1*.
- Imron, M. (2003). Kemiskinan dalam masyarakat nelayan. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1), 63–82.
- Palupi, E. P. D. (2018). Mengurangi perilaku konsumtif dengan menggunakan Terapi Kognitif Perilaku (CBT) dengan mengusung nilai budi pekerti budaya Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, 2(1), 254–259.
- Pertiwi, S. A. B., & Hidayati, E. (2018). Kecanduan Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar pada Remaja di SMA Muhammadiyah 1 Semarang Kecamatan Candisari Kota Semarang. *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 7(2), 183–191.
- Saifuddin, A. (1996). *Pengantar Psikologi Inteligensi*. Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Setyastuti, Y. (2012). Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert Introvert. *Jurnal Komunikator*, 4.
- Sugiyono, P. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfa Beta.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Pola Hidup Konsumtif*.
- VIOLINA, E. I. (2013). *Pengaruh Penggunaan Teknik Assertive Training dalam Mereduksi Perilaku Konsumtif pada Siswa SMPN 2 Delitua Tahun Ajaran 2013/2014* [PhD Thesis]. UNIMED.
- Wahyunanda, K. P. (2018). *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*.
- Warsito, M. N. (2008). *Mari Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*. Putra Nugraha.
- Wirhdhana, I. (2012). *Materi Pegangan Kader Tentang Bimbingan Dan Pembinaan Keluarga Remaja*. BKKBN Nasional Direktorat Bina

Ketahanan Remaja, Jakarta), cet ke-II.
Yusuf, A. M. (2013). *Metode Penelitian. Padang*. UNP press.