**NASKAH PUBLIKASI**

**HUBUNGAN ANTARA MANAJEMEN DIRI DENGAN**

**PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI SEKITAR PASAR GODEAN**



Oleh :

**YOSI BESTARI**

**05410025**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**YOGYAKARTA**

**2010**

**HUBUNGAN ANTARA MANAJEMEN DIRI DENGAN**

**PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI SEKITAR PASAR GODEAN**

**YOSI BESTARI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANAYOGYAKARTA**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujan untuk mengetahui hubungan antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di sekitar pasar Godean. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi manajemen diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah manajemen diri, maka perilaku konsumtif tinggi.Subjek penelitian adalah 50 remaja putra dan putri di sekitar pasar Godean. Subjek berumur 12-21. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala manajemen diri dan skala perilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada hubungan negative antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif dengan korelasi rxy = -0,424 ( p > 0,01 ), sehingga hipotesis yang diajukan diterima.

Kata kunci: Manajemen diri, Perilaku konsumtif.

**Pendahuluan**

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi, kebutuhan masyarakat akan barang maupun jasa juga semakin meningkat. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah gaya hidup mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan maupun pemenuhan kebutuhan hidup yang lain. Pola hidup konsumtif akan membawa dampak yang negatif bagi masyarakat. Pola hidup ini menyebabkan keadaan ekonomi biaya tinggi, yaitu tingkah laku konsumtif yang cenderung harus mengeluarkan biaya tinggi untuk memenuhi kebutuhannya. Pola konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda.

 Menurut Yatman (dalam Huda, 1994) remaja memang merupakan kelompok masyarakat yang potensial sebagai sasaran pasar, remaja mudah dipengaruhi untuk melakukan dan mengembangkan pola hidup konsumtif. Sebagai bagian dari masyarakat remaja tentu saja memiliki keinginan untuk selalu menjaga penampilan dalam pergaulan sehari-hari baik di dalam maupun di luar rumah, terutama remaja putri yang cenderung meniru gaya rambut, dandanan, aksesori dan ingin memakai baju baru, sepatu baru, tas baru Hal tersebut menyebabkan para remaja berperilaku konsumtif karena memiliki emosi yang labil dan mudah dipengaruhi. Menurut organisasi Kesehatan Dunia (dalam Lentera Sahga, 2000) masa remaja sering dipandang sebagai masa yang paling sulit karena pada interval usia 14-24 tahun remaja sedang mengalami penyesuaian dari masa remaja menuju masa dewasa, serta adanya tuntutan dari keluarga dan masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Hurlock menjadikan remaja mudah terombang-ambing dan lebih mudah untuk dipengaruhi.

 Ambarwati ( 2008) Fakta-fakta yang ada tentang remaja yang berperilaku konsumtif telah terlihat hampir diseluruh pusat-pusat pertokoan dan Mall. Perilaku konsumtif tersebut diantaranya adalah membeli pakaian yang bermerk dan mahal-mahal seperti Lea,CG,D&G sampai fast food Mc Donald, Pizza Hut, KFC (Hasanah, 2003).

Kondisi diatas akan menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja dilakukan secara berlebihan. Terkadang hal-hal yang diinginkan remaja berada diluar kemampuan orang tua sebagai sumber dana. Hal tersebut selanjutnya dapat menyebabkan masalah ekonomi bagi keluarga. Masalah yang lebih besar dapat terjadi apabila diperoleh dengan cara yang tidak baik (Tambunan,2001)

Masalah-masalah yang timbul dari perilaku konsumtif yang dilakukan remaja diatas, seharusnya tidak terjadi apabila remaja memiliki kemampuan untuk mengantisipasi yaitu dengan manajemen diri dimana remaja mempunyai cara mengelola diri dari kebutuhan dan keinginan yang sulit untuk dibendung, sehingga terdapat hubungan antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif yang dialami remaja. Untuk mengurangi perilaku konsumtif yang dialaminya, subyek dapat mengarahkan atau mengatur dan mengontrol tingkah lakunya, sebab subyek adalah orang yang paling mengetahui akan kekurangan dan kelebihan dirinya.

Berdasarkan fakta-fakta di atas, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara manjemen diri dengan perilaku konsumtif pada ibu rumah tangga

**Metode**

 Dalam penelitian ini menggunakan dua variable yaitu manajemen diri ( sebagai variable bebas ) dan perilaku konsumtif sebagai ( variable terikat ) pada remaja di sekitar pasar Godean.Difinisi operasional untuk menjelaskan variable diatas adalah:

1. Variebel manajemen diri adalah kemampuan seseorang untuk mengenali, mengelola diri sendiri dan mengeluarkan seluruh daya serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Variabel perilaku konsumtif adalah perilaku konsumtif mengacu pada pola dan gaya hidup yang ada pada masyarakat luas. Kegiatan konsumen dalam mengkonsumsi barang secara tidak rasional yang cenderung kurang dibutuhkan, karena didasari sifat emosional berupa suatu dorongan untuk mengikuti orang lain tanpa pertimbangan dalam mengambil keputusan.

 Pengambilan subjek penelitian berjumlah 50 orang di sekitar pasar Godean. Cara pengambilan sample dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Menurut teknik teknik *purposive sampling* pemilihan sample dilakukan terhadap kelompok yang telah di tentukan ciri populasi yang diketahui sebelumnya. Adapun cirri sample yang dimaksud adalah:

1. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan

2. Usia antara 14-22

3.Tinggal menetap di sekitar pasar Godean.

 Metode pengumpulan data dilakukan dengan skala yang terdiri dari skala manajemen diri dan skala perilaku konsumtif.

 Tipe skala ini menggunakan model Likert yang terdiri atas empat kategori pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing aitem yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian jawaban bergerak dari satu sampai empat.

 Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis product moment dari person yaitu analisis untuk mencari hubungan antara manajemen diri dan perilaku konsumtif pada remaja di sekitar pasar Godean.

**Hasil**

 Berdasarkan hasil hipotesis dengan analisis korelasi product moment antara manajemen diri dan perilaku konsumtif menunjukan koefisien korelasi( rxy) = -0,424 ( p < 0,01). Hal ini berarti menunjukan korelasi yang signifikan antara manajemen diri dan perilaku konsumtif pada remaja disekitar pasar Godean. Dengan demikian hipotesis peneliti diterima. Koefisien determinasi (r2) yang diperoleh sebesar 0,179 yang berarti bahwa sumbangan manajemen diri adalah 17,9% dan sisa 82,1 sebesar merupakan faktor lain.

**Diskusi**

Hasil analisis product moment menunjukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif rxy = -0,424 ( p > 0,01 ). Hal ini membuktikan hipotesis peneliti yang diajukan bahwa terdapat hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada remaja disekitar pasar godean dapat diterima. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi manajemen diri maka perilaku konsumtif remaja cenderung semakin rendah, demikian pula sebaliknya semakin rendah manajemen diri maka perilaku konsumtif cenderung semakin tinggi.

Hipotesis penelitian yang diterima menunjukkan bahwa kualitas manajemen diri dapat dianggap sebagai salah satu yang turut menentukan kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan hasrat untuk berperilaku konsumtif. Gie (1996) mengatakan bahwa manajemen diri merupakan segenap usaha untuk mencapai kesuksesan hidup yang berpegang kepada strategi tertentu. Strategi utama dan pertama dalam manajemen diri adalah berusaha mengetahui diri sendiri dengan segala kelebihan dan kekuatan yang dimiliki.

 Perilaku konsumtif dikalangan remaja akan mudah muncul karena remaja pada umumnya dalam berpakaian, berdandan, gaya potongan rambut mengikuti tokoh idola yang dijadikan panutan, dengan tujuan supaya dapat menyerupai gaya sang idola. Selain itu remaja cenderung ingin menjadi perhatian teman-teman dan lingkungannya. Adanya minat berlebih terhadap penampilan tersebut akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Adanya sikap seperti diatas, membuat orang selalu merasa tidak puas jika barang yang diinginkan belum dimiliki. Sikap hidup seperti ini merupakan salah satu masalah sosial yang cukup serius, sebab akan membawa dampak negatif bagi masyarakat Indonesia umumnya dan remaja pada khususnya. Strategi pertama dan utama dalam mengelola keinginan-keinginan berperilaku konsumtif adalah berusaha mengetahui diri sendiri dari segi kelebihan dan kekurangan (kelemahan) dengan potensi yang dimilikinya. Dengan mengenali diri sendiri, seseorang individu dapat mengetahui apa yang sesungguhnya ia butuhkan dalam hidup ini.

Remaja dengan kemampuan manajemen diri yang baik mempunyai kemampuan mengontrol lingkungan karena aktif mencari informasi untuk mengontrol lingkungan sekitar dimana individu berada dan menentang pengaruh dari luar seperti iklan dan gaya hidup orang lain, sehingga dalam membeli barang dan jasa tidak mudah terbujuk pengaruh-pengaruh tersebut dan individu cenderung tidak berperilaku konsumtif. Remaja dengan kemampuan manajemen diri yang baik lebih mampu menunda pemuasan, mempunyai sikap kontrol lingkungan dan menentang pengaruh-pengaruh dari luar, karena remaja dengan manajemen diri mempunyai keyakinan diri sehingga dapat mengontrol perilakunya. Jika seseorang mempunyai kontrol internal kuat,maka seseorang akan memiliki kemampuan untuk menahan diri ketika dihadapkan pada stimulan eksternal berupa barang dan jasa.

Sebaliknya jika manajemen diri remaja rendah, akan cenderung mengikuti tekanan dan bujuk rayu dari iklan-iklan dalam hal ini dalam melakukan perilaku konsumtif. Remaja akan lebih mudah terbawa arus dan tidak dapat mengambil keputusan untuk dirinya sendiri.

Hasil kategorisasi terhadap manajemen diri pada remaja menunjukkan bahwa terdapat 50 remaja ( 58,00% ) yang memilki manajemen diri yang tinggi. ( 42,00% ) memilki manajemen diri yang sedang serta tidak ada remaja yang mempunyai manajemen diri rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian berada pada kategori tinggi. Di mana manajemen diri tersebut digunakan untuk meredam keinginan untuk membeli yang bersifat boros, impulsif, tidak rasional.

 Hasil kategorisasi terhadap perilaku konsumtif pada remaja menunjukkan hasil dari 50 remaja ( 62,00% ) yang memiliki perilaku konsumtif sedang. ( 38,00%) memiliki perilaku konsumtif rendah. Serta tidak ada remaja yang mempunyai perilaku konsumtif tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif sunjek penelitian berada pada kategori sedang.

 Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil koefisien determinasi ( R square ) manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada remaja disekitar pasar godean sebesar 0,179.Hal tersebut diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Rizal Khamami ( 2003) yang menunjukkan peranan kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif cenderung kecil yaitu sebesar 6,2 %. Hal ini berarti masih banyak faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh pendapat (Swastha dan Handoko, 2000) bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor eksternal yang meliputi: Motivasi, Proses belajar dan pengalaman, Kepribadian dan konsep diri, Keadaan ekonomi, Gaya hidup.sedangkan factor internal meliputi: Kebudayaan, Sub Budaya, Kelompok Sosial, Kelompok Referensi, Kelas Sosial, Keluarga, Besarnya uang saku.

 Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen diri mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja disekitar pasar Godean. Remaja yang mempunyai manajemen diri tinggi, perilaku konsumtifnya rendah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manajemen diri mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif

 **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulakan bahwa: Ada hubungan negatif antara manajemen diri dengan perilaku konsumtif pada remaja disekitar pasar Godean, artinya semakin tinggi manajemen diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya semakin rendah manajemen diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dapat di turunkan jika remaja mampu meningkatkan kemampuan manajemen diri, yaitu kemampuan untuk mengatur dan mengelola diri sendiri. Untuk lebih meningkatkan kemampuan manajemen diri pada remaja salah satu alternatifnya adalah dengan cara mengikuti kegiatan positif diluar rumah seperti seminar, pelatihan sehingga dapat mengurangi kecenderungan berbelanja yang mengarah pada perilaku konsumtif pada remaja.

**Daftar Pustaka**

Andriyani, I,N (2002). Hubungan antara Manajemen Diri dengan Intensi Berhubungan Seks Bebas pada Mahasiswa Kos. *Skripsi* (Tidak diterbitkan) Yogyakarta : Fakultas Psikologi UNWAMA.

Afrianto.A.D. Hubungan Antara Manajemen Diri dengan Sikap Konsumtif pada Remaja Putri. *Skripsi*(tidak diterbitkan).Yogyakarta:Fak.Psi UMBY

Azwar,S.2002. *Penyusun Skala Psikologi*, Edisi Ketiga (cetakan ketiga), Yogyakarta:Pustaka Pelajar Offset.

Famina. (1995). *Behavioral Trend of Generation x*. No. 88/ XXIX.56-67. September. Penerbit: PT. Gaya Favarit PressGhifari.A.2003 .*Remaja Korban Mode*. Bandung.Mujahid Press

Gausaak.2004.*Pola Hidup Kita Cenderung Konsumtif*, http/www.sasani.com,di pada tanggal 5 April 2006

Gie,T,L (1996). *Strategi Hidup Sukses*. Yogyakarta: Liberti

Hamzah,A.(2003). Korupsi,Apa dan Mengapa? *www.sejagat.com*

Lestari. D (2009).Hubungan Antara Pengendalian Diri dengan Stress pada Kepala Keluarga Berpenghasilan Tidak Tetap.*Skripsi* (tidak diterbitkan)Yogyakarta:Fak.Psi UMBY

Prabawati.H(2008).Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri.*Skrisi*(tidak diterbitkan).Yogyakarta:Fak.Psi UMBY

Pertiwiningrum. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri.*Skripsi*(tidak diterbitkan).Yogyakarta:Fak.Psi UMBY

 Prijaksono,A dan Sambel,R.( 2002).*Control your self*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia. Swastha,B.dan Handoko,T.H.2000.*Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*.Yogyakarta:Liberti

 Sehadi,J,N.(2003).Perilaku *Konsumen:Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta:Fajar Interpratama OffsetTambunan, R.2001.

 Tinarbuko,S (2005) *Melawan Cengkraman Konsumtivisme Dalam tayangan Televisi*. Kedaulatan Rakyat .Yogyakarta.Edisi 4 januari 2005.

Walgito,B.2003. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar. Edisis Revisi Kedua*. Yogyakarta:Andi Offset

*Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*. 1990. Pola Konsumen dalam

 Keluarga.Yogyakarta:YLKI