



Info Artikel:
Diterima: 06/03/2017
Direvisi: 19/04/2017
Dipublikasikan: 30/10/2017

Dipublikasikan oleh :
Indonesian Institute for Counseling, Education and Therapy (IICET)

Akses Online :
<http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>

PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN REMAJA

Eni Lestarina^{1*)}, Hasnah Karimah², Nia Febrianti³, Ranny⁴, & Desi Harlina⁵

Abstrak

Artikel ini menjelaskan gambaran secara umum perkembangan remaja yang berkaitan dengan ciri-ciri remaja itu sendiri. Remaja merupakan tahap perkembangan manusia yang banyak terjadi kegoncangan karna merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Perilaku konsumtif termasuk dalam perilaku yang rawan dialami oleh remaja adanya faktor pengaruh sehingga perilaku ini terbentuk dalam diri remaja. Perilaku konsumtif juga memiliki karakteristik dan aspek pendukung sehingga menjadi kebiasaan yang dilakukan remaja.

Keyword: perilaku konsumtif, remaja



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2017 by author

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan salah satu periode yang penting dalam suatu rentang kehidupan (Fitri, Zola, & Ifdil, 2018; Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017). Pada masa ini para remaja memiliki kesempatan yang besar untuk mengalami hal-hal yang baru serta menemukan sumber-sumber dari kekuatan, bakat serta kemampuan yang ada didalam dirinya. Sementara itu pada masa remaja juga dihadapkan pada tantangan, batasan dan kekangan-kekangan yang datang baik dari dalam diri maupun dari luar dirinya sendiri. Dari segi definisi remaja merupakan individu yang telah mengalami masa baliq atau telah berfungsinya hormon reproduksi. Pengertian remaja dari segi umur yaitu individu yang berada dalam rentangan usia antara 13 sampai 21 tahun. Pada masa remaja mereka dituntut untuk menjalani tugas-tugas perkembangan (Falentini, Taufik, & Mudjiran, 2013).

Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada remaja putri pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang

tersebut dan belum tentu sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, remaja putri yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenyakannya (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997).

Menurut Piaget (Nasution, 2007) secara psikologis masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa. Masa remaja adalah usia dimana remaja tidak lagi merasa di bawah tingkat orang dewasa melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak, integrasi dalam masyarakat (dewasa), mempunyai banyak aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok, transformasi yang khas dari cara berpikir remaja memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan.

Perubahan-perubahan yang jelas terlihat pada masa remaja adalah terjadinya perubahan fisik. Pada masa ini pertumbuhan fisik belumlah terlihat sempurna. Sehingga, hanya sedikit remaja yang merasa puas dengan bentuk tubuh yang mereka miliki. Bagi remaja yang tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki maka mereka akan mempercantik diri dengan membeli pakaian dan alat-alat kecantikan yang dapat menonjolkan bentuk fisik yang dianggap menarik (Fitria & Sukma, 2013).

Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan, membuat para remaja berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mereka tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri (Hurlock, 1999:206). Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima membuat remaja melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada remaja. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar. Sikap dan perilaku tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997).

Belanja atau shopping bagi para remaja bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, tapi sudah menjadi gaya hidup (Hatane Samuel, 2006). Remaja ingin dianggap keberadaannya dan diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha diterima dalam lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya, menyebabkan remaja untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang populer (Sihotang, 2009). Selain itu, mereka juga ingin mendapatkan suatu penilaian diri yang positif, perasaan ingin diterima dan dihargai oleh teman-temannya yang pada akhirnya menunjukkan eksistensi mereka dalam kelompok tersebut. Inilah yang mereka lakukan untuk dapat meningkatkan harga dirinya.

Remaja

Remaja atau *adolenscence* berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh ke arah kematangan”. Menurut Hurlock (1999:206) awal masa remaja berlangsung dari umur 13 tahun sampai 17 tahun. Saat ini istilah remaja mempunyai arti yang lebih luas dan tidak hanya meliputi kematangan fisik tetapi mental, emosional, dan sosial. Secara psikologis, masa remaja adalah bahwa usia anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan pada tingkatan yang sama (Restu & Yusri, 2013).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa masa remaja adalah masa peralihan periode anak-anak menuju periode dewasa yang ditandai perubahan biologis, psikologis dan sosioekonomi secara bertahap. Adapun berapa lama periode remaja ini berlangsung tergantung pada faktor internal yakni perkembangan karakter individu, serta faktor eksternal seperti faktor sosial, budaya dan sejarah.

Ciri-ciri Perkembangan Remaja

Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode-periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri tersebut akan diterangkan sebagai berikut : (1)Masa remaja sebagai periode yang penting karena fisik dan akibat psikologis, (2) Masa remaja sebagai masa peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya, (3) Masa remaja sebagai periode perubahan, (4) Masa remaja sebagai usia bermasalah, namun masalah masa remaja tersebut sering menjadi masalah yang sulit diatasi oleh mereka, (5)Masa remaja sebagai masa mencari identitas, penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi anak laki-laki dan perempuan, (6) Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan adanya anggapan stereotip budaya, (7) Masa remaja sebagai masa yang tidak realistic, (8) Masa remaja sebagai ambang masa dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belumlah cukup, remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa dengan begitu mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan (Deprina Fajaria; Marjohan; Indah Sukmawati, 2013).

Perkembangan Remaja

Masa remaja ditandai dengan terjadinya berbagai proses perkembangan yang secara global meliputi perkembangan jasmani dan rohani. Perkembangan jasmani terlihat dari perubahan-perubahan bentuk tubuh dari kecil menjadi besar sedangkan rohani tampak dari emosi, sikap dan juga intelektual. Perkembangan yang dialami masa remaja adalah:

Perkembangan Fisik

Menurut Hurlock (1999:210) perkembangan fisik pada masa remaja mengarah pada pencapaian bentuk-bentuk badan orang dewasa.Perkembangan fisik terlihat jelas dari perubahan tinggi badan.bentuk badan dan berkembangnya otot-otot tubuh.

Perkembangan Seksual

Perkembangan seksual ditandai dengan munculnya tanda-tanda kelamin primer dan sekunder.

Perkembangan Heteroseksual

Pada masa remaja mulai timbul rasa ketertarikan terhadap lawan jenis.

Perkembangan Emosional

Kedaaan emosional pada masa remaja tidak stabil.

Perkembangan Kognisi.

Perkembangan Identitas Diri.

Perilaku Konsumtif

Suyasa dan Fransisca (2005:172) mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Grinder (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif.Sedangkan menurut Lubis (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah dikemukakan sebelumnya maka yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Suyasa dan Fransisca (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Terbentuknya Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membantu perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat. konsumen dalam membeli barang.

Dahlan (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari (dalam Triyaningsih, 2011) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Karakteristik Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif pada remaja ini sudah tidak lagi di dasarkan pada faktor kebutuhan, hal tersebut bisa dilihat dari karakteristik perilaku konsumtif mereka. Ciri-ciri perilaku konsumtif remaja dapat dilihat dari ciri-ciri pembeli remaja adalah: (1) Remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) Mudah terbujuk iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik), (3) Tidak berpikir hemat, (4) Kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (impulsif) (Astarsari & Sahrah, 2006).

Ciri-ciri tersebut di atas telah cukup menggambarkan bahwa faktor keinginan merupakan dasar bagi mereka melakukan tindakan tersebut. Selain itu, perilaku ini sama sekali tidak menunjukkan faktor kebutuhan di dalamnya. Para remaja tampak jelas berperilaku konsumtif untuk menunjang harga diri dalam pergaulan semata tanpa memandang kebutuhan sebenarnya.

Telah dijelaskan pada bahasan sebelumnya, bahwa karakteristik atau ciri-ciri remaja yang berperilaku konsumtif merupakan dasar yang penting untuk mengenali dan mengkaji lebih jauh mengenai perilaku konsumtif. Hal itu di karenakan dengan mempelajari dan memahami karakteristik remaja yang berperilaku konsumtif maka akan dapat diketahui faktor penyebab mereka berperilaku konsumtif.

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif adalah (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997):

Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna

pemborosan yang dampak negatifnya bagi kehidupan remaja. Menurut pandangan psikologi agama, ajaran agama membuat norma-norma yang dapat dijadikan pedoman oleh pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku. Norma-norma tersebut mengacu kepada pembentukan kepribadian dan keselarasan hubungan sosial dalam upaya memenuhi ketaatan kepada Dzat yang Supernatural (Heni, 2013).

Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek yang mendasari perilaku itu terjadi seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Swasta dan Handoko (1997) (dalam Setyawati, 2013) perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Mangkunegara (2005:39) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

Faktor internal

Faktor internal juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Mangkunegara, 2005:45), diantaranya: (1) Motivasi, (2) Pengamatan dan proses belajar, (3) Kepribadian dan konsep diri (Kotler, 1994:195). (4) Kepercayaan,

Faktor eksternal

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok anutan dan keluarga. Faktor eksternal yaitu: (1) Kebudayaan, (2) Kelas sosial, (3) Kelompok anutan, (4) Keluarga (Mangkunegara, 2005:44).

SIMPULAN DAN SARAN

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Karakteristik pada masa remaja merupakan kondisi psikis yang sangat labil sehingga mudah di pengaruhi. Perilaku konsumtif seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek yang mendasari perilaku itu terjadi seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya faktor internal dan faktor eksternal.

Konselor maupun guru BK sebaiknya lebih memperhatikan perilaku konsumtif para remaja. Dimana guru BK maupun konselor dapat mengarahkan dan mengurangi perilaku konsumtif terhadap remaja. Karena perilaku konsumtif itu tidak baik dikalangan remaja dapat

membuat kesenjangan sosial, baik dalam berteman maupun dalam bergaul. Serta masyarakat juga lebih bisa mengurangi perilaku konsumtif baik remaja maupun orang tuanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Prabu Mangkunegara. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Astasari, A. R., & Sahrah, A. (2006). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Membeli Impulsif pada Remaja Putri. *Fakultas Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta*, 1–12.
- Deprina Fajaria; Marjohan; Indah Sukmawati. (2013). Kemandirian Perilaku Peserta Didik Dalam Pemilihan Jurusan Dan Implikasinya Terhadap Pelayanan Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2, 11–14.
- Falentini, F. Y., Taufik, & Mudjiran. (2013). Usaha yang Dilakukan Siswa dalam Menentukan Arah Pilihan Karir dan Hambatan-Hambatan yang ditemui. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(September), 202–207. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor>.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1-5.
- Fitria, A., & Sukma, D. (2013). KONSELOR | Jurnal Ilmiah Konseling. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(September), 202–207. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor>.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50–65. Retrieved from <http://digilib.esaunggul.ac.id>.
- Hatane Samuel. (2006). Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online Dengan Sumberdaya Yang Dikeluarkan Dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8, pp.101-115. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16571>.
- Heni, S. A. (2013). Hubungan antara kontrol diri dan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).
- Hurlock, E.B. 1999. *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Jakarta: Erlangga.
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 107-113.
- Nasution, I. K. (2007). Stres Pada Remaja. *Universitas Sumatra Utara*, 1–26..
- Restu, Y., & Yusri. (2013). Studi tentang perilaku agresif siswa di sekolah. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(1), 243–249. Retrieved from <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor/article/viewFile/1074/932>.
- Rosyid, Lina dan Rosyid, L. dan. (1997). P. K. B. L. of C. pada R. P. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control pada Remaja. *Psikologika*, 5–13.
- Setyawati, N. (2010). *Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sihotang, A. (2009). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja.
- Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.