

BAB II
KERANGKA TEORETIK, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS
PENELITIAN

2.1 Kerangka Teoretik

2.1.1 Perilaku Konsumtif Remaja

2.1.1.1 Remaja

Masa remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, dimana tubuh dan berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduksi. Istilah *Adolescence* atau remaja berasal dari kata Latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa” (Hurlock, 2002).

De Brun dalam Jahja (2013), mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Sedangkan Papalia dan Olds (2001), tidak memberikan pengertian remaja (*adolescent*) secara eksplisit melainkan secara implisit melalui pengertian masa remaja (*adolescence*). Menurut Papalia dan Olds (2001), masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluhan tahun.

WHO membagi kurun usia remaja dalam dua bagian, yaitu remaja awal 10 - 14 tahun dan remaja akhir 15 – 20 tahun sedangkan menurut Perserikatan Bangsa–Bangsa (PBB) menetapkan usia 15 – 24 tahun sebagai usia pemuda

(*youth*) dalam rangka keputusan mereka untuk menetapkan tahun 1985 sebagai Tahun Pemuda Internasional (Sarwono, 2008).

Secara umum masa remaja dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Masa remaja awal (12-15 tahun)

Pada masa ini individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak tergantung pada orang tua. Fokus dari tahap ini adalah penerimaan terhadap bentuk dan kondisi fisik serta adanya konformitas yang kuat dengan teman sebaya.

2. Masa remaja pertengahan (15-18 tahun)

Masa ini ditandai dengan berkembangnya kemampuan berpikir yang baru. Teman sebaya memiliki peran yang penting, namun individu sudah lebih mampu mengarahkan diri sendiri. Pada masa ini remaja mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan impulsivitas, dan membuat keputusan-keputusan awal yang berkaitan dengan tujuan vokasional yang ingin dicapai. Selain itu penerimaan dari lawan jenis menjadi penting bagi individu.

3. Masa remaja akhir (19-22 tahun)

Masa ini ditandai oleh persiapan akhir untuk memasuki peran-peran orang dewasa. Selama periode ini remaja berusaha memantapkan tujuan vokasional dan mengembangkan *sense of personal identity*. Keinginan yang kuat untuk menjadi matang dan diterima dalam kelompok teman sebaya dan orang dewasa, juga menjadi ciri dari tahap ini (Agustiani, 2009)

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak bertumbuh menuju masa dewasa yang melibatkan perubahan pada fisik, biologis, psikologis, dan sosial. Dalam penelitian ini remaja yang akan diteliti adalah remaja pada masa remaja pertengahan yaitu remaja usia 15 hingga 18 tahun. Remaja pada usia 15 hingga 18 tahun sudah dapat menentukan keputusan yang akan dijalani dalam hidupnya.

2.1.1.2 Ciri-Ciri Masa Remaja

Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum dan sesudahnya (Hurlock, 2002). Ciri-ciri tersebut akan diterangkan sebagai berikut:

1) Masa Remaja sebagai Periode yang Penting

Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis. Pada periode remaja keduanya sama-sama penting.

Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental yang cepat, terutama pada awal masa remaja. semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai dan minat baru.

2) Masa Remaja sebagai Periode Peralihan

Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan lebih kepada sebuah peralihan dari satu tahap

perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya, apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan masa yang akan datang. Dalam setiap periode peralihan, status individu tidaklah jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini, remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa.

3) Masa Remaja sebagai Periode Perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat. Kalau perubahan fisik menurun maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga.

Ada empat perubahan yang sama dan hampir bersifat universal. Pertama, meningginya emosi, yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi. Kedua, perubahan tubuh, minat, dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk dipesankan, menimbulkan masalah baru. Keempat, dengan berubahnya minat dan pola perilaku, maka nilai-nilai juga berubah. Apa yang pada masa kanak-kanak dianggap penting, sekarang setelah hampir dewasa tidak penting lagi. Kelima, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Mereka menginginkan dan menuntut kebebasan, tetapi mereka takut bertanggung jawab akan akibatnya.

4) Masa Remaja sebagai Usia Bermasalah

Pada masa remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi dengan baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Terdapat dua alasan bagi

kesulitan itu. Pertama, sepanjang masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orang tua dan guru.

5) Masa Remaja sebagai Masa Mencari Identitas

Penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak yang lebih besar daripada individualitas. Seperti telah ditunjukkan, dalam hal pakaian, berbicara dan perilaku anak yang lebih besar ingin lebih cepat seperti teman-teman kelompoknya.

Pada tahun awal masa remaja, penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi remaja laki-laki dan perempuan. Lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal, seperti sebelumnya.

6) Masa Remaja sebagai Usia yang Menimbulkan Ketakutan

Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapih, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal. Stereotip juga mempengaruhi konsep diri dan sikap remaja terhadap dirinya sendiri. Menerima stereotip ini dan adanya keyakinan bahwa orang dewasa mempunyai pandangan yang buruk tentang remaja, membuat peralihan ke masa dewasa menjadi sulit.

7) Masa Remaja sebagai Masa yang Tidak Realistik

Remaja cenderung memandang kehidupan melalui kaca berwarna merah jambu. Mereka melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan buka sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistik ini, tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya, menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja. Semakin tidak realistik cita-citanya semakin ia akan menjadi marah. Remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkannya sendiri.

8) Masa Remaja sebagai Ambang Masa Dewasa

Dengan semakin meendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belum cukup, sehingga remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, yaitu merokok, minum minuman keras, menggunakan obat-obatan, dan terlibat perilaku seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

2.1.1.3 Tugas Perkembangan Pada Masa Remaja

Remaja memiliki beberapa tugas perkembangan yang harus dicapai, dan berikut ini adalah tugas perkembangan pada masa remaja menurut William Kay dalam (Jahja,2013) sebagai berikut:

1. Menerima fisiknya sendiri berikut keragaman kualitasnya.
2. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua atau figur yang mempunyai otoritas.
3. Mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individu maupun kelompok.
4. Menemukan manusia model yang dijadikan identitasnya.
5. Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri
6. Memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip, atau falsafah hidup.
7. Mampu meninggalkan reaksi dan penyesuaian diri (sikap/perilaku) kekanak-kanakan.

Dalam membahas tujuan tugas perkembangan remaja, Pikunas (1976) mengemukakan pendapat Luella Cole yang mengklasifikasikannya ke dalam sembilan kategori dalam Jahja (2013), yaitu:

- 1) Kematangan emosional; 2) Pemantapan minat-minat heteroseksual; 3) Kematangan sosial; 4) Emansipasi dari kontrol keluarga; 5) Kematangan intelektual; 6) Memilih pekerjaan; 7) Menggunakan waktu senggang secara tepat; 8) Memiliki filsafat hidup; 9) Identifikasi diri.

Tugas perkembangan remaja menurut Havighurst diacu dalam Jahja (2013) adalah suatu tugas yang muncul dalam suatu periode tertentu dalam kehidupan individu. Tugas tersebut harus dikuasai dan diselesaikan, sebab apabila dapat dikuasai dan diselesaikan dengan baik akan memberikan kebahagiaan dan keberhasilan dalam perkembangan selanjutnya. Apabila tidak dapat dikuasai dan

diselesaikan, maka akan menimbulkan ketidakbahagian, penolakan dari luar, dan kesukaran dalam perkembangan selanjutnya.

Tugas-tugas perkembangan pada masa remaja menurut Havighurst:

1. Mencapai hubungan pertemanan dengan lawan jenisnya secara lebih matang;
2. Mencapai perasaan seks yang diterima secara sosial;
3. Menerima keadaan badannya dan menggunakan badannya secara efektif;
4. Mencapai kebebasan emosional dari orang dewasa;
5. Mencapai kebebasan ekonomi;
6. Memilih dan menyiapkan suatu pekerjaan;
7. Menyiapkan perkawinan dan kehidupan berkeluarga;
8. Mengembangkan keterampilan dan konsep intelektual yang perlu bagi warga negara yang berkompeten;
9. Menginginkan dan mencapai tingkah laku yang bertanggung jawab secara moral dan sosial;
10. Memahami suatu perangkat tata nilai yang digunakan sebagai pedoman tingkah laku.

Berdasarkan beberapa tugas perkembangan pada masa remaja menurut para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa secara garis besar tugas perkembangan remaja adalah dapat menerima perubahan fisik pada diri remaja; mencapai kemandirian emosi; sosial; dan lingkungan.

2.1.1.4 Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya. Perilaku konsumen menurut Engel,

Blackweel, dan Miniard diacu dalam Mangkunegara (1988) mengartikannya sebagai: *“We define consumer behavior as those activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services, including the decision processes that precede and follow these action”* perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan prosuk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Perilaku konsumen merupakan sebuah keputusan untuk memperoleh barang berdasarkan proses pembelajaran dan sesuai dengan pendapat Loudon dan Bitta diacu dalam Mangkunegara (1988) menjelaskan bahwa : *“Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of goods and service.”* Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

Sejalan dengan teori sebelumnya menurut Zaltman dan Wallendorf yang diacu dalam Mangkunegara (1988) mengemukakan bahwa : *“Consumer behavior are acts, processes and social relationships exhibited by individual, groups and organizations in the obtainment, use of, and consequent experience with products, services and other resources.”* Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.

Pendapat serupa yang dikemukakan oleh Mangkunegara (1998), perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

Sedangkan perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) mengutip pendapat Lubis, adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) diacu dalam Sumartono (2002) membatasi tentang perilaku konsumtif sebagai sebuah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Sejalan dengan pengertian tersebut sesuai dengan Dahlan diacu dalam Sumartono (2002) yang berpendapat suatu perilaku yang 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 suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu untuk memperoleh barang dan jasa secara berlebihan yang diinginkan bukan berdasarkan kebutuhan tetapi untuk memenuhi kepuasan.

2.1.1.5 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor situasional yang dikutip dari Engel dalam Sangadji (2013).

1. Faktor Internal

Faktor internal atau faktor pribadi (persepsi, keluarga, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup)

a. Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pendidikan, minat, perhatian, dan sebagainya. Pada aspek pengetahuan individu akan mengolah informasi-informasi yang dimiliki, berpikir secara rasional dan tidak berdasarkan dengan emosi.

b. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang kuat pada perilaku konsumtif. Karena dalam keluarga antara satu anggota keluarga dengan anggota keluarga yang lain mempunyai pengaruh dan peranan yang sama pada saat melakukan pembelian. Keluarga adalah tempat terdekat individu untuk berbagi informasi tentang suatu produk sebelum akhirnya memutuskan membeli.

c. Motivasi dan keterlibatan

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan

antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu. Ketidaknyamana dan kenyamanan individu merupakan sebuah emosi yang dapat diatur oleh individu sendiri serta dapat memotivasi dirinya untuk melakukan suatu tindakan pembelian.

d. Pengetahuan

Pengetahuan mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk diteliti dari kualitas, harga, manfaat dan kemudian dilakukan proses keputusan untuk pembelian produk.

e. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap dan keyakinan merupakan daya yang kuat dan langsung mempengaruhi persepsi serta perilaku konsumtif. Individu memiliki pengetahuan dari dalam emosinya sendiri untuk dapat menyakinkan diri dalam menentukan produk.

f. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif, dan psikomotor secara konsisten dan relatif permanen. Pembelajaran terjadi ketika konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan.

g. Kelompok usia

Usia mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Anak-anak mengambil keputusan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan.

Remaja sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal, cenderung emosional dan orang tua cenderung rasional.

h. Gaya hidup

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seorang individu mengalokasikan pendapatannya dan bagaimana pola konsumsinya.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal terdiri atas budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok.

a. Budaya

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan. Keanekaragaman dalam kebudayaan suatu daerah akan membentuk perilaku konsumen yang beragam pula. Di dalam sebuah budaya terdapat interaksi yang berlangsung seperti tradisi dan kebiasaan yang rutin dilakukan dan menghasilkan sebuah keputusan untuk mengkonsumsi sebuah produk.

b. Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial akan mempengaruhi jenis produk, jenis jasa, dan merek yang akan dikonsumsi konsumen. Kelas sosial juga mempengaruhi pemilihan toko, tempat pendidikan, dan tempat berlibur dari seorang konsumen.

c. Keanggotaan dalam suatu kelompok

Setiap orang akan bergabung dengan kelompok-kelompok tertentu. Alasan bergabungnya individu dengan suatu kelompok bisa bermacam-macam. Suatu kelompok akan mempengaruhi perilaku anggotanya, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

3. Faktor situasional

Situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Faktor situasional meliputi lingkungan fisik dan waktu akan mempengaruhi perilaku membeli konsumen.

2.1.1.6 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Tambunan (2013) ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

- a) Pemborosan. Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
- b) Inefisiensi biaya. Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak

realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

2. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas di sini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.
 - a) Mengikuti mode. Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, *mall* sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.
 - b) Memperoleh pengakuan sosial. Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *in*.

Menurut Engel (1994) terdapat beberapa tanda seseorang yang mengalami perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

1. *Impulsive*, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan di tempat pembelian.
2. *Non-Rational* yaitu perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu.
3. *Wasteful* yaitu menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

Hal tersebut sesuai dengan aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) sebagai berikut:

1. Aspek pembelian impulsif: yaitu aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul secara tiba-tiba.
2. Aspek pembelian tidak rasional: yaitu aspek pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.
3. Aspek pembelian yang berlebihan: yaitu aspek pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

2.1.2 Kecerdasan Emosional

Di dalam *Oxford English Dictionary* diacu dalam Goleman (2015) mendefinisikan emosi sebagai setiap kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, setiap keadaan mental yang hebat atau meluap-luap. Emosi merujuk pada

suatu perasaan dan pikiran-pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.

Kecerdasan emosional menurut Cooper dan Sawaf dikutip dalam Fatimah (2010) adalah kemampuan merasakan, memahami, dan secara selektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi dan pengaruh yang manusiawi. Goleman (2015) kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang dalam mengenali emosi diri, mengelola dan mengekspresikan emosi, memotivasi diri dan kemampuan mengenali emosi orang lain serta berhubungan dengan orang lain. Howes dan Herald diacu dalam Fatimah (2010) memberikan pendapat bahwa pada intinya, kecerdasan emosional merupakan komponen yang membuat seseorang menjadi pintar menggunakan emosi. Bahwa emosi manusia berada diwilayah dari perasaan lubuk hati, naluri yang tersembunyi, dan sensasi emosi yang apabila diakui dan dihormati, kecerdasan emosional menyediakan pemahaman yang mendalam dan lebih utuh tentang diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kecerdasan Emosional adalah suatu kemampuan seseorang dalam merasakan emosi, memahami emosi, mengenali emosi diri, mengelola emosi, mengekspresikan emosi, memotivasi diri dan kemampuan mengenali emosi orang lain serta berhubungan dengan orang lain, sehingga membuat seseorang menjadi pintar menggunakan emosi. Dalam hal ini emosi seseorang dapat mempengaruhi tindakan yang akan dilakukan.

2.1.2.1 Komponen-komponen Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional terbagi menjadi beberapa komponen diantaranya menurut Goleman (2015) yang membagi lima wilayah kecerdasan emosional yang dapat menjadi pedoman bagi individu untuk mencapai kesuksesan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu:

a. Mengenal Emosi Diri

Kesadaran diri dalam mengenali perasaan sewaktu perasaan itu terjadi, merupakan dasar kecerdasan emosional. Pada tahap ini diperlukan adanya pemantauan perasaan dari waktu ke waktu agar timbul wawasan psikologi dan pemahaman tentang diri. Ketidakmampuan untuk mencermati perasaan yang sesungguhnya membuat diri berada dalam kekuasaan perasaan. Sehingga tidak peka akan perasaan yang sesungguhnya yang berakibat buruk bagi pengambilan keputusan masalah.

b. Mengelola Emosi

Mengelola emosi berarti menangani perasaan agar perasaan dapat terungkap dengan tepat, hal ini merupakan kecakapan yang sangat bergantung pada kesadaran diri. Emosi dikatakan berhasil dikelola apabila; mampu menghibur diri ketika ditimpa kesedihan, dapat melepas kecemasan, kemurungan atau ketersinggungan dan bangkit kembali dengan cepat dari semua itu. Sebaliknya orang yang buruk kemampuannya dalam mengelola emosi akan terus menerus bertarung melawan perasaan murung atau melarikan diri pada hal negatif yang merugikan.

c. Memotivasi Diri

Kemampuan seseorang memotivasi diri dapat ditelusuri melalui hal-hal berikut: a) cara mengendalikan dorongan hati; b) derajat kecemasan yang berpengaruh terhadap unjuk kerja seseorang; c) kekuatan berpikir positif; d) optimisme; dan e) keadaan yang mengikuti aliran, yaitu keadaan ketika perhatian seseorang sepenuhnya tercurah ke dalam apa yang sedang terjadi. Dengan kemampuan memotivasi diri yang dimiliki maka seseorang akan cenderung memiliki pandangan yang positif dalam menilai segala sesuatu yang terjadi dalam dirinya.

d. Mengenali Emosi Orang Lain

Empati atau mengenal emosi orang lain dibangun berdasarkan pada kesadaran diri. Jika seseorang terbuka pada emosi sendiri, maka dapat dipastikan bahwa ia akan terampil membaca perasaan orang lain. Sebaliknya orang yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan emosinya sendiri dapat dipastikan tidak akan mampu menghormati perasaan orang lain.

e. Membina Hubungan Dengan Orang Lain

Seni dalam membina hubungan dengan orang lain merupakan keterampilan sosial yang mendukung keberhasilan dalam pergaulan dengan orang lain. Tanpa memiliki keterampilan seseorang akan mengalami kesulitan dalam pergaulan sosial. Sesungguhnya karena tidak dimilikinya keterampilan semacam inilah yang menyebabkan seseorang seringkali dianggap angkuh, mengganggu atau tidak berperasaan.

Sedangkan menurut Stone dan Dillehunt dalam Goleman (1995) komponen-komponen dalam kecerdasan emosional, terdiri dari:

- a. Kesadaran diri: mengamati diri dan mengenali perasaan-perasaan; menghimpun kosakata untuk perasaan; mengetahui hubungan antara pikiran, perasaan, dan reaksi.
- b. Pengambilan keputusan pribadi: mencermati tindakan-tindakan anda dan mengetahui akibat-akibatnya; mengetahui apa yang menguasai sebuah keputusan, pikiran atau perasaan; menerapkan pemahaman ini ke masalah-masalah seperti penggunaan narkoba dan seks bebas.
- c. Mengelola perasaan: memantau “ucapan diri sendiri” untuk menangkap pesan-pesan negatif seperti ejekan-ejekan tersembunyi; menyadari apa yang ada di balik suatu perasaan (misalnya sakit hati yang mendorong amarah); menemukan cara-cara untuk menangani rasa takut dan cemas, amarah, dan kesedihan.
- d. Menangani stres: mempelajari pentingnya berolahraga, perenungan yang terarah, metode relaksasi.
- e. Empati: memahami perasaan dan masalah orang lain, dan berpikir dengan sudut pandang mereka; menghargai perbedaan perasaan orang lain mengenai berbagai hal.
- f. Komunikasi: berbicara mengenai perasaan secara efektif: menjadi pendengar dan penanya yang baik; membedakan antara apa yang dilakukan atau yang dikatakan seseorang dengan reaksi atau penilaian anda sendiri tentang hal itu; mengirimkan pesan “Aku” dan bukannya mengumpat.
- g. Membuka diri: menghargai keterbukaan dan membina kepercayaan dalam suatu hubungan; mengetahui kapan situasinya aman untuk mengambil risiko membicarakan tentang perasaan anda sendiri.

- h. Pemahaman: mengidentifikasi pola-pola dalam kehidupan emosional anda dan reaksi-reaksinya; mengenali pola-pola serupa pada orang-orang lain.
- i. Menerima diri sendiri: merasa bangga dan memandang diri sendiri dalam sisi yang positif; mengenali kekuatan dan kelemahan; mampu untuk menertawakan diri sendiri.
- j. Tanggung jawab pribadi: rela memikul tanggung jawab; mengenali akibat-akibat dari keputusan dan tindakan, menerima perasaan dan suasana hati, menindaklanjuti komitmen.
- k. Ketegasan: mengungkapkan keprihatinan dan perasaan tanpa marah atau berdiam diri.
- l. Dinamika kelompok: mau bekerja sama; mengetahui kapan dan bagaimana memimpin, kapan mengikuti.
- m. Menyelesaikan konflik: bagaimana berkelahi secara jujur dengan anak-anak lain, dengan orang tua, dengan para guru.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional memiliki beberapa komponen yang sangat mempengaruhi tindakan seseorang.

2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Emosi Remaja

Sejumlah faktor yang mempengaruhi perkembangan emosi remaja menurut Ali dan Asrori (2011) adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Jasmani

Perubahan jasmani yang ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan yang sangat cepat dari anggota tubuh. Pada taraf permulaan pertumbuhan ini hanya terbatas pada bagian-bagian tertentu saja yang mengakibatkan postur tubuh

menjadi tidak seimbang. Ketidakseimbangan tubuh ini sering mempunyai akibat yang tak terduga pada perkembangan emosi remaja.

2. Perubahan Pola Interaksi dengan Orang Tua

Pola asuh orang tua terhadap anak sangat bervariasi, diantaranya otoriter, memanjakan anak, acuh tak acuh, dan ada yang penuh cinta kasih. Perbedaan pola asuh orang tua dapat berpengaruh terhadap perbedaan perkembangan emosi remaja. Pemberontakan terhadap orang tua menunjukkan bahwa mereka berada dalam konflik dan ingin melepaskan diri dari pengawasan orang tua. Mereka belum merasa puas jika orang tua tidak menunjukkan pengertian yang mereka inginkan. Keadaan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan emosi remaja.

3. Perubahan Interaksi dengan Teman Sebaya

Remaja seringkali membangun interaksi sesama teman sebayanya secara khas dengan cara berkumpul untuk melakukan aktivitas bersama dengan membentuk semacam geng. Interaksi antaranggota dalam suatu kelompok geng biasanya sangat intens serta memiliki solidaritas yang sangat tinggi.

4. Perubahan Pandangan Luar

Faktor penting lain yang mempengaruhi emosi remaja adalah pandangan dunia luar terhadap diri remaja. Ada sejumlah perubahan pandangan dunia luar yang dapat menyebabkan konflik-konflik emosional dalam diri remaja, yaitu sebagai berikut:

- a. Sikap dunia luar terhadap remaja sering tidak konsisten. Terkadang mereka dianggap sudah dewasa, tetapi tidak mendapatkan kebebasan penuh atau peran sebagaimana orang dewasa. Seringkali mereka masih dianggap anak

kecil sehingga dapat menimbulkan kejengkelan pada diri remaja dan akan berubah menjadi tingkah laku emosional.

- b. Dunia luar atau masyarakat masih menerapkan nilai-nilai yang berbeda antara remaja laki-laki dan remaja perempuan. Penerapan nilai yang berbeda jika tidak disertai dengan pemberian pengertian secara bijaksana dapat menyebabkan remaja bertingkah laku emosional.
- c. Kekosongan pada remaja dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, yaitu dengan cara melibatkan remaja tersebut ke dalam kegiatan yang merusak dirinya dan melanggar nilai-nilai moral. Seperti, penyalahgunaan obat terlarang, minum minuman keras, serta tindak kriminal dan kekerasan. Perlakuan dunia luar semacam ini akan sangat merugikan perkembangan emosional remaja.

5. Perubahan Interaksi dengan Sekolah

Sekolah merupakan tempat pendidikan yang diidealkan oleh remaja, dimana guru merupakan tokoh penting yang dihormati dan disegani oleh peserta didiknya. Karena guru adalah tokoh yang intelektual dan juga merupakan tokoh otoritas bagi peserta didik. Namun tidak jarang terjadi bahwa dengan figur sebagai tokoh tersebut, guru memberikan ancaman-ancaman tertentu kepada para peserta didiknya. Peristiwa ini sering tidak disadari oleh guru bahwa dengan ancaman itu sebenarnya dapat menambah permusuhan saja dari anak-anak setelah anak tersebut menginjak masa remaja. Cara seperti ini akan memberikan stimulus negatif bagi perkembangan emosi remaja.

2.1.3 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan akan menjadi masukan yang membantu dan melengkapi dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut :

2.1.3.1 Penelitian oleh Imam Hyori Shohibullah (2014)

Penelitian ini berjudul “ Kontrol diri dan Perilaku Konsumtif pada siswa SMA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kontrol diri dan perilaku konsumtif pada siswa SMA yang bersekolah di dekat *Mall* dan jauh dari *mall*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa siswa yang bersekolah berdekatan dengan *mall* memiliki tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi di bandingkan siswa yang bersekolah jauh dengan *mall* sedangkan dalam kontrol diri sama-sama memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi.

2.1.3.2 Penelitian oleh Fredika Feybe Soetjiono (2012)

Penelitian ini berjudul Hubungan antara kecerdasan emosi dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan negatif yang signifikan antara kecerdasan emosi dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi ada hubungan yang negatif antara kecerdasan emosi dengan perilaku konsumtif pada remaja putri diterima.

2.1.3.3 Penelitian oleh Andina (2003)

Penelitian ini berjudul Hubungan kecenderungan perilaku konsumtif dan kecerdasan emosional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan perilaku konsumtif dan kecerdasan emosional, serta perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif dan kecerdasan emosional berdasarkan jenis

kelamin. Hasil hipotesis uji hubungan menunjukkan adanya hubungan negatif antara kecerdasan emosional dan kecenderungan perilaku konsumtif, ditemukan bahwa tidak ada perbedaan kecerdasan emosional dan kecenderungan perilaku konsumtif antara remaja laki-laki dan remaja perempuan.

2.1.4 Hubungan Antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Konsumtif

Pada masa akhir kanak-kanak, penyesuaian diri mengikuti dengan standar kelompoknya menjadi lebih penting bagi anak daripada individualitas. Seperti ditunjukkan dalam hal berpakaian, berbicara dan berperilaku. Namun pada saat memasuki masa awal remaja penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi remaja, tetapi lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas menjadi sama dengan teman kelompoknya dalam segala hal. Salah satu cara untuk mencoba mengangkat diri remaja sebagai individu adalah dengan menggunakan simbol dan status dalam bentuk mobil, pakaian dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat (Hurlock, 2002). Dengan cara ini remaja menarik perhatian pada diri sendiri dan agar dipandang sebagai individu, sementara pada saat yang sama ia mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya. Sikap remaja seperti ini yang akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Memberikan perasaan emosional dengan cinta, kasih sayang dan keakraban pada anggota keluarga merupakan salah satu fungsi penting dalam keluarga modern. Dalam memenuhi fungsi ini, keluarga memberikan dukungan dan dorongan serta membantu para anggota keluarganya termasuk remaja dalam mengatasi pengambilan keputusan dan berbagai persoalan pribadi atau sosial

(Schiffman & Kanuk, 2008). Keluarga memiliki peran untuk membantu remaja dalam mengambil keputusan dalam kegiatan membeli yang lebih terarah sehingga tidak mengarah kepada perilaku konsumtif. Motif rasional bagi konsumen membantu untuk memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang betul-betul obyektif, seperti ukuran, berat, harga, atau mil per galon. Namun perilaku konsumtif mendapatkan pengaruh dari motif emosional yang mengandung arti bahwa pemilihan sarannya berdasarkan pada kriteria pribadi atau subyektif, seperti kebanggaan, ketakutan, kasih sayang, atau status (Schiffman & Kanuk, 2008).

Dalam kenyataannya setiap kita mungkin menghubungkan perasaan yang mendalam atau emosi seperti kegembiraan, kekhawatiran, rasa sayang, harapan, seksualitas, fantasi, dan bahkan sedikit “keajaiban” dengan berbagai pembelian atau kepemilikan tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008). Dari pernyataan ini dapat terlihat jelas jika kecerdasan emosional seseorang mempengaruhi proses keinginan seseorang untuk membelanjakan uangnya dalam mendapatkan barang yang diinginkan, sehingga terlihat hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif.

2.2 Kerangka Berpikir

Kehidupan akan berjalan dengan nyaman dan tenteram jika masyarakat yang terdapat didalamnya dapat saling pengertian terhadap sesama, memiliki hubungan yang baik dengan sesama, dan dapat menjaga emosinya sendiri. Keadaan masyarakat saat ini cukup banyak mendapatkan pengaruh dari dunia barat yang penuh dengan kemewahan dan kesenangan. Terlihat dari apa yang di tayangkan televisi, memperlihatkan kehidupan penuh kesenangan, membuat

masyarakat terpengaruh untuk mencontoh hal tersebut. Masyarakat mencontoh barang apa yang idola mereka pakai, makanan apa yang idola mereka makan. Menjadikan masyarakat berperilaku konsumtif, remaja menjadi salah satu bagian yang paling terpengaruh karena masa remaja adalah saat dimana remaja yang sedang mencari jati diri dan mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi sehingga menjadikan mereka mencontoh apa yang dilihat.

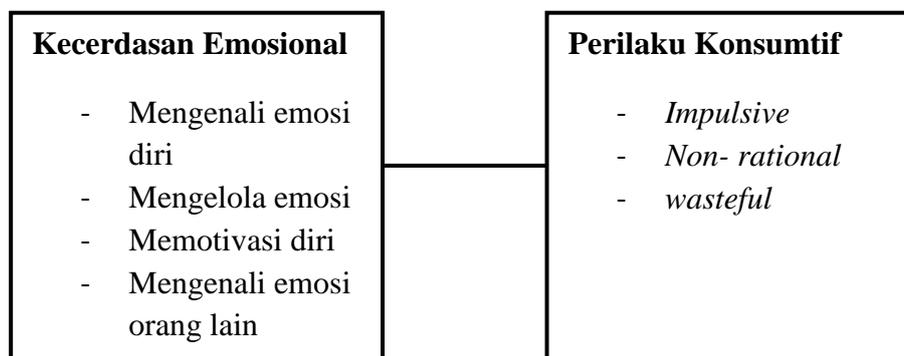
Perilaku konsumtif merupakan sebuah keadaan dimana seseorang membeli barang demi kepuasan bukan berdasarkan kebutuhan. Jika pada masa remaja sudah berperilaku konsumtif maka tidak dapat dipungkiri saat masa dewasa menjadi dewasa yang berperilaku konsumtif bahkan bertambah parah. Perilaku konsumtif banyak dipengaruhi oleh lingkungan dan pergaulan. Remaja mudah terpengaruh oleh lingkungan pertemanan kelompoknya. Apa yang dikenakan harus sesuai dengan teman kelompoknya kenakan.

Jika perilaku konsumtif pada remaja tidak dapat terpenuhi oleh orang tua dengan ekonomi menengah kebawah remaja pun bisa melakukan tindakan negatif seperti mencuri dan berbohong untuk mendapatkan uang. Remaja menuruti emosinya yang labil untuk mendapatkan barang yang diinginkan meskipun barang tersebut tidaklah diperlukan. Emosi yang tidak dapat dikelola dengan baik oleh remaja membuat remaja menjadi mudah marah, emosi yang meletup-letup. Remaja tidak mampu untuk memahami perasaannya sendiri atau perasaan orang lain, hal ini menjadikan kecerdasan emosional yang rendah pada remaja yang berperilaku konsumtif.

Kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang dalam merasakan dan memahami emosinya sehingga mampu mengenali dan mengelola emosi agar

tidak melampaui batas, mampu mengekspresikan emosinya dengan baik serta memotivasi dirinya dalam keadaan terburuk, kemampuan memahami emosi orang lain dan membina hubungan yang baik dengan orang lain sehingga dengan kecerdasan emosional yang dimiliki oleh remaja dapat meminimalisir perilaku konsumtif yang menjadi suatu kebiasaan buruk.

Kecerdasan emosional pada remaja adalah bagaimana remaja tersebut mampu mengelola emosinya sendiri, memahami emosi orang lain sehingga dapat menempatkan diri dengan baik, menerima pendapat orang lain, berhubungan baik dengan lingkungan, serta dapat memotivasi dirinya dan membuat keputusan yang tepat dari tindakannya. Hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada remaja dapat digambarkan pada kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto (2006) hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis Penelitian ini adalah terdapat Hubungan negatif Antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Konsumtif Remaja.