NASKAH PUBLIKASI

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *COMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA DI PESANTREN

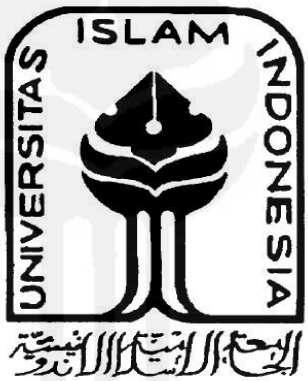
SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Program Studi Psikologi Universitas Islam Indonesia

Untuk Memenuhi sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana S1 Psikologi



Oleh :

Zumrotus Sholihah

Yulianti Dwi Astuti

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2014

NASKAH PUBLIKASI

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *COMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA DI PESANTREN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Program Studi Psikologi Universitas Islam Indonesia

Untuk Memenuhi sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana S1 Psikologi

Oleh :

Zumrotus Sholihah

Yulianti Dwi Astuti

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *COMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA DI PESANTREN

Telah Disetujui Pada Tanggal :

30 OCT 2014

Dosen Pembimbing Utama

(Yulianti Dwi Astuti, S.Psi., M.Soc. Sc.)

NASKAH PUBLIKASI

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN *COMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA DI PONDOK PESANTREN

Zumrotus Sholihah
Yulianti Dwi Astuti

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan *compulsive buying* pada remaja di pondok pesantren. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara harga diri dan *compulsive buying* pada remaja di pondok pesantren. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 santri yang tinggal di pondok pesantren, dan mengikuti semua kegiatan yang ada di pondok pesantren tersebut. Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu (a) skala harga diri (17 aitem) yang mengacu pada aspek harga diri dari Coopersmith (1969) dengan α=0,819 dan (b) skala *compulsive buying* (16 aitem) yang mengacu pada aspek *compulsive buying* dari Edward (1995) dengan α=0,843. Hasil analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson* menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dengan *compulsive buying* pada remaja di pondok pesantren (r= -0,284 dengan p=0,004 (p<0,01), yaitu semakin tinggi harga diri yang dimiliki santri maka semakin rendah *compulsive buying* nya. Analisis koefisien determinasi (r^2) menunjukkan sumbangan harga diri sebesar 4% terhadap compulsive buying pada remaja di pondok pesantren. Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis penelitian diterima.

Kata Kunci : Harga Diri, *Compulsive Buying*, Remaja, Pondok Pesantren

PENGANTAR

Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, maka dengan berbagai macam pilihan dalam mencari kebutuhan, tidak sedikit individu membeli berbagai macam barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya saat itu sehingga menciptakan gaya hidup yang konsumtif. Pembelian berlebihan pada konsumen dapat membawa efek yang serius pada kehidupan individu, seperti hutang piutang (Benson, 2000 dalam Dittmar 2005). Perilaku yang salah dalam masalah ini seperti *compulsive buying* yang mulai banyak dijadikan penelitian. Umur juga merupakan hal yang dinilai dan menjadi indikasi korelasi negatif pada *compulsive buying* (D'Astous,1990 & Magee,1994 dalam Dittmar 2005) dan ditemukan bahwa orang yang lebih muda cenderung materialistis (Myers, 2000 dalam Dittmar 2005). Perasaan senang yang dimiliki oleh individu saat membeli barang yang diinginkan tidak hanya sekali namun bisa terjadi berkali-kali saat dorongan individu tersebut muncul saat rasa puas itu belum terpenuhi. Perilaku berbelanja ini disebut *compulsive buying*.

Edwards (1993) mengatakan *compulsive buying* adalah perilaku membeli yang biasanya konsekuensinya lebih kearah negatif, mempunyai hutang, dan pada kejadian paling ekstrim adalah dimana proses berbelanja dan pengeluaran menjadi adiktif dan sangat menganggu kehidupan sehari-hari. Dittmar (dalam Dittmar 2005) mengatakan bahwa *compulsive buying* termasuk dalam kategori " gangguan kontrol perilaku yang tidak disebutkan secara spesifik". Walaupun tidak ada definisi yang jelas, ada tiga petunjuk umum yang merupakan inti utama dalam perilaku *compulsive buying* yaitu keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan, individu tidak dapat mengontrol perilaku membelinya, dan mereka tetap membeli secara berlebihan meskipun konsekuensi nya merugikan diri mereka sendiri, sosial, kehidupan pekerjaan, atau masalah keuangan.

Remaja cenderung ingin berpenampilan menarik. Hal tersebut cenderung dilakukan remaja dengan pakaian dan berbagai macam aksesoris seperti jam tangan, gelang, kalung, topi, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Para remaja tidak segan-segan membeli barang yang menarik dan barang yang sedang *trend* di lingkungan mereka, serta tidak peduli walau harganya mahal. Bahkan tidak sedikit remaja membeli produk dengan harga yang mahal demi menjaga gengsi terhadap teman-temannya dan memiliki kepuasan tersendiri setelah memiliki barang yang diinginkan.

Fenomena hidup dengan perilaku membeli sangat melekat dengan masyarakat saat ini khususnya para remaja. Remaja merupakan kelompok yang mencolok di lingkungan sekitar. Tidak sedikit produk-produk pemasaran ditujukan untuk remaja sehingga banyak remaja terlena oleh berbagai macam produk yang ditawarkan. Mulai dari kosmetik, *fashion*, makanan ringan, dan berbagai macam produk lainnya *(http://perpustakaancyber.blogspot.com*). Jatman (Sumartono, 2002) mengatakan bahwa remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan, dan gaya potong rambut. Hasil penelitian Loudon dan Bitta (Sumartono, 2002) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi membeli secara berlebihan karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru, dan hasil penelitian Reynold (Sumartono, 2002) yang menyatakan bahwa remaja usia 16-19 tahun membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri.

Remaja berasal dari kata latin *adolescene* yang artinya tumbuh ke arah kematangan. Menurut Muss kematangan disini tidak hanya berarti kematangan fisik, tetapi terutama kematangan sosial-psikologis (Sarwono, 2002). Selama remaja, kita lebih mengikuti standar-standar teman sebaya daripada yang kita lakukan pada anak-anak.

Berdasarkan hasil observasi penulis, saat keluar dari lingkungan pesantren, santri biasanya pergi ke tempat berbelanja seperti toko grosir, toko baju, dan *mall*. Ada juga santri yang pergi hanya untuk ke warnet atau sekedar membeli makanan ringan. Santri yang keluar kebanyakan rombongan atau hanya pergi berdua saja. Saat pulang, penulis mengobservasi santri yang barang-barangnya sedang digeledah oleh para pengurus. Kebanyakan santri membawa plastik-plastik besar, dan beberapa bungkus makanan dari luar.

Santri terkadang tidak dapat mengatur pengeluaran disaat santriwati mendapat giliran keluar komplek pesantren. Berdasarkan hasil wawancara, pada salah satu santri berinisial PT mengatakan bahwa subjek pernah menghabiskan uang sebesar satu juta untuk satu kali berbelanja. Akan tetapi, subjek tidak merasakan bahwa hal itu adalah suatu keborosan. Namun, lama-kelamaan, subjek merasa sadar bahwa hal itu tidak baik apabila diteruskan. Akan tetapi, subjek tidak bisa menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak terlalu berguna, bahkan tidak berguna sama sekali. Subjek langsung takut dan bingung apabila sikap borosnya akan dibawa sampai dewasa dan tidak bisa mengatur keuangannya dengan baik saat nanti subjek sudah berumah tangga. Dampak ini juga dirasakan oleh salah satu santriwati berinisial L. L juga merasa sangat sulit untuk mengatur keuangan. L juga takut apabila hal tersebut dibawa sampai nanti L berumah tangga. Hal lain yang ditakutkan L adalah L takut tidak bisa menabung untuk masa depan L nanti.

Hasil wawancara lain pada salah satu santri berinisial D mengatakan bahwa subjek lebih suka berbelanja di *mall*, selain lengkap mall juga merupakan tempat yang banyak pilihan. Subjek mengatakan untuk membeli barang-barang dan aksesoris subjek lebih suka berbelanja di mall. Subjek mengatakan bahwa setiap keluar komplek akan membeli aksesoris di toko salah satu di *mall.* Aksesoris bisa berupa gelang, kalung, cincin dan pakaian. Subjek mengatakan

bahwa barang tersebut merupakan barang terlarang dan akan disita namun, karena bentuknya lucu dan tidak ingin ketinggalan zaman, subjek tetap membeli dan saat masuk ke dalam pondok akan disembunyikan.

Penulis juga mewawancarai salah satu pengasuh yang berada di pesantren dengan inisial "G" mengatakan bahwa para santri membeli barang sangat berlebihan. Ada beberapa santri yang berbelanja makanan dengan kantong plastik besar. Subjek juga mengatakan bahwa kebanyakan santri membeli makanan mahal dan barang bermerk yang berada di *mall*. Mulai dari jam tangan, baju, dan sepatu harus barang yang bermerk. Padahal di dalam pesantren sendiri, santri sudah memiliki 3 koperasi dengan harga yang terjangkau dan dikatakan cukup lengkap. Subjek juga mengatakan saat keluar komplek biasanya diadakan penggeledahan dan menemukan barang terlarang seperti aksesoris yang tidak sesuai aturan, padahal para santri tahu bahwa barang tersebut dilarang dan subjek mengatakan bahwa barang terlarang akan disita dan dibakar lalu santri akan kena hukuman. Namun, hal itu tidak membuat santri kapok, bahkan mereka akan memakai barang itu lagi.

Berdasarkan hasil wawancara yang ada di atas menyatakan bahwa adanya sikap konsumtif pada santri terlihat ketika mereka berbelanja. Santri membeli barang-barang berupa aksesoris, barang bermerk, makanan, dan baju. Namun, santri lebih suka berbelanja aksesoris dan produk barang yang bermerk di dalam pesantren, aksesoris merupakan barang terlarang sehingga barang tersebut tidak ada gunanya ketika di dalam pesantren. Hal ini sesuai dengan Edwards (1993) yang mengatakan *compulsive buying* merupakan perilaku membeli yang biasanya konsekuensinya lebih kearah negatif, mempunyai hutang, dan pada kejadian paling ekstrim adalah dimana proses berbelanja dan pengeluaran menjadi adiktif dan sangat menganggu kehidupan sehari-hari

Santri diajarkan untuk disiplin dan mandiri selama menjalani kegiatan di pesantren. Seorang santri di pesantren jauh dari orangtua, sehingga para guru, ustadz/ustadzah menjadi pengganti orangtua selama di pesantren (Kadarusman, 2006). Santri pondok pesantren memiliki budaya dan kultur akademik yang khas. Setiap pondok pesantren juga mempunyai cara dan kelebihan sendiri dalam membina santrinya. Masing-masing pondok pesantren berusaha mencari jati dirinya sendiri dengan kondisi sosial budaya, cita-cita pendiri, dan tuntutan profesionalisme di tengah-tengah perkembangan zaman (Kadarusman, 2006). Pesantren mempunyai peraturan khusus bagi para santri dengan tujuan menjadi pribadi yang mandiri dan disiplin, contohnya, santri di salah satu pesantren di Surakarta, memiliki peraturan yang terdiri dari perilaku selama menjalani kehidupan di pesantren, baik dari segi pakaian, bahasa, dan masalah keluar komplek. Santri tidak diizinkan keluar dari lingkungan pondok pesantren kecuali izin.

Menurut Edwards (1996) munculnya perilaku *compulsive buying* disebabkan oleh *predisposition factor* yaitu faktor-faktor yang sudah ada pada diri individu dan *circumtancial factor* yaitu faktor-faktor dari lingkungan dan muncul dalam kondisi tertentu. Adapun *predispositional factor* yang berpengaruh pada perilaku *compulsive buying* adalah *anxiety*, *perfectionism*, *self esteem*, *fantasy impulsiveness*, *general complsiveness*, *dependence*, *approval seeking*, *locus control,* dan *depression* sedangkan *circumtancial factor* yang berpengaruh pada perilaku *compulsive buying* adalah *avoidance coping*, *denial*, *isolation*, dan *materialism*.

Pada suatu kelompok, agar dapat diterima dan bergabung menjadi anggotanya, seseorang harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan kelompok tersebut. Sama seperti halnya remaja, agar dapat diterima oleh teman-temannya dan lingkungannya, mereka harus bisa mengikuti

peran dan tingkah laku sesuai harapan kelompok tersebut. Pada kehidupan pesantren yang jauh dari keluarga, para remaja yang berada di pesantren akan membutuhkan pengakuan dari lingkungannya, dan hal itu bisa didapat dari akademik, olahraga, dan kegiatan sehari-hari. Selain itu, pengakuan dari lingkungan bisa didapatkan dari keinginan untuk dihargai, dihormati, dan disegani oleh orang lain, serta tidak diremehkan. Bahkan para remaja akan melakukan apapun agar bisa diterima dengan kelompoknya dengan berbagai cara. Secara fisik, penampilan yang sama dengan teman-temannya menjadikan seseorang merasa dihargai di lingkungannya misal, apabila salah seorang teman memiliki sesuatu yang baru dan sedang *trend*, kemudian teman-teman yang lain akan ikut membeli barang yang sama meskipun itu tidak mendesak untuk dibeli. Apabila ada keterbatasan finansial sehingga tidak bisa membeli barang tersebut, maka dia akan berusaha meminjam barang temannya atau cenderung melakukan perilaku meng-*ghosob* (meminjam tanpa ijin).

Tingkah laku sosial seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan tentang siapa dirinya. Namun, tingkah laku sosial seseorang juga dipengaruhi oleh penilaian atau evaluasi terhadap dirinya, baik secara positif maupun negatif. Jika orang menilai secara positif terhadap dirinya, maka ia menjadi percaya diri dalam mengerjakan hal-hal yang dikerjakan dan memperoleh hasil yang positif. Sebaliknya, orang menilai secara negatif terhadap dirinya, menjadi tidak percaya diri ketika mengerjakan sesuatu dan akhirnya hasil yang didapatkan tidak menggembirakan. Menurut Deaux, Dane, & Wrightsman, penilaian atau evaluasi secara positif atau negatif terhadap harga diri disebut harga diri (*self esteem*), (Sarwono, 2009).

Dalam membeli sesuatu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli. Secara umum konsep diri diatur oleh dua prinsip, yaitu

keinginan untuk mencapai konsistensi dan keinginan untuk meningkatkan harga diri (*self esteem*). Harga diri merupakan suatu sikap positif terhadap dirinya sendiri. Orang dengan harga diri yang rendah tidak mempunyai harapan bahwa mereka akan mampu melakukan sesuatu dengan baik, dan mereka akan berusaha menghindari keadaan yang memalukan, kegagalan atau penolakan. Sebaliknya orang dengan harga diri yang tinggi mengharapkan akan menjadi sukses, akan berani mengambil resiko, dan bersedia menjadi pusat perhatian (Setiadi, 2010).
Selain itu, remaja yang memiliki harga diri yang negatif cenderung untuk tidak berani mencari tantangan-tantangan baru dalam hidupnya, cenderung takut menghadapi respon dari orang lain, tidak mampu membina komunikasi yang baik dan cenderung merasa hidupnya tidak bahagia (Tambunan,2001). Harga diri atau *self esteem* merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting bagi setiap usia. Harga diri hampir selalu berkaitan dengan kemampuan atau perasaan senang dalam salah satu bidang atau pekerjaan (Kesler, 1997). Tumer and Roszell (Butler & Hagewen, 2011) harga diri adalah variabel yang sangat penting. Gambaran diri yang positif dan bangkit dari keterpurukan dan sebagai penentang harga diri yang negatif, penting sekali mempertimbangkan sumber penghasilan yang kritis untuk menentang implikasi negatif pada diri yang disertai dengan kepribadian yang berubah dan pengalaman lain yang tegang.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dibahas, perilaku konsumtif tidak hanya dilakukan oleh masyarakat umum di sekitar kita. Tetapi, remaja yang berada di pesantren X juga merasakan bahwa dalam berbelanja mereka memiliki perilaku yang konsumtif walaupun jarang berhubungan dengan dunia luar wilayah pesantren. Mereka juga menyadari bahwa, harga diri dapat dilihat dari segala benda yang digunakan pada santri di kegiatannya sehari-hari. Mulai dari pakaian, barang bermerk, dan berbagai macam aksesoris walaupun santri tahu, sebagian barang-barang tersebut akan disita jika tidak sesuai dengan peraturan yang ada di

dalam pesantren. Tambunan (2001) mengatakan bahwa kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain inilah yang menyebabkan remaja berusaha mengikuti atribut yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif. Sehingga, dapat mempengaruhi proses perkembangan kepribadian dan pembentukan harga diri (*self esteem*) pada remaja. Harga diri ini diperoleh dari adanya dukungan berupa penghargaan dari orang-orang sekitar terhadap diri sendiri dan usaha yang telah dilakukan, sehingga hal tersebut dapat membuat remaja yang bersangkutan merasa penuh percaya diri (Mappiare, dalam Nurratri 2012)

METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh santri putrid berjumlah 100 orang di salah satu pesantren di daerah Solo. Subjek juga sudah dipastikan tinggal di asrama dan mengikuti setiap kegiatan yang berada di asrama. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan tujuan tertentu dan juga berarti sampling yang menentukan target kelompok tertentu (Hadi, 2000)

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan metode survei angket. Metode angket langsung tertutup adalah merekam data tentang responden dan semua alternatif jawaban sudah tersedia dalam angket tersebut. Alternatif jawaban menggunakan skala yang sudah ditentukan.

Adapun skala yang digunakan adalah :

1. Skala *Compulsive Buying*

   Skala yang digunakan adalah skala *compulsive buying* yang telah disusun oleh Edwards (1993) berdasarkan aspek *compulsive buying* yang meliputi :

   a) Kecenderungan untuk berperilaku boros
   b) Dorongan untuk berperilaku boros
   c) Merasa gembira saat berbelanja

d) Pembelian di luar batas kewajaran

e) Perasaan bersalah setelah berbelanja

Alternatif jawaban terdiri dari empat jawaban yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Skor masing-masing bergerak antara 1-4. Item *favourable* jawaban Sangat Sesuai (SS) mendapat skor 4, Sesuai (S) mendapat skor 3, Tidak Sesuai (TS) mendapat skor 2, Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapat skor 1. Item jawaban *unfavourable* pada jawaban Sangat Sesuai (SS) mendapat skor 1, Sesuai (S) mendapat skor 2, Kurang Sesuai (KK) mendapat skor 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapat skor 4. Kisi-kisi dan distribusi skala pola hidup sehat diringkas pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Distribusi aitem skala *compulsive buying*

Aspek	Butir *Favorable*		Butir *Unfavorable*	
	Nomor Butir	**Jumlah**	**Nomor Butir**	**Jumlah**
1. Kecenderungan berperilaku boros	1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12	8	-	-
2. Dorongan untuk berperilaku boros	13, 14, 15, 16, 17, 18,	6	5	1
3. Merasa gembira saat berbelanja	19	1	6, 7, 25	3
4. Pembelian di luar batas kewajaran	20, 21, 22	3	8	1
5. Perasaan bersalah setelah berbelanja	23, 24	2	-	-
		20		5

2. Skala harga diri

Skala yang digunakan meliputi aspek dari Coopersmith (dalam Murk 1995) dan skala disusun oleh penulis sendiri yang meliputi:

a) Keberartian diri (*Significance*)
b) Ketaatan individu dan kemampuan memberi contoh (*Virtue*)
c) Kekuatan Individu (*Power*)
d) Kompetensi (*Competence*)

Alternatif jawaban terdiri dari empat alternatif jawaban yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skor masing-masing bergerak antara 1-4. Item *Favourable* jawaban Sangat Setuju (SS) mendapat skor 4, Setuju (S) mendapat skor 3, Tidak Setuju (TS) mendapat skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat skor 1. Item jawaban *Unfavourable* jawaban Sangat Setuju (SS) mendapat skor 1, Setuju (S) mendapat skor 2, Tidak Setuju (TS) mendapat skor 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mendapat skor 4.

Tabel 3.2

Distribusi Item Skala Harga Diri Sebelum Uji Coba

Aspek	Butir *Favorable*		Butir *Unfavorable*	
	Nomor Butir	**Jumlah**	**Nomor Butir**	**Jumlah**
1. Significance	1, 2, 3	3	5, 6, 7, 8, 13	5
2. *Virtue*	4	1	14, 15, 16, 19, 20 18	6
3. Power	9, 10, 11	3	-	-
4. *Competence*	17, 12	2	20, 21, 22, 23	4
		9		15

C. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode statistik dari spearman rho's. Metode statistik digunakan oleh peneliti agar dapat menguji hipotesis dengan tepat. Pada tahap awal, dilakukan uji asumsi terlebih dahulu. Uji asumsi pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Keseluruhan analisis ini akan difasilitasi menggunakan perangkat lunak *Statistical Program for Social* (SPSS) *version* 16.0 *for windows*.

HASIL PENELITIAN

Hasil uji normalitas dengan teknik *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* menunjukkan nilai untuk variabel harga diri diperoleh (K-SZ) = 0,938 dengan p = 0,342(p>0,05) dan pada variabel *compulsive buying*, diperoleh (K-SZ) = 0,621 dengan p = 0,836 (p>0,05). Hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa skala harga diri dan skala compulsive buying tersebar dengan normal.

Setelah dilakukan uji normalitas, maka selanjutnya dilakukan uji linearitas. Berdasarkan hasil uji linearitas keterkaitan antara variabel harga diri dan variabel *compulsive buying* diperoleh nilai linear F = 0,833 dan p = p< 0,006 (p <0,05). Hal ini menunjukkan bahwa korelasi hubungan antara harga diri dengan *compulsive buying* memenuhi asumsi linearitas.

Berdasarkan hasil uji asumsi yang telah dilakukan di atas, maka uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *non parametric* dari Spearman. Sehingga bila berdasarkan pada hasil analisis data menunjukkan r = 0,284 dengan p = 0,004 (p<0,05), maka dapat dinyatakan bahwa ada korelasi antara harga diri dan *compulsive buying*, sehingga hipotesis pertama yang diajukan **diterima**.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka hipotesis menyatakan ada hubungan antara kebutuhan akan harga diri dan compulsive buying pada remaja di pondok pesantren dapat **diterima**. Hal ini ditunjukkan dengan analisis korelasi antara variable harga diri dengan *compulsive buying* adalah r = -0,284 dengan p = 0,004 (p < 0,005) yang artinya ada hubungan yang signifikan antara kebutuhan harga diri dan compulsive buying dan jika harga diri itu rendah maka *compulsive buyingnya* rendah. Sebaliknya, apabila harga diri tinggi maka *compulsive buyingnya* pun tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga diri termasuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 51% dan compulsive buying berada pada kategorisasi sedang yaitu sebesar 43%. Hasil ini membuktikan bahwa santri pesantren Assalaam memiliki tingkat harga diri yag sedang dan memiliki tingkat compulsive buying yang sedang juga.

Menurut Faber & O'Guinn (1988) mengatakan bahwa *compulsive buying* adalah perilaku membeli yang tidak tepat dan berlebihan, dan sangat jelas menganggu kehidupan individu yang muncul dorongan *impulsif* untuk mengkonsumsi. *Compulsive buying* menurut Edwards (1993) adalah perilaku membeli yang biasanya konsekuensinya lebih ke arah negatif, mempunyai hutang, dan pada kejadian paling ekstrim adalah dimana proses berbelanja dan pengeluaran menjadi adiktif dan sangat menganggu kehidupan sehari-hari.

Faktor harga diri juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi para santri memiliki perilaku berbelanja seperti ini. Santri yang memiliki harga diri rendah akan mencoba mencari cara bagaimana dirinya di perhatikan oleh sekelilingnya, atau mengucilkan dirinya sehingga berbuat sesuatu yang bisa membuat dirinya merasa nyaman salah satunya dengan berbelanja. Orang yang memiliki *self esteem* rendah memiliki kecenderungan berperilaku *compulsive buying*. Dengan melakukan *compulsive buying* munculah perasaan memiliki kekuasaan melakukan aktivitas berbelanja (Edward, 1996)

Dalam psikologi, yang dikutip oleh Nilam (dalam Nurahmah 2012) mengatakan bahwa *self esteem* sering diterjemahkan sebagai "penilaian seseorang terhadap diri sendiri, baik positif maupun negatif". Mereka yang mempunyai keyakinan akan kemampuan-kemampuan yang dimiliki dan merasa dirinya bernilai adalah orang-orang yang harga dirinya positif. Sebaliknya, mereka yang harga dirinya negatif akan merasa lemah, tidak berdaya. Harga diri positif cenderung membuat individu bersemangat, menetapkan tujuan-tujuan (tantangan) yang lebih sulit untuk diri sendiri, dan mengembangkan aspirasi untuk melakukan sesuatu yang belum pernah di lakukan orang lain (Hajat & Irawati, 2012)

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa sebagian besar subjek memiliki harga diri yang sedang. Menurut Coopersmith (1969) harga diri (*self esteem*) adalah suatu penilaian seseorang terhadap kelayakan diri yang diekspresikan dalam sikapnya (Murk,1995). Harga diri yang rendah pada umunya akan membuat seseorang menjadi buruk, bersalah, tidak menarik, dan identitas yang kurang jelas. Rosenberg (1965) mengemukakan bahwa harga diri yang rendah

melemahkan hubungan dengan masyarakat; menurut teori sosial-ikatan, ikatan yang lebih lemah untuk masyarakat menurun sesuai dengan norma-norma sosial dan peningkatan *de-linquency* (Donnelan, dkk 2005). Harga diri yang rendah akan menolak lingkungannya dan tidak bertanggung jawab atas kehidupannya sendiri. Harga diri diperoleh dari sendiri dan dari orang lain, aspek utama adalah diterima dan menerima penghargaan orang lain.

Menurut Edward (1996) faktor *compulsive buying* secara umum dipengaruhi oleh *anxiety*, *perfectionism*, *self esteem*, *fantasy*, *impulsiveness*, *general compulsiveness*, *dependence*, *approval seeking*, *locus control*, *deppression*. Jika dilihat dari kondisi individu (*circumtantial factors*) dipengaruhi oleh *avoidance coping*, *denial*, *isolation*, dan *materialism*.

Penelitian ini secara keseluruhan memiliki kelemahan. Pertama, tidak adanya alternatif jawaban netral pada alat ukur yang digunakan, sehingga terdapat 1 (satu) santri dari seluruh subjek *try out* dan penelitian yang mempertanyakan alternatif jawaban netral. Peneliti tidak memfasilitasi subjek yang ingin memilih jawaban netral, namun hal tersebut dapat diatasi dengan menjelaskan bahwa subjek mampu memilih mana yang lebih cenderung mendekati subjek. Kedua, peneliti tidak menggunakan santri jenis kelamin laki-laki karena sulitnya meminta izin untuk mengadakan penelitian dari pihak laki-laki.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif dan signifikan antara harga diri dengan *compulsive buying* pada remaja di pesantren. Artinya, semakin tinggi harga diri santri, maka semakin rendah perilaku *compulsive buying* nya. Sebaliknya, semakin rendah harga diri pada remaja pesantren, maka semakin tinggi perilaku *compulsive buying* nya.

SARAN

1. Kepada Subyek penelitian

Disarankan untuk seluruh para santri, khususnya putri dalam kehidupan sehari-hari mampu menempatkan dirinya dimanapun berada. Berpikir positif dan percaya diri merupakan sikap yang baik untuk menghadapi masalah yang ada. Berpikiran positif akan membuat perasaan-perasaan negatif hilang tentang diri sendiri sehingga santri mampu beradaptasi dengan baik dan tidak menjadi orang yang minder. Namun, ketika keyakinan diri sudah rendah maka santri akan cenderung berperilaku negatif dalam kegiatan sehari-hari di pesantren termasuk salah satunya perilaku menghabiskan uang atau berbelanja hanya untuk kesenangan semata.

2. Saran kepada Sekolah

Bagi pihak sekolah khususnya pengasuh di kesantrian diharapkan selalu memonitoring santrinya setiap hari. Pihak pengasuh diharapkan mengadakan kegiatan konseling bagi para santrinya. Kegiatan ini berguna untuk mengetahui permasalahan santri dan menjadi penolong bagi santri sendiri saat ada masalah. Selain itu, ketika santri tidak bisa diterima di sekitar teman-temannya dan merasa di kucilkan, maka pihak pengasuh lah yang bertanggung jawab dan menjadi tempat curhat santri. Pada dasarnya, saat individu tidak diterima di lingkungannya dan dianggap tidak berharga, cenderung mempunyai harga diri yang rendah dan tidak percaya diri. Akan tetapi, saat ada seseorang yang

membantunya dan menerimannya, maka individu tersebut mampu bertahan dan semakin baik harga dirinya.

Kemudian disarankan kepada pihak sekolah khususnya pengasuh bagian putri untuk membatasi angka nominal uang saku santri agar tercipta kesetaraan dan tidak terjadi kesenjangan sosial. Karena apabila kesenjangan sosial terjadi maka akan tumbuh rasa minder yang menyebabkan harga diri santri menjadi rendah. Akan lebih baik lagi jika pihak pengasuh mewajibkan santri untuk menabung pada hari tertentu.

3. Sara kepada Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat dan ingin meneliti lebih jauh tentang perilaku *compulsive buying* pada remaja santri, dapat memperhatikan faktor-faktor lainnya**.**

Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak adanya pilihan jawaban netral pada alat ukur sehingga ada beberapa subjek yang bertanya. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dalam membuat alat ukur di berikan pilihan netral dan sesuai dengan apa yang diteliti agar tidak terjadi kesalahan. Kelemahan lain adalah tidak adanya subjek putra dalam penelitian ini di karenakan susahnya mendapat izin dari pihak pengasuh putra. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti subjek remaja agar menjadikan putra sebagai subjek juga agar mengetahui permasalah yang ada pada remaja secara keseluruhan khususnya remaja santri. Kelemahan lain dalam penelitian ini adalah variable antara harga diri dan *compulsive buying*

hubungannya tidak langsung, ada faktor-faktor lain yang masih bisa di hubungkan dalam penelitian selanjutnya.

Penelitian ini juga membutuhkan data berupa informasi yang lebih mendalam. Informasi bisa didapatkan dengan cara observasi dan wawancara mengenai masalah yang ingin diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Abarghooi & Abarghooi. 2013. Conceptual Comparison of Self-esteem in Western Psychology and Islam Religion. *Interdisciplinary journal of Contemporary Research in Business*. ijcrb.webs.com.Vol 4, N0 10.

Andayani & Afiatin. 1996. Konsep Diri, Harga Diri, dan Kepercayaan Diri Remaja. *Jurnal Psikologi* No. 2, 23-30. Universitas Gadjah Mada.

Anindya Nurratri. Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Ponsel Blackberry pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Yogyakarta. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Butler & Hagewen. 2011. School-Based Extracurricular Activity Involvement and Adolescent Self-Esteem: A Growth-Curve Analysis. *Springer Science Business Media, LLC 2010. J Youth Adolescence 40:568–581*

DeSarbo & Edwards. 1996. Typologies of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 5, No. 3, pp. 231-262. Society for Consumer Psychology. Accessed: 04/04/2014 08:5

Dittmar, Helga. 2005. Compulsive Buying-a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of psychology* ; Nov 2005; 96,ProQuest.University of Sussex,UK.

Elizabeth A, Edwards. 1993. Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behaviour. *Financial Counseling and Planning*. Marketing Department, Eastern Michigan University, Ypsilanti, Michigan.

Faber & O'Guinn. 1989. Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, Vol. 16, No. 2. The University of Chicago Press

Murk, Chris.1995. *Self Esteem: Research, Theory, practice*. New York

Owens, T, J. 1994. Two Dimensions of Self-Esteem: Reciprocal Effects of Positive Self- Worth and Self-Deprecation on Adolescent. *American Sociological Review Vol. 59, No. 3, pp. 391-407P.*

Prativi, E.P.N. 2012. Hubungan antara harga diri dan perilaku konsumtif pada ibu dan istri pejabat eselon 2 di kabupaten "X". *Skripsi* (Tidak

Diterbitkan) .Yogyakarta : Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Roberts, James, A. 1998.Compulsive buying among college students : An Investigation of Its Antecedents, Consequence, and Implications for Public Policy. *The Jurnal of Consumer Affairs* ;Winter 1998 ;32, 2 :ProQuest

Santrock, J.W. 2002. *Life Span Development Perkembangan masa hidup*. Erlangga.Jakarta

Santrock, J.W. 2011.*Masa perkembangan Anak*. Salemba Humanika. Jakarta

Sarwono Meinarno. 2009. *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika. Jakarta

Sarwono,Dr. Sarlito W. 2000. *Teori-teori Psikologi Sosial*. PT. Raja Grafindo Persada.Jakarta

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam iklan*. Alfabeta. Bandung

Sumber : *http://perpustakaancyber.blogspot.com/2013/04/pengertian-kebutuhan-manusia-macam-macam-kebutuhan-berdasarkan-intensitas-kegunaanya-sifatnya-waktu-pemenuhan-subjek.html#ixzz2iVpzhw3r* (23 oktober 2013)

Wahyudi. 2013. Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *Journal Sosiologi*,1 (4):26-36

Willoughby, Polajatko, dkk. 2000. Measuring the self esteem of adolescent with mental health problems : Theory meets practice. *The canadian Journal of Occupational therapy*. 2000 ; 67 ; 4. Proquest Nursing & Allied Health Source.

IDENTITAS PENULIS

Nama : **Zumrotus Sholihah**

Alamat : **Jl. Alpokat Raya, blok C 17 D, No 13, Perum. Pandau Permai, Pekanbaru Riau**

No Hp : **081215632744**

Email :**Zumrotus.soli@yahoo.com**