

Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Fawziah Zahrawati B^{1*}, Nahiyah Jaidi Faraz²

¹IAIN Parepare

²Universitas Negeri Yogyakarta

Correspondence: E-mail: zahraburhan42@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara parsial dan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian ex-post facto. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri di Kota Yogyakarta yang berjumlah 2.706 siswa. Sampel penelitian sebesar 366 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi sederhana, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) kultur sekolah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta dengan sumbangan sebesar 23,3%, (2) konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta dengan sumbangan sebesar 22,1%, (3) status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta dengan sumbangan sebesar 12,5%, dan (4) kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta dengan sumbangan sebesar 36,2%.

ARTIKEL INFO

Keywords:

*kultur sekolah,
konsep diri,
status sosial ekonomi orang tua,
perilaku konsumtif,*

1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang telah terjadi cukup lama. Namun, hingga saat ini perilaku tersebut masih menjadi momok di kalangan masyarakat. Perilaku konsumtif paling banyak dilakukan oleh kalangan remaja. Sebagaimana hasil penelitian Sukari et al. (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dilakukan oleh 94,10 % kalangan remaja karena mereka mengandalkan gaya/style dan selalu ingin mengikuti tren terkini, mereka belum mampu mengatur keuangan dan belum mampu mengendalikan keinginan-keinginan, mereka memiliki ego yang tinggi, senantiasa mengikuti mode demi sebuah gengsi, dan memiliki kecenderungan untuk mencoba hal-hal yang baru.

Perilaku konsumtif pada kalangan remaja di Kota Yogyakarta tidak mengherankan karena di Yogyakarta terdapat banyak pusat perbelanjaan, tempat berkumpulnya anak muda, tempat wisata kuliner, distro, maupun tempat perbelanjaan alat komunikasi atau IT yang menjadikan remaja mudah dalam memperoleh akses untuk berbelanja (Sukari et al., 2013, pp. 26-45).

Berhubungan dengan hal tersebut. Ada berbagai faktor yang mendorong seorang remaja menjadi sosok yang berperilaku konsumtif. Mangkunegara (2012) menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu: (1) kekuatan sosial budaya yang terdiri dari faktor kultur, tingkat sosial, kelompok anutan (small reference groups), dan keluarga, (2) kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, dan gambaran diri (self concept).

Dari berbagai faktor yang telah disebutkan, pada konteks remaja yang

bersekolah di Sekolah Menengah Atas, maka kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa. Hal ini diperkuat oleh hasil temuan Durmaz (2014) yang menyatakan bahwa perilaku pembelian seseorang sangat dipengaruhi oleh kultur, yaitu sekitar 60%. Hampir sebagian besar waktu anak dihabiskan di sekolah, sehingga kultur sekolah memiliki peluang besar untuk mempengaruhi perilaku anak.

Pada bagian lain, adapula faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa, yaitu konsep diri. Dalam hal ini Khare & Handa (2009) menyatakan bahwa ada hubungan antara konsep diri terhadap pemilihan merek barang atau jasa karena hal ini berhubungan dengan upaya seseorang dalam mencari perhatian di antara kalangannya. Merek dapat merepresentasikan konsep diri yang diharapkan oleh tiap-tiap orang. Temuan tersebut secara teoritis diperkuat oleh Kotler & Armstrong (2009) yang menyatakan bahwa konsep diri menghadirkan gagasan bahwa identitas mereka ditunjukkan dan dicerminkan oleh kepemilikannya, yaitu "kami adalah apa yang kami miliki", sehingga konsep diri juga memiliki peluang yang besar untuk mempengaruhi anak dalam berperilaku konsumtif.

Selain kultur sekolah dan konsep diri. Adapula faktor eksternal yang mempengaruhi seorang siswa dalam berperilaku konsumtif, yaitu status sosial ekonomi orang tua. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sipunga & Muhammad (2014, p. 67) yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja. Sebab, siswa didukung oleh sarana dan prasarana yang mudah diakses dan juga atas dukungan finansial orang tua siswa yang memiliki status sosial ekonomi cukup berada, sehingga mereka mudah untuk mendapatkan barang atau jasa

yang diinginkan dan berusaha untuk mengikuti mode atau tren yang sedang berkembang. Dengan perilaku yang demikian, siswa akhirnya membeli barang bukan karena pertimbangan fungsional atau manfaat, tetapi karena gaya hidup.

Perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan masyarakat, secara makro dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Haryanto, 2011). Namun secara mikro dapat menghadirkan permasalahan karena menjadikan masyarakat tidak akan pernah terpuaskan dan tidak akan mampu memuaskan kebutuhan konsumsi mereka, sehingga melahirkan masyarakat konsumen yang rakus dan mengidap ketidakpuasan tanpa henti (Piliang, 2003).

Kontroversi antara kondisi ideal yang diharapkan dengan kenyataan bahwa perilaku konsumtif siswa menjadi penghambat dalam upaya mencapai tujuan pendidikan. Oleh karena itu, berbagai upaya perlu dilakukan tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi aspek afektif dan psikomotorik juga harus menjadi hal yang patut untuk menjadi perhatian. Sebab, ketiga aspek tersebut akan saling mempengaruhi.

Upaya yang dilakukan termasuk mencari jalan keluar dari berbagai permasalahan (perilaku konsumtif) yang dialami siswa. Dengan mengetahui pengaruh ketiga faktor, yaitu: kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa, maka dapat diupayakan jalan keluar untuk memecahkan masalah tersebut, sehingga faktor-faktor penyebab siswa berperilaku konsumtif tidak lagi menjadi penghambat dalam mencapai tujuan pendidikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta."

Dari pemaparan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara parsial dan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta.

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh kultur sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta; (2) terdapat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta; (3) terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta; dan (4) terdapat pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta.

2. STUDI LITERATUR

2.1. Perilaku Konsumtif.

Kebiasaan mengonsumsi suatu barang atau jasa yang berlebihan tanpa menghasilkan sendiri merupakan representasi dari perilaku konsumtif. Kebiasaan tersebut akan mendorong seseorang untuk terus mengonsumsi tanpa batas, sehingga sulit untuk membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Dalam hal ini Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan penggunaan suatu produk secara tidak tuntas atau karena alasan merek dan tren di kalangan masyarakat.

Adapun indikator perilaku konsumtif yakni ketika seseorang membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai

sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda (Sumartono, 2002, p. 119).

2.2. Kultur Sekolah.

Sekolah merupakan institusi sosial yang tidak luput dari pengaruh-pengaruh kebudayaan. Sebagai institusional, sekolah mempunyai sistem sosial, organisasi sosial yang unik, termasuk pola interaksi sosial di antara para anggotanya yang disebut kultur sekolah. Berkaitan dengan hal tersebut, Deal & Peterson (2009) menyatakan bahwa kultur sekolah merupakan jaringan yang kompleks suatu tradisi dan ritual yang dibangun oleh guru, siswa, orang tua, dan pimpinan bekerja sama dan berhubungan dengan suatu krisis dan pencapaian suatu prestasi.

Aspek-aspek kultur sekolah yaitu: (1) artifak merupakan aspek yang paling nampak dan mudah diamati dari sekolah. Adapun indikator dari artifak meliputi lingkungan fisik sekolah, aturan sekolah, aneka kebiasaan yang berada di sekolah, dan visi misi sekolah; (2) nilai-nilai merupakan sesuatu yang dianut dan dijadikan pegangan oleh warga sekolah. Indikatornya meliputi sikap yang dipegang oleh warga sekolah dan semboyan-semboyan sekolah; dan (3) asumsi merupakan aspek yang tidak dapat diamati secara langsung dan merupakan aspek yang terdalam dari kultur sekolah. Indikator dari asumsi meliputi hubungan antar warga sekolah dan pola keyakinan bersama antar warga sekolah (Stolp & Smith, 1995; Schein, 1992; Zamroni, 2007).

2.3. Konsep Diri.

Konsep diri merupakan hal yang sangat berperan dalam perkembangan kepribadian dan perilaku seseorang. Konsep diri merupakan totalitas pikiran dan perasaan

individu dengan mengacu pada dirinya sendiri sebagai obyek (Rosenberg & Kaplan, 1982). Adapun aspek-aspek dari konsep diri meliputi: pengetahuan, harapan, dan penilaian tentang diri baik yang bersifat akademis maupun non akademis (Mangkunegara, 2012; Thalib, 2013; Calhoun & Acocella dalam Desmita, 2012).

2.4. Status Sosial Ekonomi Orang Tua.

Status sosial ekonomi merupakan kedudukan seseorang dalam suatu masyarakat yang bersifat relatif permanen (Horton & Hunt, 1992; Kotler & Armstrong, 2009). Status sosial ekonomi dapat dilihat dari beberapa aspek, yakni pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan (Henslin, 2007; Engel, Blackwell, & Miniard, 1994; Durmaz & Taşdemir, 2014; Horton & Hunt, 1992).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian ex-post facto yang dilaksanakan di SMA Negeri Kota Yogyakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta, terdapat 11 Sekolah Menengah Atas Negeri di Kota Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri di Kota Yogyakarta yang berjumlah 2.706 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional sampling dengan rumus Slovin, sehingga didapatkan besarnya sampel dari populasi untuk taraf kesalahan 5%, yaitu sebanyak 366 siswa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dengan model berupa pernyataan semi terbuka untuk variabel status sosial ekonomi orang tua, sedangkan untuk variabel kultur sekolah, konsep diri, dan perilaku konsumtif siswa menggunakan pernyataan tertutup dengan model likert.

Uji validitas yang digunakan adalah construct validity dengan menggunakan pendapat ahli (judgment experts). Setelah angket dinyatakan layak, maka terlebih

dahulu angket diujicobakan kepada 110 siswa. Kemudian dilakukan uji validitas menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA). Reliabilitas instrumen diketahui dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi. Untuk itu, perlu dilakukan pengujian asumsi regresi yang berupa uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi.

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing prediktor dalam menunjang efektifitas garis regresi untuk keperluan pengadaan prediktor, sedangkan sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan masing-masing prediktor dalam perbandingan terhadap nilai kriterium.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Prasyarat Analisis

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov memperoleh nilai p untuk variabel kultur sekolah sebesar 0,370, nilai p pada variabel konsep diri sebesar 0,262, nilai p pada variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 0,831, dan nilai p pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,105. Oleh karena nilai p dari keempat variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel telah berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas dengan memperhatikan pedoman jalur deviation from linearity diperoleh nilai p pada variabel kultur sekolah-perilaku konsumtif sebesar 0,427, nilai p pada variabel konsep diri-perilaku konsumtif sebesar 0,405, dan nilai p pada variabel status sosial ekonomi

orang tua-perilaku konsumtif sebesar 0,795. Oleh karena nilai p lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang linear.

Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) diperoleh nilai VIF pada variabel kultur sekolah sebesar 1,364, nilai VIF pada variabel konsep diri sebesar 1,322, dan VIF pada variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 1,058. Oleh karena nilai VIF pada ketiga variabel lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada ketiga variabel.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Spearman's Rho diperoleh nilai p pada variabel kultur sekolah sebesar 0,475, nilai p pada variabel konsep diri sebesar 0,468, dan nilai p pada variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 0,906. Oleh karena nilai p pada ketiga variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain ada kesinambungan tiap-tiap variabel (X) jika dipasangkan dengan variabel (Y).

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh kultur sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa

Hasil penelitian menemukan bahwa kultur SMA Negeri di Kota Yogyakarta yang meliputi lingkungan fisik sekolah, aturan sekolah, aneka kebiasaan yang dilakukan oleh warga sekolah, visi dan misi sekolah, sikap yang dipegang oleh warga sekolah, semboyan-semboyan yang memotivasi seluruh warga sekolah, hubungan antar warga sekolah, dan pola keyakinan yang dipegang teguh oleh warga sekolah termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan kesesuaian antara hasil

penelitian dan akreditasi SMA Negeri di Kota Yogyakarta yang semuanya terakreditasi A.

Nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi tersebut sangat signifikan. Artinya, hipotesis pertama yang menyatakan: "Terdapat pengaruh kultur sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta," diterima. Berkaitan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa layaknya kultur yang ada di masyarakat, kultur sekolah tanpa disadari mampu mempengaruhi perilaku para warganya. Kultur mampu mempengaruhi bagaimana seseorang berkomunikasi, bersosialisasi, dan berpenampilan. Hal ini terjadi karena kultur sekolah meliputi aturan-aturan, aneka kebiasaan yang berada di sekolah, sikap yang dipegang oleh warga sekolah, semboyan-semboyan, hubungan antar warga sekolah, dan pola keyakinan yang pada akhirnya akan membentuk perilaku siswa dalam berinteraksi sesama warga sekolah. Jadi, ketika siswa berada di sekolah yang para warganya berbudaya konsumtif, maka siswa tersebut memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif juga karena hal tersebut merupakan bentuk penyesuaian diri siswa terhadap kultur yang ada di sekolahnya.

Pada bagian lain, diperoleh informasi bahwa pengaruh kultur sekolah terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 23,3%, sehingga dapat dinyatakan bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Nilai koefisien garis regresinya sebesar -0,270. Nilai negatif menunjukkan bahwa kultur sekolah memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya, semakin tinggi kultur sekolah, maka semakin rendah perilaku konsumtif siswanya, begitupula sebaliknya. Hal ini terjadi karena sekolah yang berkultur positif akan memiliki kemampuan dalam menghadapi segala permasalahan-permasalahan yang dihadapi warga sekolah, sedangkan sekolah yang berkultur negatif akan kesulitan untuk

mengatasi masalah-masalah yang dihadapinya (Zamroni, 2007). Kultur sekolah yang negatif akan menjadikan warga sekolah terfokus pada nilai-nilai negatif yang berada di sekolah (Deal & Peterson, 2009).

Sekolah yang memiliki kultur positif akan mengarahkan warganya untuk fokus pada kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan mutu sekolah, sehingga warga sekolah sibuk dengan kegiatan-kegiatan yang positif, demi mencapai visi dan misi sekolah. Sekolah yang berkultur positif juga memiliki lingkungan sekolah dan ruang kelas nyaman dan kondusif untuk pelaksanaan pembelajaran, selalu mensosialisasikan aturan-aturan yang berada di sekolah sebagai upaya menciptakan suasana tertib, membiasakan para warga sekolah untuk mengadakan upacara setiap hari besar nasional, hubungan antar warga sekolah yang baik, siswa memiliki motivasi dan kedisiplinan, guru tepat waktu hadir di kelas karena menikmati proses belajar mengajar bersama siswa, berbagai kebiasaan positif hadir di tengah-tengah warga sekolah, seperti kebiasaan untuk memberi salam, dan adanya keyakinan antar warga sekolah bahwa mereka mampu mencapai prestasi yang membanggakan.

Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa kultur sekolah yang positif sangat penting untuk diciptakan, dijaga, dan dipelihara keberadaannya. Agar dapat dijadikan modal untuk memajukan mutu pendidikan dan pegangan dalam memecahkan masalah yang berada di sekolah, seperti perilaku konsumtif siswa.

4.2.2. Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif siswa

Konsep diri siswa yang meliputi: pengetahuan tentang diri, penghargaan terhadap diri, dan penilaian tentang diri, baik yang bersifat akademis maupun non akademis siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta berada pada kategori baik. Nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05. Artinya hipotesis kedua yang menyatakan: "Terdapat pengaruh konsep diri terhadap

perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta,” diterima.

Konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa, sebab cakupan dari konsep diri yang meliputi pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri. Seperti apa ia memandang dirinya akan tercermin dari keseluruhan perilakunya. Dalam artian perilaku seseorang akan selaras dengan bagaimana ia memandang dirinya (Desmita, 2012). Sebagai contoh, seseorang yang memandang dirinya sebagai orang modern dan sukses, maka perilaku pembelinya akan diarahkan untuk pencapaian konsep diri dengan membeli produk-produk mewah yang merupakan representasi dari kesuksesannya (Setiadi, 2010).

Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khare & Handa (2009) dalam penelitiannya tentang “Role of individual self-concept and brand personality congruence in determining brand choice” menyatakan bahwa ada hubungan antara kesesuaian konsep diri dengan merek dan peringkat produk. Seseorang akan cenderung membeli suatu barang atau jasa yang sesuai dengan konsep diri yang mereka harapkan.

Oleh karena itu, dalam berbelanja barang tujuan utama seorang remaja bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan, melainkan lebih sebagai sarana untuk mengonsumsi tanda (sign). Hal tersebut senada dengan teori kesesuaian citra produk dengan konsep diri (congruity theory) yang menyatakan bahwa semakin sesuai citra suatu produk/merek, maka produk tersebut akan semakin disukai oleh seseorang (Sumarwan, 2011).

Dalam kebudayaan komoditas, identitas seseorang diperoleh melalui komoditas itu sendiri. Artinya, apa yang seseorang beli merupakan representasi dari identitas dirinya (Ritzer & Smart, 2011). Objek material menjadi elemen utama dalam membentuk identitas seseorang dan merupakan refleksi atas dirinya, sehingga konsumsi juga dapat disebut sebagai proses

objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi dan internalisasi diri melalui objek-objek sebagai medianya. Proses mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam objek untuk memperoleh simbol-simbol sosial tertentu. Sebab, objek mampu membentuk perbedaan sosial (Piliang, 2011).

Konsumsi kini telah menjadi salah satu proses utama dalam mengonstruksi diri. Waktu luang digunakan untuk menciptakan simbol-simbol yang membawa arti sebagai citra diri. Konsumsi dapat didefinisikan sebagai seperangkat praktik di mana komoditas menjadi bagian dari individu tertentu, tetapi yang lebih penting adalah praktik mereka, di mana komoditas menjadi bagian dari individu secara simbolis. Barang yang dikonsumsi tidak hanya untuk karakteristik material mereka, tetapi bahkan lebih untuk apa yang melambangkan makna mereka, asosiasi, dan keterlibatan mereka dalam citra diri kita. Jadi, barang atau jasa yang dikonsumsi seseorang akan menghadirkan simbol terhadap individu yang mengonsumsinya (Goodman & Cohen, 2004).

Kemudian, apabila ditinjau dari perspektif psikologi, remaja pada dasarnya merupakan masa pencarian jati diri yang cenderung menjadikan mereka lebih labil dan tidak mampu untuk membuat skala prioritas dalam berbelanja, yang pada akhirnya menjadikan mereka membeli barang yang terkadang tidak dibutuhkan. Di balik kelabilan tersebut, remaja merupakan sasaran empuk pemasaran produk (Sumartono, 2002). Selain itu, menurut Johnstone (Mangkunegara, 2012), remaja sebagai seorang konsumen memiliki karakteristik yang amat mudah dipengaruhi oleh penjual, iklan, maupun kemasan barang yang menarik. Mereka belum mampu untuk berhemat, kurang religius, dan cenderung mudah terbujuk (impulsif).

Hasil penelitian ini juga menemukan pengaruh konsep diri sebesar 22,1% terhadap perilaku konsumtif siswa. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa masih

banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa selain konsep diri. Nilai koefisien garis regresinya sebesar -0,306. Nilai negatif menunjukkan bahwa konsep diri memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya semakin tinggi konsep diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif siswa, begitupula sebaliknya.

Karakteristik siswa yang memiliki konsep diri positif dapat dilihat dari pengetahuan tentang dirinya. Pengetahuan tersebut meliputi pengetahuan yang bersifat akademis dan non akademis, seperti pengetahuan tentang cita-cita, bakat, minat, potensi diri, penampilan, dan rasa sosial. Pengharapan siswa untuk dapat mencapai cita-cita, menjadi orang yang sukses, menjadi pribadi yang rendah hati, bermanfaat bagi orang lain, membanggakan orang tua, dan berani menghadapi tantangan juga merupakan karakteristik siswa yang memiliki konsep diri positif.

Siswa yang memiliki konsep diri positif juga memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya, seperti kemampuan untuk mengembangkan potensi yang ada di dalam dirinya. Oleh karena itu, sangatlah dibutuhkan konsep diri yang positif untuk meminimalisir perilaku konsumtif siswa.

4.2.3. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa

Status sosial ekonomi orang tua yang meliputi pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan orang tua siswa termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini didukung oleh pendidikan terakhir orang tua siswa yang didominasi oleh lulusan Perguruan Tinggi (PT), pekerjaan ayah dan ibu didominasi oleh wiraswasta, dan pendapatannya kebanyakan berkisar >Rp. 1.500.000 - ≤ Rp. 3.000.000 setiap bulan.

Nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi tersebut sangat signifikan. Artinya, hipotesis ketiga yang menyatakan: "Terdapat pengaruh status sosial ekonomi

orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta," diterima.

Hal ini terjadi karena secara finansial siswa masih tergantung pada orang tuanya. Oleh karena itu, dengan adanya dukungan status sosial ekonomi dari orang tua, maka siswa akan mendapat kesempatan yang lebih luas untuk memperoleh hal yang mereka inginkan. Sebagaimana hasil penelitian Sipunga & Muhammad (2014) yang menyatakan bahwa penghasilan orang tua mempunyai kaitan erat dengan pola konsumsi remaja. Remaja dengan penghasilan orang tua yang tinggi mempunyai peluang yang besar untuk berperilaku konsumtif. Remaja akan lebih mudah mewujudkan pencapaian status sosial yang diinginkan. Perilaku konsumtif remaja yang digambarkan dalam 4 indikator, yaitu: ingin tampak berbeda dengan orang lain, kebanggaan diri, ikut-ikutan, dan pencapaian status sosial.

Secara teoritis perilaku konsumtif memang dipengaruhi oleh status sosial ekonomi seseorang. Sebagaimana Veblen (Ritzer & Smart, 2011) menjelaskan hal tersebut dalam bukunya tentang The Theory of Leisure Class menyatakan bahwa kegiatan konsumsi seseorang tidak terlepas dari kelas sosialnya. Konsumsi merupakan suatu upaya membuat pembedaan-pembedaan sosial melalui objek-objek konsumen. Kelas atas menggunakan konsumsi yang berlebihan untuk membedakan dirinya dengan kelas-kelas yang berada di bawahnya.

Temuan ini tidaklah mengherankan. Sebab, sekarang konsumsi dijadikan sebuah kegiatan untuk mengekspresikan unsur-unsur simbolik dalam upaya menandai status sosial ekonomi seseorang, sehingga yang dikonsumsi tersebut bukanlah sekedar objek, tetapi juga makna-makna yang tersembunyi di baliknya, demikian yang dinyatakan oleh Piliang (2011). Sejalan dengan hasil penelitian Iftikhar et al., (2013) menemukan bahwa kelas sosial dapat mempengaruhi gaya hidup, sikap, dan perilaku seseorang. Orang-orang pergi ke

Pizza Hut dan McDonalds untuk makan malam menjadi simbol status dalam masyarakat.

Pada bagian lain, penelitian ini menemukan pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 12,5%, sehingga dapat dimaknai bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Penelitian ini juga menemukan arah pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa yaitu arah positif yang dapat dilihat dari nilai koefisien garis regresinya sebesar 0,276, sehingga dapat diprediksi bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua siswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif siswa, begitupula sebaliknya.

Ini dikarenakan seorang anak yang memiliki orang tua dengan status sosial ekonomi atas, memiliki perbedaan dalam menghabiskan waktu luangnya, jika dibandingkan dengan seorang anak yang berasal dari orang tua dengan status sosial ekonomi menengah ke bawah. Hal ini, pada akhirnya akan berdampak pada perbedaan pola perilaku pembelian (konsumsi) barang atau jasa. Sebab, semakin tinggi pendapatan orang tua, maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua. Siswa dengan status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua yang tinggi dengan mudah mendapatkan akses berbelanja, begitupula sebaliknya.

4.2.4. Pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua siswa terhadap perilaku konsumtif siswa

Hasil penelitian menemukan bahwa kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua siswa secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa, dapat dilihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Artinya, hipotesis keempat yang menyatakan: "Terdapat pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara

bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Kota Yogyakarta," diterima.

Nilai R² yang diperoleh sebesar 0,362 menunjukkan bahwa 36,2% perilaku konsumtif siswa dipengaruhi oleh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua dan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Diantara ketiga variabel bebas, variabel konsep diri yang paling dominan. Dapat dilihat dari nilai sumbangan efektif konsep diri sebesar 13,87%. Hal ini disebabkan oleh karena barang atau jasa yang dikonsumsi telah menjadi elemen vital dalam membentuk identitas seseorang dan refleksi atasnya: siapa kita, persepsi kita terhadap diri sendiri, dan penilaian atas harga diri kita seluruhnya dipengaruhi oleh apa yang kita miliki (Lee, 2006), sehingga siswa cenderung memiliki hasrat untuk mengonsumsi barang mewah sebagai upaya untuk mewujudkan konsep diri yang diidamkan.

Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa kultur sekolah yang sifatnya berada di luar diri siswa juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif siswa. Hal ini terlihat jelas dari nilai sumbangan efektif konsep diri dan kultur sekolah yang tidak jauh berbeda. Konsep diri memiliki sumbangan efektif sebesar 13,87%, sedangkan kultur sekolah memiliki sumbangan efektif yakni sebesar 13,72%. Jadi, selisih kedua variabel tersebut hanya sebesar 0,15%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa siswa yang menjadi bagian dari suatu sekolah, memiliki kecenderungan untuk terpengaruh oleh kultur sekolah tersebut. Kultur yang sifatnya berada di luar diri siswa, memiliki daya paksa, dan pada akhirnya membentuk pribadi serta perilaku siswa tersebut.

Pada bagian lain dari variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini, ada variabel status sosial ekonomi orang tua yang memiliki sumbangan efektif terendah yakni 8,64%. Menilik hal tersebut, meskipun

Piliang (2011) menyatakan bahwa konsumsi sebagai suatu sistem diferensiasi, yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol, dan prestise sosial. Namun, pada kenyataannya masyarakat pada saat ini telah bergerak mendekati masyarakat tanpa kelompok-kelompok status tetap, tempat pengadopsian gaya-gaya hidup (tampak pada pilihan fashion, aktivitas waktu luang, barang konsumen, ciri-ciri jasmani) yang dulu tetap bagi kelompok-kelompok spesifik, telah dikalahkan, demikian yang dinyatakan oleh Featherstone (Ritzer & Smart, 2011), sehingga pengaruh status sosial ekonomi tidak terlalu besar.

Selain itu, hasil penelitian Sipunga & Muhammad (2014) yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi atas dan siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi bawah. Terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi menengah dan siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi bawah. Namun, penelitian tersebut juga menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan antara siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi atas dan siswa yang orang tuanya berstatus sosial ekonomi menengah. Dengan demikian, temuan tersebut cukup mendukung hasil penelitian ini bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa, meskipun pengaruhnya kecil jika dibandingkan dengan dua variabel bebas lain yang diteliti.

5. KESIMPULAN

REFERENCES

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2012). Perilaku konsumen. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Deal, T.C. & Peterson, K.D. (2009). Shaping school culture; pitfalls, paradoxes, & promises (2nd ed). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut.

Kultur sekolah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun besar pengaruhnya, yaitu 23,3%. Nilai koefisien garis regresinya sebesar -0,270 yang menunjukkan bahwa kultur sekolah memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya, semakin tinggi kultur sekolah, maka semakin rendah perilaku konsumtif siswa, begitupula sebaliknya.

Konsep diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun besar pengaruhnya, yaitu 22,1%. Nilai koefisien garis regresinya sebesar -0,306 yang menunjukkan bahwa konsep diri memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya, semakin tinggi konsep diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif siswa, begitupula sebaliknya.

Status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun besar pengaruhnya, yaitu 12,5%. Nilai koefisien garis regresinya sebesar 0,276 yang menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua memiliki arah pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya, semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif siswa, begitupula sebaliknya. Kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Adapun besar pengaruhnya, yaitu 36,2% terhadap perilaku konsumtif siswa.

- Desmita. (2012). Psikologi perkembangan peserta didik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Durmaz, Y. (2014). The influence of cultural factors on consumer buying behaviour and an application in Turkey. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 14 (1), 37-44.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1994). Perilaku konsumen (edisi 6-jilid 1). (Terjemahan oleh F.X. Budiyanto). Chicago: The Dryden Press. (Buku asli diterbitkan tahun 1992).
- Goodman, D.J. & Cohen, M. (2004). Consumer culture; a reference handbook. Santa Barbara: ABC-CLIO, Inc.
- Henslin, J.M. (2007). Sosiologi dengan pendekatan membumi (edisi 6-jilid 1). (Terjemahan Kamanto Sunarto). New York: Pearson Education, Inc. (Buku asli diterbitkan tahun 2006).
- Horton, P.B. & Hunt, C.L. (1992). Sosiologi (jilid 2). (Terjemahan Aminuddin Ram). New York: McGraw-Hill, Inc. (Buku asli diterbitkan tahun 1984).
- Iftikhar.M., et al. (2013). Social class is a myth or reality in buying behavior. *African Journal of Business Management*, 7 (9), 713-718.
- Khare, A. & Handa, M. (2009). Role of individual self-concept and brand personality congruence in determining brand choice. *Innovative Marketing*, 5 (4), 63-71.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2009). Prinsip-prinsip pemasaran (edisi 12-jilid 1). (Terjemahan Bob Sabran). New York: Pearson Education, Inc. (Buku asli diterbitkan tahun 1997).
- Lee, M.J. (2006). Budaya konsumen terlahir kembali; arah baru modernitas dalam kajian modal konsumsi dan kebudayaan. (Terjemahan Nurhadi). London: Routledge. (Buku asli diterbitkan tahun 1993).
- Nugroho J. Setiadi. (2013). Perilaku konsumen; perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen (edisi revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Puspita Nilawati Sipunga & Amri Hana Muhammad. (2014). Kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan orang tua pada siswa-siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3 (1), 62-68.
- Ritzer, G. & Smart, B. (2011). Handbook teori sosial. (Terjemahan Muttaqien, Widowatie, & Waluyati). Thousand Oaks: SAGE Publications. (Buku asli diterbitkan tahun 2001).
- Rosenberg, M. & Kaplan, H.B. (1982). Social psychology of the self-concept. New York: Basic Books, Inc.
- Schein, E.H. (1992). Organizational culture and leadership (2nd ed). Hoboken: Jossey-Bass Publishers.
- Sindung Haryanto. (2011). Sosiologi ekonomi. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Stolp, S. & Smith, S.C. (1995). Transforming school culture; stories, symbols, values, and the leader's role. Michigan: ERIC Clearinghouse on Educational Management.
- Sukari., et al. (2013). Perilaku konsumtif siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta.
- Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan; meneropong imbas pesan iklan televisi. Bandung: Alfabeta.
- Syamsul Bachri Thalib. (2013). Psikologi pendidikan berbasis analisis empiris aplikatif (edisi revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ujang Sumarwan. (2011). Perilaku konsumen; teori dan penerapannya dalam pemasaran (edisi 2). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yasraf Amir Piliang. (2003). Hipersemiotika; tafsir cultural studies atas matinya makna. Yogyakarta: Jalasutra.

- _____. (2011). Dunia yang dilipat; tamasya melampaui batas-batas kebudayaan (edisi 3). Bandung: Matahari.
- Zamroni. (2007). Pendidikan dan demokrasi dalam transisi (prakondisi menuju era globalisasi). Jakarta: PSAP Muhammadiyah.