

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil singkat SMA Negeri 2 Ngawi

1. Sejarah SMA Negeri 2 Ngawi

Semua berawal dari *Sekolah Menengah Persiapan Pembangunan* atau yang lebih dikenal dengan sebutan SMPP yang telah merabut hati dan simpati masyarakat Ngawi pada dekade tahun 1975 – 1980'an. Sesuai dengan namanya, sekolah yang dirancang khusus oleh pemerintah ini menjelma bagaikan magnet yang meyedot minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sini. Maka persaingan untuk memasuki sekolah inipun dimulai.

Nama itu telah melahirkan legenda baru, **SMUN 2 Ngawi**. Dengan memanfaatkan warisan emas leluhurnya, SMUN 2 Ngawi terus bergeliat, berbenah diri, berpacu untuk mewujudkan kepercayaan menjadi sebuah kebanggaan. Dan image itupun terbentuk. Semua mengakui bahwa sekolah inilah yang terbaik di kabupaten Ngawi. Bahkan sekolah yang menjadi andalan dan harapan masyarakat kota keripik ini dibawah kepemimpinan bapak Drs. Warsun Warsono telah mampu mensejajarkan diri dengan SMU – SMU terbaik se – Jawa Timur. Dan dilanjutkan dengan sentuhan lembut Drs. H. Syamsuri, nama SMUDA yang berganti SMADA, terus melejit dengan berbagai prestasi dan siswa – siswa yang unggul.

Ternyata sekolah ini menyimpan sejarah yang cukup panjang dengan berkali – kali mengalami perubahan nama. Sekolah ini berdiri pada tanggal 1 Agustus 1963 dahulunya berlokasi di perdopo Radjiman Widjodiningrat tahun 1963 – 1967. Kemudian berpindah di sebelah Stadion Ketonggo (sekarang SMUN 1 Ngawi) dari tahun 1967 – 1976. Setelah itu berganti nama dengan SMPP pada tahun 1976 dan

sekolah inipun pindah di lokasi Smuda sekarang ini pada tahun. Pada tahun 1986, akibat kebijakan pemerintah, nama SMPP diubah menjadi SMUN 3 Ngawi yang disingkat dengan nama SMAGA. Ternyata nama inipun tak berusia lama. Pada tahun 1989 sekolah inipun berubah nama menjadi SMAN 2 Ngawi (SMADA). Dan pada akhir tahun 1994 menjelmalah nama baru bagi sekolah ini yaitu SMUN 2 Ngawi (SMUDA). Nama itupun berganti kembali menjadi SMADA.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Berbudaya dan berkepribadian yang terbentuk melalui pendewasaan IMTAK dan IPTEK yang kompetitif, berwawasan global berperilaku Indonesia.

b. Misi

1. Menciptakan suasana kondusif penuh kekeluargaan yang bernuansa religius, etik dan moral.
2. Mewujudkan warga sekolah yang sadar akan aturan tata tertib serta kedisiplinan yang tinggi.
3. Mewujudkan KBM yang efektif, kreatif dan inovatif dengan mengembangkan kompetensi secara optimal.
4. Mengoptimalkan pelaksanaan bimbingan dalam mengantar perkembangan siswa, menemukan jati dirinya secara utuh.
5. Mengembangkan pelayanan unggul dalam pembinaan siswa.

6. Mengembangkan potensi sesuai bakat, minat siswa dalam bidang akademik dan non akademik.

7. Mengoptimalkan perkembangan daya pikir, akal budi untuk setinggi-tingginya prestasi, baik keberhasilan di PTN maupun kepribadian yang terpuji.

B. Pelaksanaan Dan Deskripsi Peneleitian

1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 2 Ngawi pada tanggal 16 Maret 2015 dengan menyebarkan 97 eksemplar skala tentang harga diri, konformitas dan perilaku konsumtif.

2. Deskripsi hasil penelitian

Berikut adalah table statistic deskriptif dimana dengan table inilah bisa diketahui mean dan standar deviasi dari variabel harga diri, konformitas dan perilaku konsumtif sehingga bisa mencari kategori.

Tabel 4.1 statistik deskriptif perilaku konsumtif, harga diri dan konformitas

Variabel	Min	Max	M	SD
Perilaku konsumtif	35	83	68.03	9.881
Harga diri	27	58	40.97	5.135
Konformitas	18	39	27.31	3.398

Berdasarkan tabel tersebut diatas diketahui data mean dan standart deviasi masing-masing variabel. Variabel perilaku konsumtif, memiliki mean dan standart deviasi 68,03 dan 9,881. Variabel harga diri memiliki mean 40,97 dan standar deviasi 5,135. Variabel konformitas memiliki mean 27,31 dan standar deviasi 3,398.

Tabel 4.2 Kategorisasi Skor Subjek

Variabel	Kriteria jenjang	Norma	Kategori	Frek	(%)
Perilaku konsumtif	$X \geq MH + 1SD$	$X \geq 46$	Tinggi	90	93 %
	$MH - 1 SD \leq X < MH + 1 SD$	$30 \leq X \leq 46$	Sedang	7	7 %
	$X < MH - 1 SD$	$X \leq 30$	Rendah	0	0 %
Harga diri	$X \geq MH + 1SD$	$X \geq 28$	Tinggi	93	96 %
	$MH - 1 SD \leq X < MH + 1 SD$	$17 \leq X \leq 28$	Sedang	4	4 %
	$X < MH - 1 SD$	$X \leq 17$	Rendah	0	0 %
Konformitas	$X \geq MH + 1SD$	$X \geq 19$	Tinggi	92	95 %
	$MH - 1 SD \leq X < MH + 1 SD$	$13 \leq X \leq 19$	Sedang	5	5 %
	$X < MH - 1 SD$	$X \leq 13$	Rendah	0	0 %

Berasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel perilaku konsumtif berada di tingkat tinggi, hal ini terlihat dari subjek yang memiliki perilaku konsumtif di tingkat

tinggi sebanyak 93 % , sedang sebanyak 7 % dan kategori rendah sebanyak 0 % . Selanjutnya pada variabel harga diri sama halnya dengan variabel perilaku konsumtif yang kategori tinggi berada di tingkat tertinggi dengan angka 96 % . Kategori sedang sebanyak 4 % dan kategori rendah sebanyak 0 % . Kemudian pada variabel terakhir, yaitu konformitas kategori tinggi juga memiliki angka tertinggi, yaitu sebesar 95 % , kategori sedang sebesar 5 % dan kategori rendah sebesar 0 % .

3. Uji prasyarat

a. Uji normalitas

Prosedur yang digunakan untuk mengetahui derajat normalitas data yang diperoleh yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smimov* dari skala perilaku konsumtif, harga diri dan konformitas nasabah dengan bantuan perangkat lunak *SPSS 16.0 for windows*. Hasil uji normalitas kedua skala yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel.

Tabel 4.3 Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
Variabel	K-SZ	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Perilaku konsumtif	1.968	0.001 (p < 0.05)	Tidak normal

Harga diri	0.915	0.372 ($p > 0.05$)	Normal
Konformitas	1.352	0.052 ($p > 0.05$)	Normal

Berdasarkan tabel analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pada variabel perilaku konsumtif distribusi data tidak normal karena nilai $p < 0.05$, karena distribusi data tidak normal berarti data sampel tidak dapat mewakili atau digeneralisasikan pada populasinya (Purwanto, 2011 : 156) pada variabel harga diri dan konformitas data terdistribusi normal karena nilai $p > 0.05$, maka data tersebut dapat digeneralisasikan pada populasinya.

b. Uji linieritas

Uji linieritas diuji dengan menggunakan *Regression Test for Linierity* dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Linieritas yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linier. Kurva linier dapat terbentuk apabila setiap kenaikan atau penurunan variabel bebas diikuti pula oleh kenaikan atau penurunan variabel terikat. Data dikatakan linier apabila pada kolom linierity nilai probabilitasnya atau $p < 0, 05$.

Tabel 4.4 hasil uji linieritas harga diri dan perilaku konsumtif

Variabel	F	P	Keterangan
Harga diri dengan perilaku konsumtif	1.366	0.245	Tidak linier

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa antara variabel harga diri dengan perilaku konsumtif tidak linier dikarenakan nilai $p (0.245) > 0.05$. Hal tersebut berarti

bahwa antara variabel harga diri dan konformitas tidak mempunyai hubungan yang linier dan tidak signifikan yang dikarenakan oleh nilai $p > 0,005$.

Tabel 4.5 hasil uji linieritas konformitas dengan perilaku konsumtif

Variabel	F	P	Keterangan
konformitas dengan perilaku konsumtif	32.743	0.000	Linier

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa antara variabel harga diri dengan perilaku konsumtif adalah linier dikarenakan nilai $p (0.000) < 0.05$. Hal tersebut berarti bahwa antara variabel konformitas dan perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang linier yang signifikan.

4. Uji hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif dan ada hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif. Hasil analisis korelasi dengan menggunakan product moment dengan bantuan perangkat SPSS 16.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 hasil analisis korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif

Correlations

		hargadiri	Konsumtif
Hargadiri	Pearson Correlation	1	-.119
	Sig. (2-tailed)		.245
	N	97	97
Konsumtif	Pearson Correlation	-.119	1

Sig. (2-tailed)	.245	
N	97	97

Berdasarkan tabel hasil analisa diatas maka dapat diketahui bahwa ada hubungan negatif yang kecil dan tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, hal tersebut dikarenakan angka signifikannya adalah 0.245 maka hipotesis awal yang menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif diterima, tetapi hubungan keduanya tidak signifikan karena $p > 0.05$.

Tabel 4.7 hasil analisis korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif

Correlations

		konformitas	Konsumtif
Konformitas	Pearson Correlation	1	.506**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Konsumtif	Pearson Correlation	.506**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel analisa diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif, hal ini ditunjukkan oleh nilai $p = 0.000$, oleh karena itu dapat diketahui bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku

konsumtif karena $p < 0.05$. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif diterima. Semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat konformitasnya, maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya.

C. Pembahasan

1. Tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi

Dari hasil analisa pada tabel 4.2 dapat diketahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi berada di tingkat tinggi. Pada kategori tinggi ini ditandai dengan jumlah siswi yang berada pada kategori ini sebanyak 90 siswi dengan prosentase sebesar 93 %. Para remaja yang berada pada kategori tinggi ini sangat mudah terpengaruh oleh rayuan iklan, suka berbelanja, sangat memperhatikan penampilan dirinya. Mereka juga para remaja yang suka membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang bisa menunjang penampilan dan membuat rasa percaya dirinya semakin bertambah. Menjaga penampilan dirinya karena gengsi dan sangat mudah dipengaruhi oleh barang-barang yang sedang diskon di pusat perbelanjaan.

Kategori yang selanjutnya adalah kategori sedang, pada penelitian ini remaja yang memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang hanya sebanyak 7 orang anak saja dengan prosentase sebesar 7 %. Mereka yang berada pada kategori sedang ini cenderung boros dalam penggunaan uang, minat belanjanya tinggi meskipun tidak setinggi mereka yang berada dalam kategori tinggi.

Kategori yang terakhir adalah kategori rendah. Dalam penelitian ini tidak ada satupun remaja yang memiliki tingkat perilaku konsumtif rendah. Karakteristik remaja yang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah adalah mereka tidak

mudah terbuju rayuan iklan, meskipun menawarkan tawaran yang sangat menarik. Mereka juga tidak terlalu boros dalam menggunakan uang, tidak membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang tidak penting. Dalam penelitian ini tidak ada satupun siswa yang memiliki karakteristik perilaku konsumtif rendah seperti yang telah disebutkan diatas.

Dapat disimpulkan bahwa memang tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut sama dengan pengamatan yang selama ini dilakukan oleh peneliti. Perilaku konsumtif yang tinggi ini terlihat dari cara berbusana dan gaya mereka sehari-hari.

2. Tingkat harga diri pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi

Berdasarkan hasil analisa pada tabel 4.2 diatas dari 97 siswi menunjukkan bahwa sebagian besar siswi memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Hal ini terlihat dari data yang diperoleh bahwa terdapat 93 siswi dengan prosesntase sebesar 96 % berada pada kategori tinggi, 4 siswi dengan prosesntase 4 % berada di kategori sedang dan tidak ada siswi yang berada pada kategori rendah.

Pada remaja yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi yang berjumlah 13 siswi tentu saja mereka memiliki kemampuan mengontrol tingkah laku dan memandang dirinya lebih baik lagi. Mereka merupakan anak-anak yang tidak mudah putus asa, rasa optimis dan keyakinannya tinggi. Pada remaja yang seperti ini mereka cenderung tidak mudah terpengaruh oleh hal-hal yang negatif, mereka memiliki pandangan yang luas dan selalu memberi penilaian positif tentang dirinya. Mampu bertanggung jawab serta mampu mengerjakan tugas-tugasnya dengan baik dan maksimal.

Tidak selamanya harga diri yang tinggi selalu berdampak positif. Dari serangkaian penelitian ditemukan bahwa harga diri yang tinggi tidak selalu

berpengaruh positif terhadap tingkah laku. Bullying, narsisme, dan eksibionisme adalah contoh tingkah laku negatif yang dilakukan oleh orang-orang dengan harga diri tinggi. Hal tersebut dikarenakan harga diri tinggi superioritas terhadap orang lain dan orang termotivasi untuk terus melakukannya (Sarwono, 2011).

Remaja putri dengan harga diri yang sedang cenderung mampu mengontrol diri, memiliki pandangan yang positif terhadap dirinya sendiri mampu mengerjakan tugas dengan baik, tetapi lebih pada tahap sedang. Selain itu individu dengan harga diri sedang cenderung mampu bertanggung jawab atas dirinya sendiri, mandiri kreatif dan berjiwa pemimpin. Tetapi hal tersebut tidak sebaik individu yang memiliki harga diri yang tinggi.

Para remaja yang memiliki harga diri rendah biasanya mereka memandang dirinya secara negatif, selalu memandang kelemahan-kelemahan yang ada pada dirinya, mudah putus asa, selalu pesimis. Selain itu para remaja dengan harga diri yang rendah cenderung kurang mampu untuk bertanggung jawab atas dirinya sendiri. Dalam penelitian ini tidak ada satupun subjek yang memiliki harga diri yang rendah, hal ini berarti tingkat harga diri pada siswi di SMAN 2 Ngawi adalah tinggi.

3. Tingkat konformitas pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi

Berdasarkan hasil analisa pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa tingkat konformitas pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi didominasi oleh tingkat kategori tinggi dengan jumlah siswi sebanyak 92 dengan prosentase sebesar 95 %. Dari hasil analisa tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat konformitasnya adalah tinggi. Para remaja dengan kategori tingkat konformitas yang tinggi ini tentu saja mereka yang sangat ingin terlihat sama dengan kelompoknya, tidak ingin ditolak oleh orang-orang yang berada dalam kelompok sosialnya, yaitu kelompok teman sebayanya. Mereka ingin orang lain menyukainya sehingga dapat diterima dalam sebuah kelompok

pertemanan. Tidak hanya itu, mereka juga akan bersedia melakukan apa yang dilakukan oleh teman-temannya, meskipun terkadang mereka tidak menyukai hal itu, semua itu mereka lakukan agar mereka sama dengan kelompoknya.

Para remaja dengan tingkat konformitas yang tinggi ini cenderung mau melakukan semua hal yang dianggap benar oleh kelompoknya, menerima segala pendapat yang diberikan oleh teman-temannya. Mereka menghargai persahabatan, mengutamakan kepentingan kelompok. Mereka melakukan itu semua karena mereka tidak ingin mendapatkan penolakan dari teman-temannya.

Selanjutnya pada kategori sedang hanya berjumlah 8 orang siswi dengan prosentase sebesar 5 %. Mereka dengan tingkat konformitas yang sedang cenderung ingin menyesuaikan diri dengan kelompoknya, mengikuti apa yang dilakukan oleh teman-teman yang ada pada kelompok sosialnya, mereka ingin menjadi sama dengan orang-orang di lingkungannya, terutama adalah teman sebaya. Meskipun demikian, hal tersebut tidak setinggi dengan mereka yang memiliki tingkat konformitas yang tinggi.

Pada kategori yang terakhir, yaitu kategori rendah tidak terdapat satupun siswi yang berada pada kategori ini. Para remaja yang memiliki tingkat konformitas yang rendah cenderung tidak mudah terpengaruh oleh lingkungannya. Para remaja yang memiliki tingkat konformitas yang rendah ini berpotensi sebagai orang-orang yang nonkonform atau anti konformitas. Selain itu orang-orang dengan tingkat konformitas yang rendah juga berpotensi untuk individuasi. Individuasi merupakan kebutuhan seseorang untuk menjadi berbeda dari orang lain dalam beberapa hal (Baron & Byrne, 2005).

Dalam penelitian ini subjek hanya berada pada kategori sedang dan tinggi, dan didominasi oleh kategori tinggi. Terlihat jelas bahwa tingkat konformitas pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi adalah tinggi.

1. Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif.

Harga diri merupakan evaluasi diri seseorang secara keseluruhan (Myers, 2012). Dapat diartikan pula harga diri merupakan hasil evaluasi individu tentang dirinya sendiri dan bagaimana cara individu itu memberi penilaian atas apa yang ada pada dirinya. Dalam penelitian ini terjadi hubungan negatif yang tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, karena nilai $p(0,245) > 0,05$, dan nilai F adalah $-0,119$ oleh karena itu ada hubungan negatif yang kecil dan tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif karena nilai p yang ditunjukkan lebih besar dari $0,05$.

Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2012) yang berjudul hubungan antara konformitas dan harga diri pada remaja putri yang mendapatkan hasil hubungan yang negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif dengan nilai $p(-0,243) < 0,05$. Hal itu menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif. Selain itu tingkat harga diri yang dihasilkanpun juga berbeda. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan karakteristik subjek yang berbeda, meskipun subjek sama-sama remaja. Perbedaan letak geografis sehingga menimbulkan perbedaan karakteristik dan budaya, sehingga menghasilkan hasil yang berbeda.

Dalam penelitian ini harga diri berpengaruh sangat kecil dalam menentukan tinggi rendahnya tingkat perilaku konsumtif seseorang, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Status sosial dan ekonomi dari orangtua juga dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif, karena sebagian para remaja yang menjadi

subjek dalam penelitian ini berasal dari keluarga dengan tingkat finansial ekonomi yang menengah keatas. Dengan adanya hal tersebut maka kemungkinan besar remaja yang mempunyai orang tua dengan penghasilan dan pendidikan tinggi maka perilaku konsumtifnya juga akan meningkat. Tidak hanya pada penghasilan dan pendidikan yang tinggi, status sosial ekonomi orang tua yang dilihat dari penilaian orang yang menganggap seseorang tersebut terpancang, terkenal serta kedudukannya di dalam suatu lingkungan, juga menentukan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa karena untuk menunjukkan prestise dalam pergaulannya (Aprillia & hartoyo, 2013)

Variabel lain yang turut berperan dalam perilaku konsumtif adalah konformitas. Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Baron & Byrne). Berbeda dengan hasil korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif, hasil analisa menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $p(0,000) < 0,05$ yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif subjek dalam penelitian ini, dan sebaliknya semakin rendah tingkat konformitasnya maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Artledia Sihotang (2009) yang berjudul “hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsive pada remaja”, dalam penelitiannya dihasilkan $p = 0,008$. Hal ini sama dengan pendapat Taylor, Sears, Peplau (2009) yang mengatakan bahwa remaja biasanya berpakaian sama dengan sahabatnya, adanya konformitas berpengaruh pada tingkat perilaku konsumtif seseorang, oleh karena itu

remaja akan membelanjakan uangnya untuk mempunyai barang atau pakaian yang sama seperti teman-teman pada kelompoknya.

