

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI MA IHYAUUL ULUM DUKUN GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

**Is Maisaroh
05410046**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2009**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI MA IHYAUUL ULUM DUKUN GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

**Is Maisaroh
05410046**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2009**

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI MA IHYAUUL ULUM DUKUN GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh:

**Is Maisaroh
05410046**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2009**

LEMBAR PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI MA IHYAUL ULUM DUKUN GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

**Is Maisaroh
05410046**

**Telah Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing**

**Endah Kurniawati, M.Psi
NIP: 150 300 643**

Malang, 15 oktober 2009

Mengetahui

**Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

**Dr. H. Mulyadi, M. Pd. I
NIP: 150 206 243**

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPRIBADIAN DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI MA IHYAUL ULUM DUKUN GRESIK

SKRIPSI

Oleh:
Is Maisaroh
05410046

Telah dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Tanggal 26 Oktober 2009

Dengan Penguji

1. H. Aris Yuana, Lc, MA (_____)
Ketua penguji NIP. 150 300 126

2. Endah Kurniawati, M. Psi (_____)
Sekretaris penguji NIP. 150 300 643

3. D.r Rahmat aziz, M. Si (_____)
Penguji Utama NIP. 150 318 464

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi,

Dr. H. Mulyadi, M. Pd. I
NIP. 150 206 243

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Is Maisaroh

NIM : 05410046

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif
Pada Remaja Di Ma Ihyaul Ulum Dukun Gresik

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, 16 oktober
2009
Peneliti

Is Maisaroh
NIM 05410046

MOTTO

﴿ يَبْنِي ۚ آدَمَ خذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا

يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (Al-A’raf:31).

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada Allah SWT
Karya sederhana ini kupersembahkan kepada Ayah dan Ibu
tercinta

Terima kasih atas doa disetiap sujud,
Untuk semua pelajaran yang sangat berharga,
Untuk kasih sayang, pengorbanan yang ikhlas,
Dan untuk semua yang tak pernah sanggup terbalas.

Mas Najib & De' Wawan,
Thanks untuk supportnya & kasih sayangnya,
Untuk semua kenangan indah yang tak pernah terlupa
Tetap semangat dalam menjalani hidup, i love you

Om Abidin dan tante Yusriani
Terima kasih atas dukungannya.
De'Misbakh dan De'Nanda,
Jadilah anak yang bisa dibanggakan.

Guru-guruku semua yang pernah memberikan ilmunya kepadaku,
terima kasih atas semuanya. Karena jasa dan bimbingan kalian,
sehingga sampailah pada saat ini.
Semoga ilmu-ilmu ini menjadi bermanfaat.

Untuk kamu yang selalu memberiku semangat,
Terima kasih untuk cinta, kesabaran dan kesetiannya.

Teman-temanku semuanya, tanpa kalian aku tidak akan faham
apa itu arti kebersamaan, persahabatan dan cinta.
Terima kasih atas kebersamaan yang penuh warna ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanyalah bagi pemilik Akbar asma-Nya Allah SWT atas segala karunia Rahmat, Berkah, Hidayah dan Maunah serta Taufik-Nya kepada kami. Sehingga dengan segenap tenaga dan fikiran yang telah dikaruniakan-Nya kami dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Hubungan Antara Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik**”

Tak luput dari bimbingan manusia terkasih-Nya seraya kami haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat-sahabat, dan para pengikutnya yang yang tetap istiqomah memegang teguh keyakinan akan keimanan dan keislamannya dalam hati.

Pada akhirnya kami bisa menyelesaikan laporan ini, yang kesemuanya tidak terlepas dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu, kami haturkan ucapan terima kasih yang terdalam kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. DR. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak memberikan perhatian dan dukungannya kepada Fakultas Psikologi.
2. Bapak Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak memberikan perhatian dan dukungannya kepada fakultas psikologi.

3. Pembantu Dekan I, II dan III beserta seluruh dosen-dosen fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
4. Ibu Endah Kurniawati, M.Psi, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan kritik dan saran dalam proses bimbingan skripsi ini.
SEMANGAT !!!
5. Bapak K.H Afif Ma'sum selaku kepala MA. Ihyaul Ulum dan segenap para guru beserta siswa-siswi MA. Ihyaul Ulum Dukun Gresik yang telah membantu sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar.
6. Ayah dan Ibu tersayang, beserta seluruh keluarga besar terima kasih atas do'a, dukungan dan cinta yang telah diberikan. Semoga Allah selalu melimpahkan rahmad dan hidayahnya kepada keluarga besar kita.
7. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Psikologi Angkatan 2005. Kuliah lebih menyenangkan bersama kalian.
8. Teman-teman baikku: Rohan, lox_p, Amel, Noya, Yuny, Bom2, thanks 4 Supportnya.
9. Teman-teman kost ku: Mbo'd Husna & mawar, ayo cepet lulus, tar kita reuni bareng.
10. Buat Uni Nura, Mas Taufiq, Zayyin, thanks atas bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Serta kepada semua pihak yang telah bersedia membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik berupa materiil maupun spiritual.

Sungguh tiada yang patut saya ucapkan selain untaian do'a semoga apa yang telah saya sumbangkan ini bisa memberikan manfaat khususnya bagi pihak-pihak yang terkait dan untuk semua umat manusia pada umumnya. Dan semoga segala amal yang telah diperbuat tercatat sebagai amal sholeh serta mendapatkan berkah-Nya. *Jazakumullah.*

Akhirnya, kami memohon maaf apa yang saya persembahkan ini masih jauh dari kesempurnaan, kita tahu bahwa kesempurnaan hanyalah milik Allah semata. Oleh karena itu, jika ada kesalahan atau kekurangan mohon kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak sebagai bahan komtemplasi kami untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan berkah dan manfaat yang besar bagi kita semua. *Amien ya robbal alamien.*

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Malang, 16 oktober
2009

Penulis

Is Maisaroh

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Fungsi jiwa menurut Jung

Tabel II Tipologi Jung

Tabel III Inventarisasi ayat Al-qur'an Tipe Kepribadian

Tabel IV Inventarisasi ayat Al-qur'an Perilaku Konsumtif

Tabel V Rincian Sampel Penelitian

Tabel VI Blue Print perilaku konsumtif

Tabel VII Penentuan Nilai Skala (Skoring)

Tabel VIII Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Tabel IX Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Tabel X Hasil analisa Tipe kepribadian

Tabel XI Output Mean, Standart Deviasi

Tabel XII Proporsi Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Remaja di MA Ihyaul Ulum

Dukun Gresik

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Pola kepribadian Ekstrovert dan Introvert

Gambar II figurasi Tipe Kepribadian

Gambar III Pola Perilaku Konsumtif

Gambar IV Figurasi Perilaku Konsumtif

Gambar V Rancangan Penelitian

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tes Eysenck Personality Inventory (EPI)

Lampiran 2 : Angket Perilaku konsumtif

Lampiran 3 : Data kasar perilaku konsumtif

Lampiran 4 : Data kasar Tes Eysenck Personality Inventory (EPI)

Lampiran 5 : Data kasar Korelasi Tipe Kepribadian Dengan perilaku Konsumtif

Lampiran 6 : Sejarah Ihyaul Ulum

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Cover Dalam.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Lembar Keaslian Skripsi.....	v
Lembar Motto.....	vi
Lembar Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Daftar Isi.....	xiii
Abstrak	xvi

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepribadian	
1. Pengertian Kepribadian	9
2. Struktur Kepribadian	10
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian	12
4. Macam-Macam Tipe Kepribadian	14
5. Tipe Kepribadian Dalam Perspektif Islam.....	18
B. Perilaku Konsumtif	
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	25
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	28
3. Karakteristik Perilaku Konsumtif	31
4. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam	34

C. Remaja	
1. Pengertian Remaja	37
2. Ciri-Ciri Remaja	38
3. Perubahan-Perubahan Pada Remaja	40
D. Hubungan Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja	42
E. Hipotesis Penelitian	45

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	46
B. Variabel Penelitian	47
1. Identifikasi Variable.....	47
2. Definisi operasional.....	47
C. Populasi Dan Sampel	48
1. Populasi	48
2. Sampel	48
D. Jenis Data dan Metode pengumpulan Data	50
1. Jenis data	50
2. metode pengumpulan Data.....	50
E. Instrumen Penelitian	52
F. Validitas Dan Reliabilitas	55
1. validitas	55
2. Reliabilitas	56
G. Tehnik Analisa Data.....	57

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Ma Ihyaul Ulum.....	60
2. Visi	64
3. Misi.....	64
4. Tujuan.....	65

B. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Validitas.....	65
2. Reliabilitas.....	67

C. PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN	
1. Tipe Kepribadian.....	68
2. Perilaku Konsumtif Pada Remaja.....	68
3. Hubungan Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di MA Ihyaul Ulum	70
D. PEMBAHASAN.....	71
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA	

ABSTRAK

Is Maisaroh. 2009. "Hubungan Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di MA Ihyaul Ulum, Dukun Gresik" Sripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Endah Kurniawati, S.Psi, M.Psi.
Kata kunci: tipe kepribadian, perilaku konsumtif

Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diinginkan. Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan pemenuhan kebutuhan yang melebihi dari sesuatu yang dibutuhkan, dimana keinginan dan dorongan mengkonsumsi serta membeli barang disebabkan iming-iming hadiah, kemasan barang, menjaga gengsi, mencari dan meningkatkan status, konformitas model serta keinginan untuk mencoba-coba produk. Disisi lain secara psikologis perilaku seseorang disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah tipe kepribadian. Kepribadian dianggap sebagai pola perilaku yang ajeg yang dimunculkan individu dalam menghadapi stimulus lingkungan, termasuk diantaranya adalah perilaku konsumtif.

Kepribadian ekstrovert adalah kepribadian yang memiliki kendali diri yang kuat. Ciri dari kepribadian ini adalah suka berpetualang, percaya diri, jujur, mudah bergaul, riang dan suka bicara. *Kepribadian introvert* adalah kebalikan dari ekstrovert yaitu memiliki kendali diri yang lemah. Ciri dari kepribadian ini adalah pendiam dan tidak suka bergaul.

Seorang remaja dengan kepribadian matang yang didasari dengan keimanan akan dapat bertahan hidup dalam lingkungan pergaulan dimanapun dia ada. Bukan hanya itu, dengan kepribadian matang yang didasari iman, seorang remaja juga akan tetap bertahan bahkan dapat membawa sebuah perubahan di lingkungan mereka bergaul.

Disamping untuk melihat tipe kepribadian pada remaja di MA Ihyaul Ulum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel bebasnya adalah tipe kepribadian dan variable terikatnya adalah perilaku konsumtif. Karena penelitian ini merupakan uji korelasi maka menggunakan korelasi produk moment dengan reliabilitas sebesar 0,945.

Pengambilan sampel menggunakan tehnik purposif sampling. Sampel berjumlah 50siswa. Data hasil penelitian kemudian dianalisa menggunakan tehnik uji-t. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh $F= 7.957$ dan $P = 0.007$, ada perbedaan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum dukun Gresik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum dukun Gresik.

ABSTRACT

Is Maisaroh. 2009. "The Connection between Personality Type and Consumptive Behavior at Adolescents in MA Ihyaul Ulum, Dukun Gresik" *Skripsi*, Department of Psychology, Faculty of Psychology, State Islam University of Maulana Malik Ibrahim of Malang. Supervisor Endah Kurniawati, S.Psi, M.Psi.

Key words: personality type, consumptive behavior

For many adolescents, following such life style is the most precisely way to be able to join into desired social groups' life. Adolescents are interesting object for marketing experts. Group of adolescent age is one of potential market for producers. It is because, for example, consumption pattern of individual is formed by age adolescent.

Consumptive behavior is an action of need fulfillment more than what is needed, where consumption desire and motivation and buying goods are caused by enticing presents, packing of goods, self-prestige, seeking and improving status, models conformity and desirability for trying products. On the other side psychologically individual behavior is caused by many factors that one of them is personality type. Personality is considered as behavior pattern that constantly appeared by individual in facing the environment stimulus, including consumptive behavior.

Extrovert is a personality which has strong self-control. Characteristics of this personality are the like of adventure, self confidence, honest, easy in social gathering, cheerful and like talking. Introvert personality is the opposite of the extrovert that is has a weak self-control. Its characteristics are uncommunicative and antisocial.

An adolescent with matured personality that constituted by believing in God will be able to live in any society areas. Not only that, with matured personality that constituted by faith, an adolescent will also stand even can bring a change in their environments.

Beside to see the personality type at adolescents in MA Ihyaul Ulum, this research objective is to see the connection between personality type and behavior consumptive at adolescents in MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik. This research is quantitative one. Its free variable is personality type and the bound variable is consumptive behavior. Because this research is a correlation test then it uses moment product correlation with reliability in the amount of 0,945.

Sample collection uses sampling purposive technique. The sample amounts to 50 students. Data of research results then analyzed by t-test technique. Base on result of data analysis is obtained $F= 7.957$ and $P = 0.007$, that means that there is different connection between personality type and behavior consumptive at adolescents in MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Thus, it can be concluded that there is significant connection between personality type and behavior consumptive at adolescents in MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH.

Kepribadian adalah semua corak perilaku dan kebiasaan individu yang terhimpun dalam dirinya dan digunakan untuk bereaksi serta menyesuaikan diri terhadap segala rangsangan baik dari luar maupun dari dalam. Corak perilaku dan kebiasaan ini merupakan kesatuan fungsional yang khas pada seseorang. Perkembangan kepribadian tersebut bersifat dinamis, artinya selama individu masih bertambah pengetahuannya dan mau belajar serta menambah pengalaman dan keterampilan, mereka akan semakin matang dan mantap kepribadiannya (Hamalik, 1993:35).

Begitu juga dengan kepribadian remaja. Seorang remaja dengan kepribadian matang yang didasari dengan keimanan akan dapat bertahan hidup dalam lingkungan pergaulan dimanapun dia ada. Bukan hanya itu, dengan kepribadian matang yang didasari iman, seorang remaja juga akan tetap bertahan bahkan dapat membawa sebuah perubahan di lingkungan mereka bergaul.

Bagi remaja, kehidupan sosialnya lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman-teman sebayanya, merasa lebih dekat dengan teman sebayanya dan adanya pemisahan diri dari orangtua. Keinginan tersebut akan menjadi penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri remaja yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Dorongan dalam diri remaja dapat

menggambarkan kepribadian. Dorongan atau penggerak tersebut untuk memenuhi kebutuhan individu.

Manusia, dalam kehidupan sehari-hari tidak akan pernah lepas dari kegiatan konsumsi yaitu belanja. Kegiatan konsumsi tersebut pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan individu baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder maupun kegiatan tersier. Akan tetapi dengan seiring berkembangnya zaman telah membawa implikasi pada perilaku membeli seseorang. Membeli barang atau jasa tidak lagi didasari oleh kebutuhan pokok, melainkan karena tuntutan gengsi, dan kebutuhan untuk diakui oleh kelompok.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhinya. Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya (Gunita, 2006:1).

Masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Masa dimana seorang manusia sedang mengalami

perkembangan yang begitu pesat, baik secara fisik, psikologis dan sosial. Remaja juga memasuki tahap dimana sudah lebih bijaksana dan sudah lebih mampu membuat keputusan sendiri. Hal ini meningkatkan kemandirian remaja, termasuk memiliki pilihan mandiri mengenai apa yang hendak dilakukan dengan uangnya dan menentukan sendiri produk apa yang ingin ia beli. Jadi, belanja bagi remaja bisa dianggap sebagai sebuah perayaan kemandirian dan kebebasan untuk memilih apa yang dikehendakinya.

Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diinginkan. Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Tambunan,2001:1).

Remaja lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku. Remaja memilih dan membeli sesuatu tanpa memikirkan manfaatnya artinya remaja kurang selektif dalam memilih mana kebutuhan yang pokok dan mana kebutuhan yang kurang penting. Remaja membuat pertimbangan untuk membeli suatu produk menitik beratkan pada status sosial, mode dan kemudahan daripada pertimbangan ekonomis. Bahkan nampaknya analisa pasar ini sering jitu, tidak saja dalam membuat analisis perilaku konsumtif remaja tersebut tetapi juga analisis kebutuhan remaja, motivasi remaja, sikap

remaja, bahkan tata nilai kehidupan remaja, sehingga tidaklah aneh bila remaja kemudian menjadi incaran bagi produsen.

Remaja dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, perilaku konsumen, kesenangan terhadap hal-hal tertentu mempunyai ciri khas sendiri. Kaum remaja merupakan pembeli potensial untuk produk-produk seperti pakaian, sepatu, kosmetik bahkan sampai makanan (Monks, dkk, 2001:234).

Perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu tingkat konformitas terhadap kelompok sebaya. Seperti diketahui masa remaja merupakan tahapan peralihan antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan baik dalam aspek fisik, sosial dan psikologis. Perubahan tersebut sebagai upaya menemukan jati diri atau identitas diri. Upaya untuk menemukan jati diri berkaitan dengan bagaimana remaja menampilkan dirinya. Mereka ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan secara khusus bagian dari kelompok sebaya mereka. Demi pengakuan tersebut, remaja seringkali bersedia melakukan berbagai upaya meskipun mungkin hal itu bukan sesuatu yang diperlukan atau berguna bagi mereka bila yang melihat adalah orang tua atau orang dewasa lainnya (Gunita, 2006:13).

Bila remaja membeli barang hanya untuk memperoleh pengakuan dari orang lain tanpa pertimbangan yang rasional, maka akan menyebabkan remaja semakin terjerat dalam perilaku konsumtif. Bila remaja terjerat dalam hidup yang konsumtif maka kebutuhan yang menjadi prioritas utama menjadi tidak

terpenuhi. Akibatnya terjadi pemborosan karena remaja membelanjakan sebagian besar uangnya untuk mengejar gengsi semata. Orang tua pun tentunya akan keberatan jika sebagian besar uang yang diberikan kepada anaknya digunakan untuk hal-hal yang kurang bermanfaat (Gunita, 2006:15).

Barang-barang kebutuhan remaja dikemas dengan kemasan yang menarik. Selain itu para produsen juga mempromosikan barang kebutuhan tersebut melalui iklan di beberapa media yang ditunjang oleh para model yang saat ini digemari para remaja. Iklan sudah menjadi moralitas baru yang mampu membujuk setiap orang untuk bersikap konsumtif, dimana iklan yang ditayangkan secara terus-menerus dapat menimbulkan efek psikologis yang mempengaruhi kualitas dan kuantitas kebutuhan (Nugroho, 2000:188-189). Hal di atas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evinita, Afnidarti, dan Armida (2006:6), yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara perilaku konsumtif ibu rumah tangga di kota padang Sumatra barat sebesar 64,3% (Evi Syafi'ah, 2006:3)

Perilaku konsumtif mempunyai beberapa dampak negatif yaitu menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Syafi'ah (2006:76), menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kesadaran beragama dan perilaku konsumtif pada remaja putri sebesar 41,4%.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putra (2003:6) terhadap loyalitas merek antara konsumen terhadap produk parfum, menyimpulkan bahwa konsumen tipe kepribadian introvert mempunyai loyalitas merek lebih tinggi dari pada konsumen dengan tipe kepribadian ekstrovert. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal (dalam diri individu) seperti halnya ciri-ciri kepribadian, turut berperan dalam menentukan perilaku membeli individu.

Kedua kepribadian ini turut menentukan tingkah laku remaja dalam hidup bermasyarakat yang mempunyai berbagai macam fenomena yang harus dihadapi oleh setiap remaja sebagai makhluk sosial. Dengan berbagai macam fenomena tersebut akan menimbulkan berbagai macam persepsi dan akhirnya melahirkan sikap-sikap berbeda pada remaja tersebut dalam merespon setiap rangsangan yang muncul dalam dirinya.

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Aliyah Ihyaul ulum Dukun Gresik, dikarenakan sekolah ini merupakan salah satu lembaga pendidikan agama yang memiliki fungsi untuk membimbing siswa-siswinya kearah pembentukan kepribadian muslim yang sesuai dengan norma ajaran islam, dimana tujuan itu ditunjang dengan adanya pondok pesantren. Karena itu diharapkan bagi semua siswa-siswi untuk menjalankan secara konsisten perintah dan larangan agama dalam segala situasi dan kondisi termasuk ketika berada di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah.

Perilaku konsumsi yang dilakukan remaja akan berpengaruh pada perilaku konsumsi pada remaja lainnya, hal ini adalah yang menjadi penyebab perilaku konsumtif pada remaja. Sebagian besar dari mereka mengkonsumsi barang-

barang yang di luar dari kebutuhan mereka, serta tidak adanya perhatian etika konsumsi dengan ajaran islam.

Kecenderungan dalam perilaku konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang dilakukan oleh sebagian remaja Muslim, banyak dari mereka yang menganggap bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka yang dapat digunakan semauanya saja. Perilaku seperti ini merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam mengenai konsumsi, karena Islam tidak membolehkan sikap bermewah-mewah serta melarang sikap boros dan mubazir.

Berdasarkan fenomena yang ada siswa-siswi disana tidak peduli dengan apa yang sudah diajarkan, seperti membeli barang yang tidak begitu penting, yang semua itu mengarah pada perilaku konsumtif. Hal ini mereka lakukan untuk menjaga penampilan mereka serta ikut-ikutan teman (Is Maisaroh, tgl 10 april 2009).

Sehubungan hal tersebut diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dan menuliskannya dalam skripsi yang berjudul “ *Hubungan Antara tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja DI MA. Ihyaul Ulum Dukun-Gresik*”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan di atas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tipe kepribadian remaja di MA Ihyaul Ulum?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum?
3. Apakah ada hubungan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif ?

C. TUJUAN

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tipe kepribadian pada remaja di MA Ihyaul Ulum
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum
3. Untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif.

D. MANFAAT

Berdasarkan uraian di atas, hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat baik berupa teoritis maupun praktis :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi dan masukan terhadap disiplin ilmu pengetahuan psikologi perkembangan dan psikologi konsumen terutama dalam hal hubungan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi remaja dalam pembinaan pribadi yang sehat terutama berhubungan dengan pembelian suatu produk agar dapat lebih mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas utama bukan berdasarkan keinginan atau gengsi semata, sehingga para remaja tidak berperilaku konsumtif.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. KEPRIBADIAN

1. Pengertian kepribadian

Kepribadian adalah ciri atau karakteristik atau sifat khas dari diri individu seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan, misalnya, keluarga pada masa kecil, dan juga bawaan seseorang sejak lahir. Kepribadian meliputi tingkah laku, cara berfikir, berperasaan, aksi, tanggapan terhadap kesempatan, tekanan dan cara sehari-hari dalam berinteraksi dengan orang lain.

Kata *personality* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Yunani kuno *persona*, yang artinya 'topeng' yang biasa dipakai artis dalam teater. Para artis bertingkah laku sesuai dengan ekspresi topeng yang dipakainya, seolah-olah topeng itu memiliki ciri kepribadian tertentu. Jadi konsep awal dari pengertian *personality* (pada masyarakat awam) adalah tingkah laku yang ditempatkan di lingkungan sosial. Kesan yang mengenai diri yang diinginkan agar ditangkap oleh lingkungan sosial (Alwisol, 2004:8).

Sullivan (dalam Alwisol, 2004:185), mendefinisikan kepribadian sebagai pola yang relative menetap dari situasi-situasi antar pribadi yang berulang, yang menjadi ciri kehidupan manusia.

Gordon Allport memandang kepribadian sebagai organisasi dinamis didalam individu yang terdiri dari sistem-sistem psikofisis yang menentukan

cara-caranya yang khas dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Sistem psikofisis terdiri dari kebiasaan, sikap, nilai, kepercayaan, keadaan emosi, motif, dan sentimen (Hurlock, 1981 : 524 - 525). Maksud dinamis pada pengertian tersebut adalah perilaku mungkin saja berubah-ubah melalui proses pembelajaran atau melalui pengalaman-pengalaman,

Kepribadian menurut Atkinson (1996:145), adalah pola perilaku dan berfikir yang khas, yang menentukan penyesuaian diri seseorang terhadap lingkungan. Menurut Eysenck (Alwisol, 2004:319), kepribadian adalah keseluruhan pola tingkah laku aktual maupun potensial dari organisme, sebagaimana ditentukan dari keturunan dan lingkungan. Pola tingkah laku itu berasal dan dikembangkan melalui fungsional dari empat sektor utama yang mengorganisir tingkah laku, sektor kognitif, sektor konatif, sektor afektif, dan sektor somatik.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah ciri khas seorang individu yang menentukan cara seseorang berinteraksi dan bereaksi terhadap lingkungan secara terus menerus.

2. Struktur Kepribadian

Menurut Jung (dalam suryabrata, 2006:156), jiwa manusia terdiri dari dua alam, yaitu:

1. Alam sadar (kesadaran): penyesuaian terhadap dunia luar
2. Alam tidak sadar (ketidaksadaran): penyesuaian terhadap dunia dalam.

Kedua alam itu tidak hanya saling mengisi, tetapi berhubungan secara kompensatoris. Kesadaran mempunyai dua komponen pokok, yaitu fungsi jiwa dan sikap jiwa.

a. Fungsi jiwa

Fungsi jiwa adalah suatu bentuk aktivitas kejiwaan yang secara teoritis tidak berubah dalam lingkungan yang berbeda-beda. Jung membedakan empat fungsi pokok yang dua rasional, yaitu pikiran dan perasaan, sedangkan yang dua lagi irrasional, yaitu pendirian dan intuisi. Fungsi jiwa menurut Jung dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel I
Fungsi jiwa menurut Jung

No	Fungsi jiwa	Sifatnya	Cara Bekerja
1	Pikiran	Rasional	Dengan penilaian: benar-salah
2	Perasaan	Rasional	Dengan penilaian: senang-tak senang Dengan penilaian: sadar-indriah
3	Pendirian	Irrasional	Dengan penilaian: tak sadar-nalurih
4	Intuisi	Irrasional	

Sumber: Suryabrata (psikologi kepribadian), 2006:159.

b. Sikap jiwa

Sikap jiwa ialah Arah daripada energi psikis umum atau libido yang menerima dalam bentuk orientasi manusia terhadap dunianya. Arah aktivitas energi psikis itu dapat keluar atau kedalam dan demikian pula arah orientasi manusia terhadap dunianya dapat keluar ataupun kedalam.

Setiap orang mengadakan orientasi terhadap dunia sekitarnya namun dengan cara yang berbeda antara individu yang satu dengan yang lain.

Berdasarkan atas sikap jiwanya manusia dapat digolongkan menjadi dua tipe, yaitu:

1. Manusia-manusia yang bersifat ekstrovert,
2. Manusia-manusia yang bersifat introvert.

Orang yang ekstrovert adalah suatu tipe kepribadian berdasar sikap jiwa terhadap dunianya, yang merupakan satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi, yang dipengaruhi oleh dunia objektif, orientasinya terutama tertuju ke luar. Pikiran, perasaan, dan tindakannya lebih banyak ditentukan oleh lingkungan.

Orang yang introvert adalah suatu tipe kepribadian berdasar sikap jiwa terhadap dunianya, yang merupakan satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi, yang dipengaruhi oleh dunia subjektif, orientasinya terutama tertuju ke dalam.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian

Kepribadian akan berkembang dan mengalami perubahan-perubahan. Tetapi didalam perkembangan itu makin terbentuklah pola-pola yang khas, sehingga merupakan ciri-ciri yang unik bagi setiap individu.

Faktor-faktor yang membentuk kepribadian itu dapat dibagi menjadi tiga aliran (Hartati, Netty. Dkk. 2004:171-177), yaitu sebagai berikut:

a. Aliran Empirisme

Aliran ini disebut juga aliran environmental, yaitu aliran yang berpendapat bahwa kepribadian seseorang di pengaruhi oleh lingkungannya. Faktor ini berasal dari luar orang tersebut. Faktor eksternal ini biasanya merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan seseorang. Lingkungan yang mempengaruhi kepribadian terdiri atas lima aspek, yaitu geografis, historis, sosiologis, kultural, dan psikologis

b. Aliran Nativisme

Aliran ini menitikberatkan pada peranan sifat bawaan.. Faktor ini biasanya merupakan faktor genetik atau bawaan. Faktor genetik maksudnya adalah faktor yang berupa bawaan sejak lahir dan merupakan pengaruh keturunan dari salah satu sifat yang dimiliki oleh kedua orang tuanya atau bisa jadi kombinasi dari sifat kedua orang tuanya

c. Aliran Konvergensi

Aliran konvergensi adalah aliran yang menggabungkan dua aliran di atas. Konvergensi adalah interaksi antara faktor hereditas dan lingkungan dalam proses pemunculan tingkah laku seseorang. Aliran ini berpendapat bahwa hereditas tidak akan berkembang secara wajar apabila tidak diberi rangsangan dari faktor lingkungan. Sebaliknya, rangsangan lingkungan tidak akan

membina kepribadian yang ideal tanpa didasari oleh faktor hereditas.

4. Macam-Macam Tipe Kepribadian

Kepribadian adalah ciri, karakteristik, gaya atau sifat-sifat yang memang khas dikaitkan dengan diri kita. Dapat dikatakan bahwa kepribadian itu bersumber dari bentukan-bentukan yang kita terima dari lingkungan. Namun tidak ada satu manusiapun yang dapat dianggap memiliki sifat yang sama kemudian dikelompokkan berdasarkan sifat itu. Selain itu manusia bersifat dinamis dan berubah-ubah sesuai hasil belajar dan kondisi lingkungan. Meskipun ia orang kembar sangatlah sulit untuk menganggap satu kelompok kepribadian.

Berdasarkan aspek biologis, Hipocrates (dalam, goerge, 2006:227-228) membagi kepribadian menjadi 4 kelompok besar dengan fokus pada cairan tubuh yang mendominasi dan memberikan pengaruh kepada individu tersebut. (4 jenis cairan tubuh), pembagiannya meliputi : empedu kuning (*choleric*), empedu hitam (*melankolis*), cairan lendir (*flegmatis*) dan darah (*sanguinis*).

- a. *Sanguin, sanguin* adalah orang yang gembira, yang senang hatinya, mudah untuk membuat orang tertawa, dan bisa memberi semangat pada orang lain. Tapi kelemahannya adalah dia cenderung *impulsive*, yaitu orang yang bertindak sesuai emosi atau keinginannya.
- b. *Plegmatik*, tipe *plegmatik* adalah orang yang cenderung tenang, dari luar cenderung tidak beremosi, tidak menampakkan perasaan

sedih atau senang. Naik turun emosinya itu tidak nampak dengan jelas. Orang ini memang cenderung bisa menguasai dirinya dengan cukup baik, ia introspektif sekali, memikirkan ke dalam, bisa melihat, menatap dan memikirkan masalah-masalah yang terjadi di sekitarnya. Kelemahan orang *plegmatic* adalah ia cenderung mau ambil mudahnya, tidak mau susah, sehingga suka mengambil jalan pintas yang paling mudah dan gampang.

- c. *Melankolik*, Tipe *melankolik* adalah orang yang terobsesi dengan karya yang paling bagus, yang paling sempurna dan dia memang adalah seseorang yang mengerti estetika keindahan hidup ini. Perasaannya sangat kuat, sangat sensitif maka kita bias menyimpulkan bahwa cukup banyak seniman yang memang berdarah melankolik. Kelemahan orang *melankolik*, ia mudah sekali dikuasai oleh perasaan dan cukup sering perasaan yang mendasari hidupnya sehari-hari adalah perasaan murung.
- d. *Kolerik*. Seseorang yang *kolerik* adalah seseorang yang dikatakan berorientasi pada pekerjaan dan tugas, dia adalah seseorang yang mempunyai disiplin kerja yang sangat tinggi. Kelebihannya adalah dia bisa melaksanakan tugas dengan setia dan akan bertanggung jawab dengan tugas yang diembannya. Kelemahan orang yang berciri *kolerik* adalah kurangnya kemampuan untuk bisa merasakan perasaan orang lain (empati), belas kasihannya terhadap

penderitaan orang lain juga agak minim, karena perasaannya kurang bermain.

Sedangkan Menurut Sheldon dan Kretschmer (dalam, Zainuddin, sri kuntjoro, 2002:5) kepribadian didasarkan pada (bentuk tubuh) : *endomorf*, *mesomorf* dan *ektomorf*. Kepribadian menurut hipocrates mendasarkan pada reaksi tubuh atau dampak fisiologis tubuh akibat dari adanya 4 kelompok cairan tubuh tersebut.

Berdasarkan aspek psikologis menurut Jung, kepribadian dikategorikan menjadi; introvert dan ekstrovert.

a. Tipe kepribadian ekstrovert

Eysenck (Atkinson, 1993: 370), mengemukakan bahwa seseorang yang memiliki tipe kecenderungan ekstrovert akan memiliki karakteristik sebagai berikut: mereka tergolong orang yang ramah, suka bergaul, menyukai pesta, memiliki banyak teman, selalu membutuhkan teman untuk diajak bicara, tertarik dengan apa yang terjadi di sekitar mereka, terbuka dan seringkali banyak bicara, membandingkan pendapat mereka dengan pendapat orang lain seperti aksi dan inisiatif, mudah mendapat teman atau beradaptasi dalam grup baru, mengatakan apa yang mereka pikirkan tertarik dengan orang-orang baru mudah menolak bersahabat dengan orang-orang yang tidak diinginkannya. Mereka individu yang periang dan tidak terlalu memusingkan suatu masalah, optimis dan ceria.

Menurut Jung, orang ekstrovert dipengaruhi oleh dunia objektif, diluar dirinya. Orientasi tertuju pada pikiran, perasaan terdasarnya terutama ditentukan oleh lingkungan baik sosial atau non sosial (Suryabrata, 2003:292).

Dapat disimpulkan bahwa ekstrovert adalah suatu tipe kepribadian berdasar sikap jiwa terhadap dunianya, yang merupakan satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi, yang dipengaruhi oleh dunia objektif, orientasinya terutama tertuju ke luar. Pikiran, perasaan, dan tindakannya lebih banyak ditentukan oleh lingkungan.

b. Tipe kepribadian introvert

Sebaliknya, seseorang yang memiliki kecenderungan introvert akan memiliki karakteristik antara lain: tertarik dengan pikiran dan perasaannya sendiri, memerlukan teritori mereka sendiri, tampil dengan muka pendiam dan tampak penuh pemikiran, biasanya tidak mempunyai banyak teman, sulit membuat hubungan baru, menyukai konsentrasi dan kesunyian, tidak suka dengan kunjungan yang tidak diharapkan, dan tidak suka mengunjungi orang lain, bekerja dengan baik sendirian.

Menurut Eysenck, introvert adalah satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi dengan karakteristik watak yang tenang, pendiam, suka menyendiri, suka termenung, dan menghindari resiko (Pervin, 1993 : 302).

Introvert adalah suatu tipe kepribadian berdasar sikap jiwa terhadap dunianya, yang merupakan satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi, yang dipengaruhi oleh dunia subjektif, orientasinya terutama tertuju ke dalam.

Tabel II

Tipologi Jung

Sikap jiwa	Fungsi jiwa	Tipe	Ketidaksadarannya
Ekstrovert	Pikiran	Pemikir ekstravers	Perasa introvers
	Perasaan	Perasa ekstravers	Pemikir introvers
	Pendirian	Pendria ekstravers	Intuitif introvers
	Intuisi	Intuitif ekstravers	Pendria introvers
Introvert	Pikiran	Pemikir introvers	Perasa ekstravers
	Perasaan	Perasa introvers	Pemikir ekstravers
	Pendirian	Pendria introvers	Intuitif ekstravers
	Intuisi	Intuitif introvers	Pendria ekstravers

Sumber: Suryabrata (psikologi kepribadian), 2006:161.

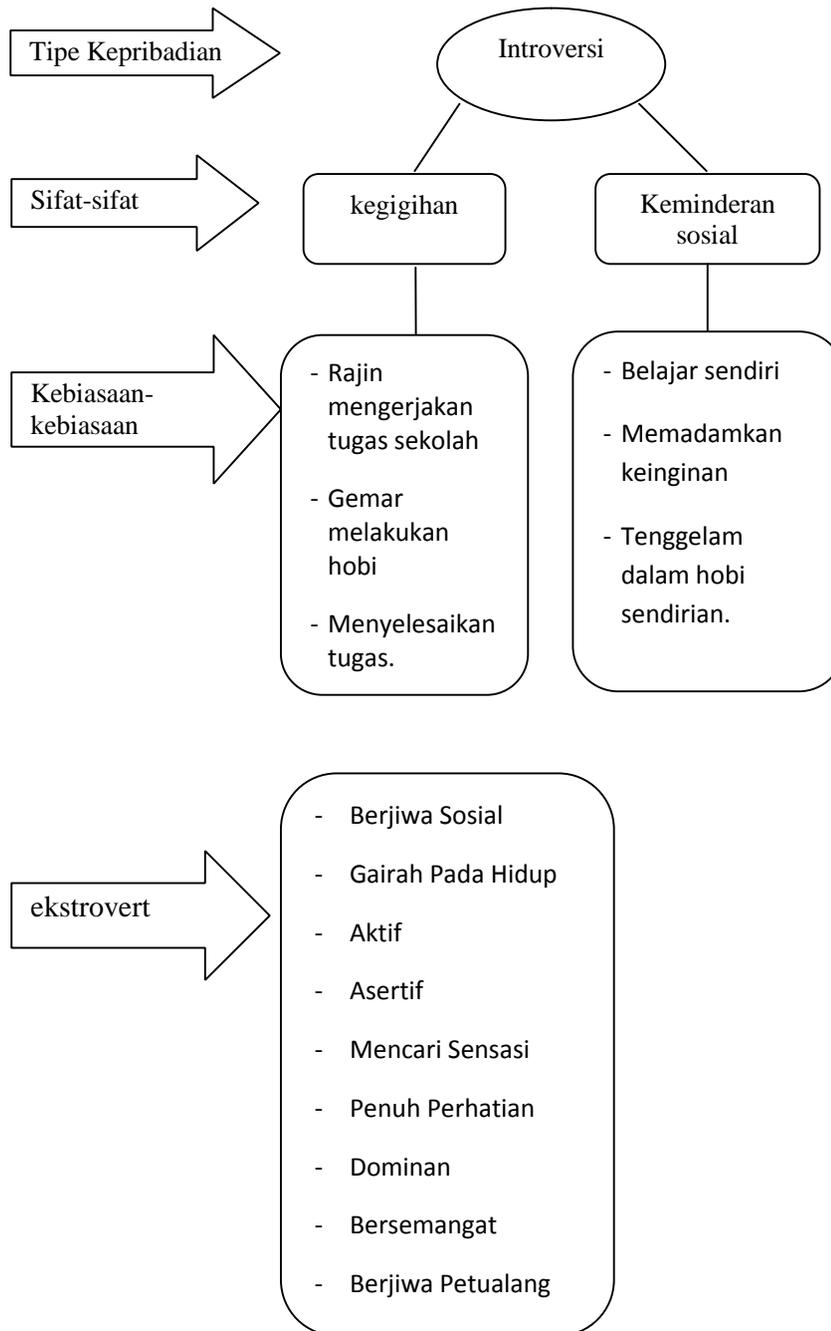
5. Tipe Kepribadian Dalam Perspektif Islam

a) Telaah Teks Psikologi Tentang Tipe Kepribadian

kepribadian adalah ciri khas seorang individu yang menentukan cara seseorang berinteraksi dan bereaksi terhadap lingkungan secara terus menerus. Banyak para ahli psikologi yang membagi tipe kepribadian, salah satunya adalah Eysenck. Eysenck membagi dua tipe kepribadian yaitu ekstrovert dan introvert.

Gambar 1

Pola kepribadian ekstrovert dan introvert



Sumber: Jess Feist (Theories Of Personality, 2008: 352-353).

b) Telaah Teks Qur'an Tentang Tipe Kepribadian

Pilihan manusia terhadap dua masalah besar kehidupannya, yaitu haq dan bathil akan melahirkan perilaku-perilaku tertentu, sesuai dengan karakteristik atau tuntutan yang haq dan bathil.

Perilaku-perilaku tersebut mengkristal dalam pola-pola tertentu yang satu sama lainnya sangat berbeda. Pola-pola perilaku tertentu yang dimiliki individu dan bersifat konstan atau tetap dapat dikategorikan sebagai tipe kepribadian.

Dalam Al-qur'an tipe kepribadian manusia itu dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu: mukmin (orang yang beriman), kafir (menolak kebenaran), dan munafik (meragukan kebenaran), (Syamsu Yusuf, Dkk. 2007: 215).

a. Tipe Mukmin

Tipe kepribadian mukmin mempunyai karakteristik diantaranya yaitu yang berkenaan dengan moral, misalnya sabar, jujur, adil, qona'ah, amanah, tawadlu, istiqomah, dan mampu mengendalikan diri dari hawa nafsu.

b. Tipe Kafir

Tipe kepribadian kafir adalah kebalikan dari tipe kepribadian mukmin, yaitu tidak amanah, berlaku serong, suka menuruti hawa nafsu, sombong, dan takabur.

c. Tipe Munafik

Tipe kepribadian munafik mempunyai karakteristik, seperti menyuruh kemungkarannya dan mencegah kebajikan, suka menyebarkan isu sebagai bahan adu domba dikalangan kaum muslimin.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat At-Taghabun ayat 2, yang berbunyi.

هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْكُمْ كَافِرٌ وَمِنْكُمْ مُّؤْمِنٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢﴾

Artinya: “Dialah yang menciptakan kamu maka diantara kamu ada yang kafir dan diantaranya ada yang beriman. Dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan” (Depag RI, Al-Qur'an terjemah: 556).

Di dalam Al-qur'an dijelaskan bahwa seseorang yang berkepribadian mukmin adalah mereka yang beriman kepada yang ghaib, mendirikan shalat dan menafkakan sebagian rizkinya. Firman Allah dalam Surat Al-baqarah ayat 3-4.

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيَقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾ وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ

إِلَيْكَ وَمِمَّا أُنزِلَ مِنْ قَبْلِكَ وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ ﴿٤﴾

Artinya: “(yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang kami anugerahkan kepada mereka. Dan mereka yang beriman kepada Kitab (Al Quran) yang Telah diturunkan kepadamu dan kitab-kitab yang Telah

diturunkan sebelummu, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat“(Depag RI, Al-Qur’an terjemah:1).

Ayat diatas menerangkan tentang kepribadian mukmin yang ekstrovert, mereka mendirikan sholat (berjama’ah) dan menafkakan hartanya, dimana kedua hal tersebut berhubungan dengan kehidupan sosial mereka.

Allah berfirman dalam surat An-nisa’ ayat 29:

يَتَايَهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Depag RI, Al-Qur’an terjemah:83).

Ayat diatas menunjukkan bahwa orang beriman yang berkepribadian ekstrovert dan introvert. Melakukan jual beli adalah termasuk kepribadian ekstrovert, karena mereka berinteraksi dengan orang lain, sedangkan membunuh diri sendiri dapat diartikan dengan menyendiri, jadi mereka termasuk orang yang berkepribadian introvert.

Dalam surat Al-maidah ayat 2 diterangkan bahwa sebagai makhluk sosial kita harus saling tolong menolong sesama manusia.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ

الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنكُمْ شَفَافٌ

قَوْمٍ أَن صَدَّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا

عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿١٠٦﴾

Artinya; “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu Telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (Depag RI, Al-Qur'an terjemah:106).

Sedangkan menurut Abd al-Mujib dalam bukunya (kepribadian dalam psikologi dalam islam), membagi tipe tiga kepribadian, yaitu tipe kepribadian ammarah, kepribadian lawwamah, dan kepribadian muthmainnah.

1. Tipe Kepribadian Ammarah

Tipe kepribadian ammarah adalah kepribadian yang cenderung melakukan perbuatan-perbuatanyang sesuai dengan naluri primitifnya. Hal ini menyebabkan ia menjadi tempat dan sumber kejelekan dan perbuatan tercela. Bentuk-bentuknya seperti kufur, syirik, kufur, riya', mengikuti hawa nafsu dan sombong.

2. Tipe Kepribadian Lawwamah

Tipe kepribadian lawwamah adalah kepribadian yang mencela perbuatan buruknya setelah memperoleh cahaya kalbu. Ia bangkit untuk memperbaiki kebimbangannya dan kadang-kadang timbul perbuatan buruk yang disebabkan oleh watak gelapnya, tetapi kemudian diingatkan oleh ilham, sehingga ia bertaubat. Bentuk-bentuk tipe kepribadian ini sangat sulit ditentukan, sebab ia merupakan kepribadian yang bernilai netral antara kepribadian ammarah dan kepribadian muthmainnah.

3. Tipe Kepribadian Mutmainnah

Tipe kepribadian ini adalah tipe kepribadian yang tenang setelah disempurnakan cahaya kalbu, sehingga dapat meninggalkan sifat-sifat tercela dan menumbuhkan sifat-sifat yang baik. Bentuk-bentuk kepribadian mutmainnah terbagi tiga jenis, yaitu kepribadian Mukmin, kepribadian Muslim dan kepribadian muhsin.

c) Inventarisasi Ayat Al-Qur'an

Tabel III

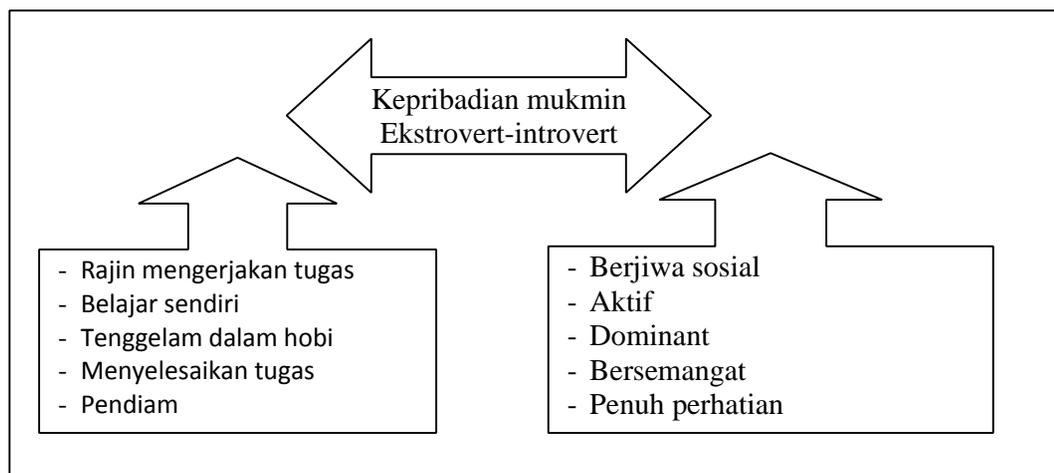
Inventarisasi ayat Al-qur'an Tipe Kepribadian

No	Konteks	Teks	Makna	Substansi	Sumber	Jm
1	Ekstrovert	وَيَقِيمُونَ الصَّلَاةَ	Mendirikan sholat	Kebersamaan (sosial)	1. Q.S 1.3	1
		يَنْفِقُونَ	Menafkahkan harta	Sosial	1. Q.S 1.3	1
		تَعَاوَنُوا	Tolong menolong	sosial	1.Q.S 5.2 2.Q.S 37.25	2
2	Introvert	غَلْفٌ	Tertutup	Individual	1. Q.S 4.155	1
		خَلْوًا	Menyendiri	Tertutup	1. Q.S 3.199	1
		تَكْبَرًا	Sombong	Individual	1. Q.S 44.31	1
3			Jumlah			7

d) Figurasi

Gambar II

Figurasi tipe Kepribadian



e) Rumusan Konseptual

Kepribadian ekstrovert dan introvert adalah termasuk kepribadian seorang mukmin. Seorang mukmin yang berkepribadian ekstrovert, mereka lebih banyak berhubungan dengan lingkungan sosial, sedangkan yang berkepribadian introvert mereka lebih banyak berhubungan dengan dunia mereka sendiri.

B. PERILAKU KONSUMTIF

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Tambunan, 2001:1).

James F. Engel (dalam Mangkunegara, 2002: 3) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Fromm (1995:23) menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara

berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Pendapat di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001 :1).

Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan jaman.

Keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosi menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dalam perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum tentu menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan

pemborosan. Remaja dalam masa peralihan dari masa kanak-kanak dengan suasana hidup penuh ketergantungan pada orang tua menuju masa dewasa yang bebas, mandiri dan matang. Termasuk bagaimana individu menampilkan diri secara fisik, hal ini agar sesuai dengan komunitas mereka. Atau bisa juga dengan pengaruh iklan, karena akan timbul keinginan untuk berbelanja seperti halnya iklan yang ditayangkan di televisi. Keinginan ini mendorong remaja untuk cenderung berperilaku konsumtif.

Dalam kamus ilmiah populer (Al-Barry, 2001:366), istilah konsumtif merupakan suatu pemakaian (pembelian)/pengonsumsian barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan.

Dari uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, yaitu internal dan eksternal :

1. Faktor Eksternal / Lingkungan

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2002:39). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2000:224).

b. Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002:42) yaitu: golongan atas, golongan menengah, dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda, dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif Mangkunegara (2002:43)

c. Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang

perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2002:44). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

2. Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

a. Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler, 2000:238), diantaranya:

a). Motivasi, dapat mendorong karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang / jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.

b). Persepsi, berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.

c). Sikap pendirian dan kepercayaan. Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

b. Faktor Pribadi, menurut Kotler (2000:232) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu :

- a). Usia, pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Tambunan (2001:1) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.
- b). Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.
- c). Keadaan Ekonomi. Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.
- d). Kepribadian. Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.
- e). Jenis kelamin. Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001 :3).

3. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Al-Ghifari, 2003: 142) karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.
4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).
5. Membeli Produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.
8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan definisi di atas, maka dalam perilaku konsumtif Tambunan (2001:1) berpendapat ada dua aspek mendasar, yaitu :

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 mode dipandang sangat penting untuk menunjang penampilan mereka. Sehingga mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para 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*.

Swastha (1998:67) mengemukakan ada beberapa aspek dalam perilaku membeli, dan di sini adalah kecenderungan perilaku membeli dan belum menjurus ke perilaku yang konsumtif, yaitu sebagai berikut :

1. Pengenalan kebutuhan

Pengambilan keputusan membeli barang dengan mempertimbangkan banyak hal seperti faktor harga, faktor kualitas, faktor manfaat, dan faktor merk. Pengambilan keputusan membeli secara rasional biasanya memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan

implikasi dari tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

2. Emosional

Motif pembelian barang berkaitan dengan emosi seseorang. Biasanya konsumen membeli barang hanya karena pertimbangan kesenangan indera atau bisa juga karena ikut-ikutan.

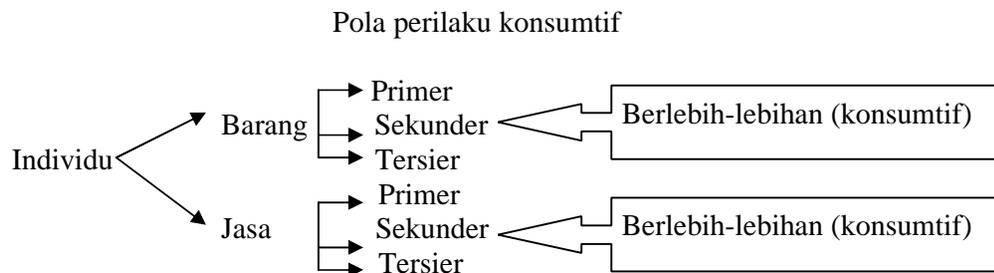
Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan Sumartono (2003:142) lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan, sehingga peneliti cenderung menggunakan aspek dari Sumartono.

4. Perilaku konsumtif perspektif Islam

a) Telaah Teks Psikologi Tentang Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama.

Gambar III



b) Telaah Teks Qur'an Tentang Perilaku Konsumtif

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemashlahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang *Khalifah* agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Dalam satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *Khalifah* adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (khusus). Islam mengajarkan kepada sang *khalifah* untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan keridhaan dari Allah Sang Pencipta (Drs. Muhammad: 2005 : 162)

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua bisa menyalurkannya. Dalam surat Al-Isra' dianjurkan untuk membelanjakan harta yang kita miliki sesuai dengan syara', tidak berlebih-lebihan dan juga tidak kikir. Inilah yang disebut kesederhanaan dalam islam.

Dalam surat Al-Isra' ayat 26 juga menerangkan:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْدِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Depag RI, Al-Qur’an terjemah:284).

Dalam surat lain disebutkan dalam surat Al-a’raf ayat 31, yang berbunyi:

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

المُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Depag RI, Al-Qur’an terjemah:154).

Ayat di atas melarang kita untuk berbuat berlebih-lebihan dalam hal makan, berhias (berpakaian), serta dalam hal berbelanja (boros). Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebihan-lebihan.

c) Inventarisasi Ayat Al-Qur'an

Tabel IV

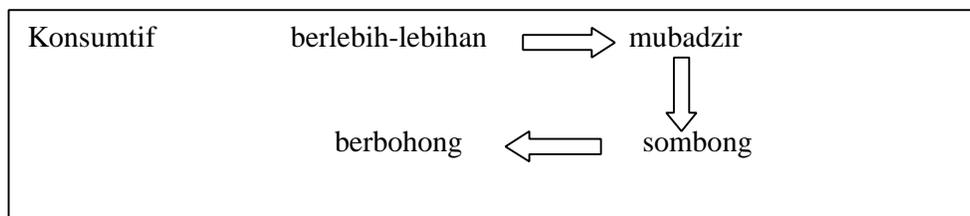
Inventarisasi ayat Al-qur'an Perilaku Konsumtif

No	Teks	Makna	Substansi	Sumber	Jml
1	مُسْرِفِينَ	Berlebih-lebihan	Boros	1. Q.S 7.31 2. Q.S 6.141 3. Q.S 25.67 4. Q.S 5.77 5. Q.S 147	5
2	تَبَدِيرًا	Menghambur-hamburkan	Boros	1. Q.S 17.26	1
Jumlah					6

d) Figurasi

Gambar IV

Figurasi perilaku konsumtif



Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok, membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bisa berbuat apa saja, termasuk berbohong.

C. REMAJA

1. Pengertian Remaja

Dalam perkembangan kepribadian seseorang maka remaja mempunyai arti yang khusus, namun masa remaja tidak mempunyai tempat yang jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang. Ia tidak termasuk golongan anak, tetapi ia tidak pula termasuk golongan orang dewasa atau tua. Remaja ada di antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya. Sehingga dalam perkembangan emosi mereka masih banyak yang terikat dengan orang tua

Pola emosi pada remaja adalah sama dengan masa anak-anak. Perbedaan terletak pada rangsangan yang membangkitkan emosi dan derajat khususnya pada pengendalian latihan pada individu terhadap lingkungan emosi mereka (Hurlock: 212).

Istilah *adolescence* yang berasal dari kata dalam bahasa latin *adolescere* (kata bendanya *adolescentia* =remaja), yang berarti tumbuh menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa (Desmita, 2005:189).

Masa remaja ialah masa periode perkembangan transisi mulai dari masa anak-anak hingga masa dewasa awal, yang memasuki usia antara 12 sampai 21 tahun. Umumnya, remaja akan mengalami empat periode perkembangan fisik dan psikis, yaitu; masa Pra-pubertas yang terjadi dalam rentang umur 12 sampai 13 tahun. Masa pubertas pada umur 14 sampai 16 tahun. Masa akhir pubertas 17 sampai 18 tahun. Terakhir, periode remaja Adoleses yang dialami remaja pada umur 19-21 tahun.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak kemasa dewasa yang menggambarkan suatu periode perubahan dan perkembangan didalam keseluruhan aspek fisik, psikis maupun sosial dengan usia antara 12-21.

2. Ciri-Ciri Remaja

Masa remaja mempunyai ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelumnya Ciri-ciri remaja menurut Hurlock (1992:312), antara lain :

- a. Masa remaja sebagai periode yang penting yaitu perubahan-perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya.
- b. Masa remaja sebagai periode pelatihan. Disini berarti perkembangan masa kanak-kanak lagi dan belum dapat dianggap sebagai orang dewasa. Status remaja tidak jelas, keadaan ini memberi waktu padanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya.
- c. Masa remaja sebagai periode perubahan, yaitu perubahan pada emosi perubahan tubuh, minat dan peran (menjadi dewasa yang mandiri), perubahan pada nilai-nilai yang dianut, serta keinginan akan kebebasan.

- d. Masa remaja sebagai masa mencari identitas diri yang dicari remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa peranannya dalam masyarakat.
- e. Masa remaja sebagai masa yang menimbulkan ketakutan. Dikatakan demikian karena sulit diatur, cenderung berperilaku yang kurang baik. Hal ini yang membuat banyak orang tua menjadi takut.
- f. Masa remaja adalah masa yang tidak realistis. Remaja cenderung memandang kehidupan dari kaca berwarna merah jambu, melihat dirinya sendirian dan orang lain sebagaimana yang diinginkan dan bukan sebagaimana adanya terlebih dalam cita-cita.
- g. Masa remaja sebagai masa dewasa. Remaja mengalami kebingungan atau kesulitan dalam usaha meninggalkan kebiasaan pada usia sebelumnya dan dalam memberikan kesan bahwa mereka hampir atau sudah dewasa, yaitu dengan merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlibat dalam perilaku seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

Disimpulkan adanya perubahan fisik maupun psikis pada diri remaja, kecenderungan remaja akan mengalami masalah dalam penyesuaian diri dengan lingkungan. Hal ini diharapkan agar remaja dapat menjalani tugas perkembangan dengan baik-baik dan penuh tanggung jawab.

3. Perubahan-Perubahan Pada Remaja

Perubahan yang dialami remaja akan mempengaruhi mengapa anak bertindak dengan cara tertentu yang menyebabkan penilaian berbeda orang tua. Menurut Desmita (2005:190-214) perubahan itu meliputi :

- a. Perubahan fisik. Perubahan-perubahan fisik merupakan gejala primer dalam pertumbuhan pada remaja, yang berdampak terhadap perubahan-perubahan psikologis Sarwono, 1994 (dalam Desmita: 2005: 190). Usia remaja dianggap sebagai usia perkembangan tubuh. Perkembangan ini ada kalanya terjadi secara cepat tidak teratur, misalnya kaki dan tangan tumbuh lebih cepat dari pada bagian badan lainnya.
- b. Perkembangan mobilitas. Maksudnya ialah pergerakan badan dan keterampilan seperti menulis, melukis, dan seni-seni tangan yang lainnya, yang menyebabkan kegundahan remaja adalah sikap-sikap orang-orang dewasa yang seolah-olah membebani mereka suatu tanggung jawab sosial yang tidak sesuai dengan kemampuan mereka.
- c. Perkembangan psikologi. Yaitu perkembangan fungsi anggota badan, seperti system saraf-*nervous system*, detak jantung, tekanan darah, pernafasan, tidur, dan kelenjar endoktrin, yang mempengaruhi perkembangan.
- d. Perkembangan kognitif, yaitu perkembangan fungsi daya pikir seperti kecerdasan, ingatan, perhatian, khayalan, berpikir, dan pencapaian prestasi. Masa remaja adalah suatu periode kehidupan dimana kepastian untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan secara efisien

mencapai puncaknya. Hal ini karena selama periode remaja, proses pertumbuhan otak mencapai kesempurnaan.

- e. Perkembangan seksual. Perkembangan ini meliputi system reproduksi, serta bentuk tingkah laku seksual, mulai dari melakukan aktivitas pacaran, bercumbu, sampai dengan melakukan kontak sosial.
- f. Perkembangan emosional. Remaja biasanya mengalami kesukaran dalam mengendalikan emosi, sehingga sikap mereka menjadi tidak menentu, karena tingkah laku mereka seolah mengalami transisi, antara sikap anak-anak dan dewasa.
- g. Perkembangan sosial. Sebagiaian besar remaja akan berusaha mandiri dan menghindari ketergantungan kepada orang lain. Mereka akan menjalin hubungan dengan orang lain yang seusianya untuk berbagi pengalaman.

D. Hubungan Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja

Dalam Atkinson (1996:145) dijelaskan bahwa kepribadian merupakan suatu yang membentuk tingkah laku seseorang, cenderung menetap dan berulang. Tingkah laku terbentuk dari unsur-unsur pada diri seseorang dan lingkungan untuk bereaksi terhadap lingkungan. Bisa juga dikatakan bahwa perilaku itu merupakan hasil interaksi antara karakteristik kepribadian dan kondisi sosial serta kondisi fisik lingkungan.

Setiap manusia memiliki kepribadian yang berbeda antara satu dengan yang lain. Banyak ahli yang memberi penggolongan pada kepribadian

manusia. Diantaranya Jung, yang membagi kepribadian menjadi dua tipe yaitu introvert dan ekstrovert. (Suryabrata, 2003:4).

Remaja ekstrovert memiliki karakteristik ramah, suka bergaul, menyukai pesta, memiliki banyak teman, selalu membutuhkan teman untuk diajak bicara, tertarik dengan apa yang terjadi di sekitar mereka, terbuka dan seringkali banyak bicara, membandingkan pendapat mereka dengan pendapat orang lain seperti aksi dan inisiatif, mudah mendapat teman atau beradaptasi dalam grup baru, mengatakan apa yang mereka pikirkan tertarik dengan orang-orang baru mudah menolak bersahabat dengan orang-orang yang tidak diinginkannya. Mereka individu yang periang dan tidak terlalu memusingkan suatu masalah, optimis dan ceria.

Sebaliknya, seseorang yang memiliki kecenderungan introvert akan memiliki karakteristik anantara lain: tertarik dengan pikiran dan perasaannya sendiri, memerlukan teritori mereka sendiri, tampil dengan muka pendiam dan tampak penuh pemikiran, biasanya tidak mempunyai banyak teman, sulit membuat hubungan baru, menyukai, konsentrasi dan kesunyian, tidak suka dengan kunjungan yang tidak diharapkan, dan tidak suka mengunjungi orang lain, bekerja dengan baik sendirian.

Dari tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif maka dapat diprediksikan bahwa kepribadian ekstrovert lebih cenderung berperilaku konsumtif dari pada kepribadian introvert. Hal ini disebabkan tipe kepribadian ekstrovert cenderung sebagai seorang yang ramah dalam pergaulan, banyak teman, memerlukan kegembiraan, berubah-ubah,

optimis, suka bergaul, sehingga mereka mudah terpengaruhi oleh lingkungan mereka.

Di zaman modern ini telah membawa perubahan besar pada sikap, tingkah laku dan gaya hidup seseorang, maka dalam hal ini manusia dihadapkan pada semakin banyaknya tuntutan kebutuhan yang harus dipenuhi. Konsep belanja pun mulai berkembang yang pada mulanya merupakan suatu perilaku untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan sehari-hari. Namun pada saat ini belanja itu sendiri telah berkembang sebagai cerminan alat pemuas keinginan mereka akan barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan, perilaku membeli secara berlebihan inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif banyak melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan financial untuk memenuhi kebutuhannya. Remaja sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik remaja yang labil dan mudah dipengaruhi, sehingga akhirnya mendorong munculnya gejala dalam membeli tidak wajar, membeli dalam hal ini tidak lagi karena kebutuhan, namun membeli dilakukan karena alasan lain, seperti sekedar ingin membeli produk baru dan ingin memperoleh pengakuan sosial.

Perilaku konsumtif pada remaja juga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki remaja, yaitu remaja terikat sangat erat dengan kelompok teman sebaya. Mereka berupaya keras untuk bergabung dengan mereka, karena remaja ingin diakui keberadaannya.

Remaja cenderung menilai rekannya berdasarkan barang bermerk yang dikenakannya dan remaja membutuhkan pertimbangan teman dalam memutuskan barang yang akan dibeli. Remaja dengan sifat-sifatnya tersebut merupakan sasaran pasar yang harus diperhatikan antara lain remaja bisa dipandang sebagai konsumen langsung, karena sejumlah uang yang dapat membeli kebutuhan sehari-hari. Pernyataan tersebut menandakan bahwa remaja mempunyai kecenderungan perilaku konsumtif seperti yang dikemukakan Kartono (1990:173) bahwa pada masa remaja menjadi besarlah minat terhadap penampilan dirinya. Lingkungan dalam kelompok acuan sangat berpengaruh dalam berperilaku konsumtif. Karena pada masa remaja penampilan secara fisik seperti bentuk tubuh, cara berbusana dan kesenangan erat kaitannya dengan kesan penilaian orang lain.

Dalam membelanjakan uangnya kadangkala remaja dinilai kurang efisien, karena pembelian barang yang dilakukan oleh remaja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi karena keinginan untuk meniru orang lain, mencoba produk baru atau memperoleh pengakuan sosial. Produk-produk yang dipandang sebagai lambang atau simbol status dikalangan remaja sangat mempengaruhi kebutuhan dan perilaku hidup mereka. Sebagai bagian dari masyarakat yang orientasinya tinggi, remaja semakin sadar akan produk-produk baru dan bermerk.

Remaja akan cenderung meniru model-model baru dan hal ini diperkuat dengan maraknya majalah remaja, iklan dan media lain yang langsung maupun tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah dan mencolok.

Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan membeli terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat dalam pola hidup yang konsumtif.

E. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih terus diujikan secara empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_A: Terdapat hubungan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. RANCANGAN PENELITIAN

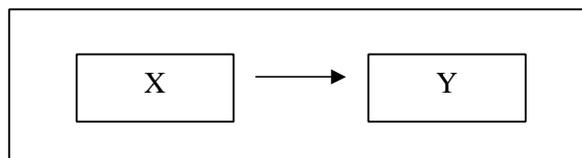
Rancangan penelitian merupakan strategi yang mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang tetap sesuai dengan karakteristik dan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Saifuddin Azwar: 2007;5) Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Untuk itu, peranan statistika dalam penelitian ini menjadi sangat dominan dan penting. Sedangkan penelitian korelasional adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada satu atau lebih faktor yang lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Sumadi Suryabrata. 2008:82) Dalam menganalisis data menggunakan perhitungan statistik *korelasi product moment*.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: keterkaitan antar variabel (X) bebas dan variabel (Y) terikat, digambarkan pada gambar dibawah ini.

Gambar V

Rancangan Penelitian



Gambar: Hubungan antara tipe kepribadian dan perilaku konsumtif

Ket:

X: Variabel bebas (tipe kepribadian)

Y: Variabel terikat (perilaku konsumtif pada remaja).

B. VARIABEL PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (X) : Tipe kepribadian
2. Variabel terikat (Y) : Perilaku konsumtif

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Kegunaan definisi operasional dalam penelitian adalah untuk memberi batasan dan pengertian yang jelas tentang variabel sehingga tidak terjadi kesalahfahaman mengenai data yang akan dikumpulkan dan menghindari kesesatan alat pengumpulan data. Berikut ini akan dipaparkan definisi operasional dari masing-masing variabel.

Kepribadian ekstrovert adalah kepribadian yang memiliki kendali diri yang kuat. Ciri dari kepribadian ini adalah suka berpetualang, percaya diri, jujur, mudah bergaul, riang dan suka bicara.

Kepribadian introvert adalah kebalikan dari ekstrovert yaitu memiliki kendali diri yang lemah. Ciri dari kepribadian ini adalah pendiam, pemalu dan tidak suka bergaul.

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan akan tetapi lebih pada keinginan semata, yaitu: Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), membeli Produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri dan keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

C. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Populasi adalah seluruh subyek yang diselidiki dan dibatasi sebagai jumlah atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat sama (Sutrisno Hadi. 2002:220). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi yang ada MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik.

2. Sampel

Sampel menurut Arikunto (2002:109) adalah bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Untuk menentukan jumlah sampel, jika subyek kurang dari 100 orang, maka lebih baik diambil semua semuanya untuk diteliti.

Selanjutnya, jika subyek lebih dari 100 orang, maka diambil 10%-15% atau 20%-25% dari jumlah populasi. Sedangkan menurut Nasution (Nasution. 2006:86) sampling adalah memilih sejumlah tertentu dari keseluruhan populasi. Jika jumlah populasi terlampau besar, kita ambil sejumlah sampel yang representatif, yaitu yang mewakili keseluruhan populasi itu.

Teknik pengambilan sampel disebut sampling, sampling merupakan suatu prosedur di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi (Nazir, 1988:325). Teknik sampling yang digunakan adalah *teknik sampel purposif sampling*. Sampel purposif adalah sampel yang karakteristiknya sudah ditentukan dan diketahui berdasarkan ciri dan sifat populainya (Tulus Winarsunu 2006: 14).

Berdasarkan kajian diatas, maka ada beberapa ciri yang harus dimiliki oleh sampel, yaitu sebagai berikut:

1. Siswa-siswi yang masih aktif belajar atau sekolah, dari semua kelas yang ada.
2. Siswa-siswi tersebut berperilaku konsumtif, seperti membeli karena iming-iming hadiah, karena mode, dan sebagainya.

Adapun rincian siswa-siswi yang menjadi sampel adalah sebagai berikut:

Tabel V

Rincian Sampel penelitian

Kelas	Populasi	Sampel
X	198	19
XI	154	15
XI	178	16
Jumlah	530	50

D. JENIS DATA DAN METODE PENGUMPULAN DATA

1. Jenis data

Data secara sederhana dapat diartikan sebagai keterangan mengenai sesuatu.

a. Variabel tipe kepribadian

Jenis data pada variabel ini adalah data nominal. Data nominal sering juga disebut data numerikal karena apa yang dapat dilakukan terhadap data nominal hanya semata-mata menghitung banyaknya subjek atau pendukung tiap-tiap kategori data tersebut, (Winarsunu, Tulus. 2006:6).

b. Variabel perilaku konsumtif

Jenis data pada variabel ini adalah data interval karena batas variasi nilai satu dengan yang lainnya sudah jelas, sehingga jarak atau intervalnya dapat dibandingkan.

2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan suatu bagian terpenting dalam proses penelitian, karena dari data yang terkumpul mencerminkan keadaan responden atau subyek penelitian yang sesungguhnya.

Untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Alat Tes

Tes adalah serentetan pertanyaan atau latihan atau alat lain yang digunakan untuk mengukur keterampilan, pengetahuan, intelegensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok (Arikunto, 1998:139).

Alat tes ini merupakan metode pengumpulan data yang utama dalam penelitian ini. Tes digunakan untuk menggali data tentang kepribadian, dimana tes yang digunakan adalah tes Eysenck Personality Inventory (EPI). EPI adalah suatu alat tes ukur kepribadian dari Eysenck yang sudah baku. EPI digunakan untuk menggolongkan individu kedalam dua tipe kepribadian yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert.

2. Metode Angket

Angket dalam penelitian ini merupakan metode pengumpulan data yang utama dan digunakan untuk menggali data tentang perilaku konsumtif pada siswa.

Menurut Suharsimi Arikunto angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Alasan penggunaan angket sebagai instrumen utama pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subyek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri
2. Pernyataan subyek kepada peneliti adalah benar-benar dapat dipercaya
3. Interpretasi subyek terhadap pernyataan dan pertanyaan yang diberikan kepada subyek adalah sama dengan maksud peneliti.

Penggunaan angket dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum.

3. Metode Dokumentasi

Menurut Irawan (dalam Sukandar rumidi. 2000:70), studi dokumentasi merupakan tehnik pengumpulan data yang ditujukan kepada subjek penelitian.

Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui data tentang jumlah siswa, serta data untuk mengetahui status ekonomi keluarga, karena status ekonomi keluarga juga mendukung untuk seorang siswa berperilaku konsumtif.

4. Metode Observasi

Dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera (Arikunto, 2006; 156).

Observasi digunakan oleh peneliti untuk mengetahui siswa pada MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik yang berperilaku konsumtif.

E. INSTRUMEN PENELITIAN

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:334-335), yang dimaksud dengan instrumen adalah sarana penelitian (berupa seperangkat tes dan sebagainya) untuk memperoleh data sebagai bahan pengolahan.

Guna mencapai tingkat obyektivitas tinggi, penelitian ilmiah mensyaratkan penggunaan prosedur pengumpulan data yang akurat dan obyektif. Pada penelitian kuantitatif, data penelitian hanya dapat diinterpretasikan dengan lebih obyektif apabila diperoleh melalui proses pengukuran yang valid, reliabel dan obyektif. Untuk itu, jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dengan model kuesioner Likert.

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan sesuai mengenai suatu hal yang akan diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *perilaku konsumtif*.

Tabel VI

Blue Print perilaku konsumtif

Variabel	Indikator	Deskriptor	No item		Jml	%	
			Fav	unfav			
Perilaku Konsumtif	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	Membeli barang karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan	1,33	17,49	4	3.125	
		Membeli barang tanpa melihat manfaat barang tersebut	2,34	18,50	4	3.125	
	Membeli produk karena kemasannya menarik.	Membeli barang karena kesenangan sesaat	3,35	19,51	4	3.125	
		Membeli barang karena tertarik dengan kemasan	4,36	20,52	4	3.125	
	Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi	mengikuti perkembangan mode	5,37	21,53	4	3.125	
		mengikuti gaya hidup teman	6,38	22,54	4	3.125	
	Membeli Produk Berdasarkan Pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).	Membeli barang yang harganya murah	7,39	23,55	4	3.125	
		Membeli produk karena ada diskon besar	8,40	24,56	4	3.125	
	Membeli Produk hanya Sekedar Menjaga simbol atau status.	Meningkatkan harga diri di lingkungan sosial	9,41	25,57	4	3.125	
		Agar diakui di lingkungan sosial	10,42	26,58	4	3.125	
	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.	Membeli produk untuk mengikuti gaya artis idolanya	11,43	27,59	4	3.125	
		Membeli barang karena tergoda oleh iklan	12,44	28,60	4	3.125	
	Munculnya Penilaian Bahwa Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.	Kurang percaya diri dengan barang pasaran/murah	13,45	29,61	4	3.125	
		Merasa dihargai memakai barang yang harganya mahal	14,46	30,62	4	3.125	
	Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda	belanja karena ingin mendapatkan pengalaman baru	15,47	31,63	4	3.125	
		belanja karena ingin memuaskan keinginan	16,48	32,64	4	3.125	
	Jumlah			32	32	64	100%

Dalam memberikan jawaban, subyek diminta menjawab secara jujur dengan memilih jawaban yang paling sesuai dengan keadaan dirinya, di mana setiap jawaban mempunyai bobot tertentu. Pilihan jawaban yang disediakan adalah:

- b. Sangat Sering (SS). Apabila responden sangat Sering dengan apa yang tercantum dalam item.
- c. Sering (S). Apabila responden Sering dengan apa yang tercantum dalam item.
- d. Jarang (J). Apabila responden jarang dengan apa yang tercantum dalam item.
- e. Pernah (P). Apabila responden pernah dengan apa yang tercantum dalam item.
- f. Tidak Pernah (TP). Apabila responden Tidak Pernah dengan apa yang tercantum dalam item.

Angket ini bersifat tertutup di mana jawaban telah disediakan sehingga responden tinggal memilih. Kriteria penilaian pertanyaan berdasarkan *favourable* dan *unfavourable*.

Tabel VII

Penentuan Nilai Skala (Skoring)

NO	<i>Favourable</i>	Skor	<i>Unfavourable</i>	Skor
1	Sangat Sering	4	Tidak Pernah	4
2	Sering	3	Pernah	3
3	Jarang	2	Jarang	2

4	Pernah	1	Sering	1
5	Tidak pernah	0	Sangat Sering	0

F. VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Angket yang sudah disebarakan akan diperoleh data, maka perlu diketahui validitas dan reliabilitas untuk menunjukkan kelayakan dan keajekan angket tersebut:

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Safuddin Azwar, 2007:5-6).

Untuk mengukur validitas angket digunakan teknik *product moment* dari Karl Pearson, digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

x = Nilai item

y = Nilai total angket

2. Reliabilitas

Menurut Azwar reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterdalaman, keajegan, konsistensi dan kestabilan. Konsep reliabilitas adalah sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya.

Untuk menguji reliabilitas alat ukur adalah dengan menggunakan teknik pengukuran Alpha Chornbach. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$\sum \sigma_1^2$ = Varians total

G. TEKNIK ANALISA DATA

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik, sehingga dapat diambil kesimpulan. Statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisa data penelitian yang berbentuk angka-angka dan diharapkan dapat menyediakan dasar-dasar yang dapat dipertanggungjawabkan untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang besar dan untuk mengambil keputusan-keputusan yang baik (Arikunto, Suharsimi. 2006: 138) Adapun metode analisa yang digunakan adalah:

- a. Jumlah item dalam EPI adalah 23 butir pertanyaan, Pilihan jawaban yang harus diberikan oleh responden adalah “Ya” dan “Tidak”. Untuk skoring digunakan alat bantu skoring berupa transparansi dengan isian sesuai jawaban responden, bila cocok dengan kunci diberi nilai 1, bila tidak cocok tidak diberi nilai. Lalu jumlah skor skala dicocokkan dengan norma dan dapat ditentukan mana orang yang tergolong Ekstrovert dan mana orang yang tergolong Introvert. Norma yang dipakai dalam penggolongan tipe kepribadian Ekstrovert dan Introvert berdasarkan tes EPI adalah Skor Ekstrovert mempunyai jumlah nilai 16 dan Introvert adalah 11.
- b. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif, maka rumus dan langkah-langkah yang digunakan adalah:
 1. Mencari mean, rata-rata dan nilai keseluruhan. Mean adalah jumlah seluruh angka dibagi banyaknya angka yang dijumlahkan.

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

2. Mencari variabilitas dengan deviasi rata-rata, varians dan standar deviasi.

$$1) \text{ Deviasi rata-rata} : \frac{\sum f(X - M)}{N}$$

$$2) \text{ Varians} : S^2 = \frac{\sum f(X - M)^2}{N - 1}$$

$$3) \text{ Deviasi standar} : S = \sqrt{\frac{\sum f(X - M)^2}{N - 1}}$$

Setelah diketahui harga mean dan SD, selanjutnya dilakukan perhitungan

persentase masing-masing tingkatan dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{f}{N} 100\%$$

Keterangan:

P : prosentase

F : frekuensi

N : jumlah subjek

c. Untuk mengetahui korelasi antara dua variabel, maka digunakan rumus

independent sampel t-test. Dengan rumus sebagai berikut:

$$t - test = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left[\frac{SD_1^2}{N_1 - 1} \right] + \left[\frac{SD_2^2}{N_2 - 1} \right]}}$$

Ket:

\bar{X}_1 : Mean pada distribusi sampel 1

\bar{X}_2 : Mean pada distribusi sampel 2

SD_1^2 : Nilai varian pada distribusi sampel 1

SD_2^2 : Nilai varian pada distribusi sampel 2

N_1 : Jumlah individu pada sampel 1

N_2 : Jumlah individu pada sampel 2

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

E. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Ihyaul Ulum

Pada zaman penjajahan belanda, disebuah desa yang bernama Dukunanyar kecamatan Dukun kabupaten Gresik telah berdiri sebuah pondok pesantren yang dipimpin oleh Kyai Mohammad Sholeh. Kemudian kepemimpinannya dilanjutkan oleh Kyai Ahyat (paman dari KH. Mahfud Ma'sum pendiri pon. Pes Ihyaul ulum) tepatnya ditimur jalan PU (raya) menuju kecamatan Bungah.

Disamping pondok tersebut, di desa sembungan kidul (desa yang berdampingan dengan dukunanyar) juga telah berdiri podok pesantren Maskumambang (900 meter dari PP ihyaul ulum) yang dipimpin oleh Kyai abdul Jabbar, yang kemudian diteruskan oleh Kyai faqih yang masih mempunyai hubungan darah dengan KH. Mahfud ma'sum.

Pada tahun 1942 terjadi bencana banjir yang sangat besar sehingga menghancurkan pondok yang dipimpin oleh K. Ahyat yang ada di desa dukunanyar tersebut. Dan sejak itu pula, di desa dukunanyar tidak ada tempat pendidikan, baik pondok pesantren maupun madrasah. Tidak lama kemudian K. ahyat pun wafat, begitu juga K. Faqih pemimpin pondok pesantren Maskumambang.

Pada tahun 1950, sebagian dari anggota masyarakat desa dukunanyar dan sekitarnya datang kerumah KH. Ma'sum untuk mengaji atau belajar ilmu

agama. Semakin hari santri yang mengaji semakin banyak sehingga pada tahun 1951 oleh H. Rusydi (mertua KH. Ma'sum) dibangunlah sebuah bangunan mushola atau surau yang memiliki dua kamar. Mushola ini terletak tepat di depan atau seberang rumah beliau dan terbuat dari kayu jati dengan lantai kayu jati pula yang terpisah dari tanah. KH. Ma'sum kemudian pindah tempat mengajarnya dari rumah ke mushola, disamping memimpin jama'ah sholat setiap waktu dengan meja-tulis kecil yang sangat sederhana dan mudah dipindah-pindah tempatnya.

Atas dorongan masyarakat, pada tahun itu pula (1951) KH. Ma'sum meresmikan kegunaan mushola sebagai madrasah atau sekolah yang sementara waktu hanya menerima santri putra dan diberi nama Ihyaul Ulum. Sementara Madrasah islamiyah yang ada di desa sembungan kidul tidak lagi berjalan dengan baik, bahkan akhirnya ditutup dengan sendirinya. Dengan demikian, madrasah yang sangat dikenal oleh masyarakat dukun anyar dan akhirnya pada saat itu adalah madrasah maskumambang *lil banat* (khusus untuk putri), dan madrasah Ihyau Ulum *lil banan* (untuk laki-laki).

Dengan kesungguhan KH. Ma'sum dalam mengelola madrasah yang dibantu oleh tokoh-tokoh masyarakat, ihyaul ulum berkembang sangat pesat, santri berdatangan tidak hanya dari daerah kecamatan dukun tapi juga dari luar kecamatan, bahkan sebagian dari lamongan, sehingga ihyaul ulum harus menyediakan pondok atau asrama.

Pada tahun 1953, Kyai bersama-sama dengan tokoh masyarakat dukunanyar kemudian mendirikan sebuah bangunan disebelah timur madrasah

sebagai tempat pemondokan. Bangunan tersebut juga terdiri dari bahan kayu dengan lantai terbuat dari bamboo yang terpisah dari tanah.

Dengan dibangunnya asrama tersebut, santri yang menetap semakin banyak, demikian juga santri yang tidak menetap. Madrasah yang semula hanya diisi dengan ilmu-ilmu agama kemudian disitu diajarkan pula pengetahuan umum, seperti Bahasa Indonesia, matematika, dan lain-lain.

Keihlasan Kyai dan para ustadz dalam mendidik dan semangat para santri yang belajar sangat nampak disaat itu. Santri benar-benar menuntut ilmu, tidak mencari kelas atau ijazah semata. Sehingga ada kelas yang usia santrinya berbeda jauh. Ada juga yang turun kelas karena merasa tidak mampu. Sebaliknya ada santri yang melompat kelas karena kemampuannya dianggap mumpuni. Ihyaul ulum terus berkembang, akibatnya pemondokan pun penuh dengan santri.

Pada tahun 1959, Kyai yang selalu ada ditengah-tengah santri dan menghabiskan sebagian besar waktunya untuk mereka, tiba-tiba diuji oleh Yang Maha Belas-Kasih dengan penyakit yang memaksa kyai harus istirahat dan tidak dapat mengajar dalam waktu yang cukup lama.

Para santri kemudian satu per satu meninggalkan pondok sehingga jumlah santri semakin berkurang, dan pada akhirnya (tahun 1960) tempat pemondokan sudah tidak ada yang menempati lagi, bahkan rusak parah.

Putra ketiga yang semula hendak menuntut ilmu ke Mesir mengurungkan berangkat studi karena tidak mendapat izin dari ayahanda (karena beliau masih dalam keadaan sakit), melihat keadaan yang demikian kemudian

mendatangi pengurus madrasah yang pada saat itu dipegang oleh tokoh masyarakat untuk meminta ijin membongkar dua bangunan madrasah dan tempat pemondokan yang rusak parah untuk direnovasi. Namun pengurus tidak mengizinkan dengan alasan tidak akan mampu membangun kembali.

Selanjutnya, putra ketiga yang bernama Mahfud itu melakukan musyawarah dengan kyai-karena tanah dan bangunan itu adalah hasil waqaf dari mertua beliau sendiri dan alasan pengurus tidak memberi ijin hanya khawatir tidak mampu membangun kembali-yang pada akhirnya kyai memberikan ijin pembongkaran kedua bangunan tersebut untuk direnovasi agar tanah dan bangunan itu dapat dimanfaatkan oleh umat.

Tahun 1961 menjadi babak baru, madrasah mulai aktif kembali walaupun baru diikuti oleh beberapa santri saja. Dalam susunan pengurus madrasah pun terjadi perubahan sebagai konsekuensi dari suatu proses regenerasi; disamping mengganti pengurus yang lama dengan pengurus yang baru, juga diadakan perubahan struktur hierarki kepengurusan dengan menambahkan seorang direktur.

Di awal tahun 1965, baru dapat diresmikan pembukaan madrasah putri. Perkembangan santri dengan gedung madrasah yang hanya satu ternyata tidak mampu untuk menampung santri yang ada, walaupun dengan pembagian waktu belajar; pagi siang dan malam. Sehingga rumah kediaman pun menjadi tempat belajar juga.

Itulah diantara kendala yang menghambat perkembangan pondok pesantren. Dan baru tahun 1968, dapat diresmikan berdirinya gedung baru

dengan dua lantai yang berada disebelah timur gedung madrasah. Dan bersamaan dengan itu pula , berdiri sebuah gedung yang terpisah yang berada di muka Masjid Al-Faqihyah desa sembungan kidul yang ditempati gedung TK Ihyaul Ulum.

Dengan kehendak dan Ma'unah Allah semata, sesuatu yang sulit dan berat bagi kita semua, bisa menjadi mudah. Tanah-tanah disekitar madrasah yang merupakan tempat pemukiman penduduk pada akhirnya dapat dimiliki oleh pondok. Kini tanah tersebut telah penuh dengan beberapa bangunan gedung, seperti; gedung sekolah atau madrasah (baik ibtidaiyah, tsanawiyah maupun aliyah), gedung perkantoran, gedung mushola gedung asrama putrid.

2. Visi

Membentuk kader muslim unggul dalam ilmu, mulia dalam akhlaq, terampil dalam bekerja, didukung dengan etos kerja yang tinggi, pengalaman yang luas, dan kemampuan berkomunikasi yang memadai.

3. Misi

1. Islamisasi ilmu pengetahuan dengan memadukan sistem pendidikan formal dengan sistem pendidikan pesantren;
2. Membekali anak didik dengan ilmu dan ketrampilan yang cukup;
3. Membentuk sikap dan perilaku yang jujur, adil, semangat dan menghargai waktu;
4. Menggalang rasa kebersamaan, bakti terhadap sesama;

5. Mengikutsertakan siswa dalam membentuk suatu kultur budaya yang islami.

4. Tujuan

1. Peningkatan sumber daya pendidik, staf dan siswa;
2. Melengkapi sarana, prasarana, dan media pembelajaran secara bertahap;
3. Peningkatan kesejahteraan baik guru maupun staf yang ada;
4. Peningkatan nilai ujian murni siswa.

F. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Validitas

a. Validitas Tipe kepribadian

Karena tes EPI adalah alat tes yang sudah baku, maka untuk tes EPI tidak dihitung lagi validitas dan reliabilitasnya (Lubabin Nuqul, Fathul. 2006:45).

Norma yang dipakai dalam penggolongan tipe kepribadian Ekstrovert dan Introvert berdasarkan tes EPI adalah Skor Ekstrovert mempunyai jumlah nilai 16 dan Introvert adalah 11.

b. Validitas Perilaku Konsumtif

Interpretasi koefisien validitas dianggap valid apabila melebihi $r_{xy} = 0,30$ ($>0,30$) sehingga butir-butir tersebut dianggap sah, sebaliknya jika

didapatkan koefisien validitas kurang dari 0,30 ($<0,30$) maka butir-butir tersebut tidak valid dan dianggap gugur. (Azwar, 2003 : 140)

Tabel VIII

Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

No	Indikator	No. Item Valid	No.Item Gugur	Total
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	17,18,33,34,49,50	1,2	8
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik.	3,19,36,51,52	4,20,35	8
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi	21,37,53	5,6,22,38,54	8
4.	Membeli Produk Berdasarkan Pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).	23,24,40,55	7,8,39,56	8
5	Membeli Produk hanya Sekedar Menjaga simbol atau status.	10,25,26,41,42,57	9,58	8
6	Memakai produk karena unsur Konformitas terhadap model yang engklankan produk.	28,43,44	11,12,27,59,60	8
7	Munculnya Penilaian Bahwa Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.	13,14,29,30,45,46,61,62		8
8	Keinginan mencoba lebih dari dua	15,16,31,32,47,48	63,64	8

	produk sejenis yang berbeda			
	Jumlah	41	23	64

Dari hasil uji validitas instrumen dalam skala perilaku konsumtif terdapat 23 item gugur, jadi jumlah item yang sah adalah 40 item, karena penelitian ini menggunakan uji coba terpakai maka data langsung dipakai.

Item yang gugur mencapai 46%, hal itu terjadi karena beberapa hal:

1. Jumlah item terlalu banyak sehingga menjadikan responden jenuh saat mengisi.
2. Responden kurang faham dengan bahasa yang ada

2. Uji Reliabilitas

Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan *SPSS Versi 15.0 for windows*. Koefisien keandalannya ($r_{xx'}$) bergerak antara 0,000 sampai dengan 1,000 artinya semakin mendekati 1,000 maka akan semakin reliabel.

Berikut tabel rangkuman reliabel variabel Perilaku Konsumtif:

Tabel IX

Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	41

Hasil uji keandalan angket tersebut dapat dikatakan reliable yaitu mendekati 1,000. sehingga angket tersebut layak dijadikan instrumen pada penelitian yang akan dilakukan.

G. PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

1. Tipe Kepribadian

Hasil analisa data yang dilakukan pada variabel tipe kepribadian pada siswa-siswi MA ihyaul Ulum Dukun-Gresik cenderung berkepribadian ekstrovert, hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil tes kepribadian Eysenck Personality Inventory (EPI) yang telah dilakukan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel X

Hasil analisa Tipe kepribadian

Tipe Kepribadian	Jumlah
Ekstrovert	25
Introvert	25
Jumlah	50

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa remaja di MA Ihyaul Ulum cenderung berkepribadian ekstrovet.

2. Perilaku Konsumtif Pada Remaja

Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum,peneliti membagi menjadi tiga kategori, yaitu: tinggi, sedang, rendah. Dan untuk menentukan jarak masing-masing tingkat klasifikasi terlebih dahulu dicari rata-rata skor total (*mean*) dan standart deviasi dari masing-masing variabel. Dari perhitungan menggunakan bantuan program SPSS versi 15.0 *for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel XI

out put Mean, Standart Deviasi

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
VAR00001	50	123	107	127	199.68	28.206	795.569
Valid N (listwise)	50						

Setelah nilai *mean* dan standart deviasi dari variabel diketahui, maka perhitungan dilanjutkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Norma	Kategori
$M + 1SD < X$	Tinggi
$M - 1SD < X < M + 1SD$	Sedang
$X < M - 1SD$	Rendah

Berdasarkan hasil perhitungan skor menggunakan rumus di atas diperoleh proporsi tingkat perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik sebagai berikut:

Tabel XII

Proporsi Tingkat Perilaku Konsumtif

Pada Remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik

Kategori	Skor	Frekuensi	Proporsi
Tinggi	$127 < X$	6	10%
Sedang	$107 < X < 127$	36	74%
Rendah	$X < 107$	8	16%
Total		50	100%

Dari data di atas maka dapat dijelaskan bahwasanya dari 50 responden sebagai subjek penelitian terdapat 6 siswa atau bila diprosentasikan berjumlah 10% siswa yang berperilaku konsumtif tinggi, 74% atau 36

siswa yang berperilaku konsumtif sedang, dan sisanya 8% atau 16 siswa berperilaku konsumtif rendah..

3. Hubungan Tipe Kepribadian Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di MA Ihyaul Ulum

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan tehnik uji-t atau dibantu dengan program komputer (SPSS). Berdasarkan data yang terkumpul dan dianalisis, didapatkan hasil $F=7.957$ ($P=0.007$), maka ada hubungan yang signifikan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table XIII
Output korelasi tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
konsumtif	Equal variances assumed	7.957	.007
	Equal variances not assumed		

t-test for Equality of Means						
t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
-2.670	48	.010	-20.080	7.521	-35.203	-4.957
-2.670	38.749	.011	-20.080	7.521	-35.297	-4.863

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini didapatkan bahwa setelah dilakukan uji T-tes, diperoleh hasil $F=7.957$ ($P=0.007$), maka dapat dikatakan

bahwa ada varians skor tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti ada hubungan antara tipe kepribadian (ektrovert-introvert) dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun gresik.

H. Pembahasan

Hurlock (1991:208) menyatakan salah satu ciri masa remaja adalah masa yang tidak realistik. Pada masa ini, umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri, yang mana pandangannya itu belum tentu sesuai dengan pandangan orang lain dan juga dengan kenyataan. Selain itu, bagaimana remaja memandang segala sesuatunya bergantung pada emosinya sehingga menentukan pandangannya terhadap suatu objek psikologis. Sulitnya, emosi remaja umumnya belum stabil. Secara psikososial terlihat perkembangan remaja pun memandang dan menghadapi hal-hal yang berhubungan dengan peran mereka sebagai konsumen.

Seiring perkembangan biologis, psikologis, sosial ekonomi tersebut, remaja memasuki tahap dimana sudah lebih bijaksana dan sudah lebih mampu membuat keputusan sendiri. Hal ini meningkatkan kemandirian remaja, termasuk juga posisinya sebagai konsumen. Remaja memiliki pilihan mandiri mengenai apa yang hendak dilakukan dengan uangnya dan menentukan sendiri produk apa yang ingin ia beli. Namun di lain pihak, remaja sebagai konsumen memiliki karakteristik mudah terpengaruh, mudah terbujuj iklan, tidak berpikir hemat, kurang realistis.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan pemenuhan kebutuhan yang melebihi dari sesuatu yang dibutuhkan, dimana keinginan dan dorongan mengkonsumsi serta membeli barang disebabkan iming-iming hadiah, kemasan barang, menjaga gengsi, mencari dan meningkatkan status, konformitas model serta keinginan untuk mencoba-coba produk.

Menurut Kotler (2000:232) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, salah satunya adalah kepribadian. Demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.

Kepribadian dapat dijelaskan sebagai karakteristik psikologis yang menentukan dan menggambarkan bagaimana seseorang merespon lingkungannya. Walaupun kepribadian cenderung konsisten dan bertahan lama, tetapi dapat berubah dengan tiba-tiba sebagai respon terhadap berbagai peristiwa hidup yang utama maupun secara berangsur-angsur dari waktu ke waktu.

Kepribadian dapat mengalami perubahan pada berbagai keadaan tertentu. Kepribadian seseorang berubah tidak hanya sebagai respon terhadap berbagai peristiwa yang terjadi tiba-tiba, tetapi juga sebagai bagian dari proses menuju kedewasaan secara berangsur-angsur (Schifman, 2008:108).

Dengan kondisi lingkungan sosial yang berbeda, berbeda pula pengamatan dan pengalaman yang diterima oleh remaja. Tidak heran bila ada perbedaan kepribadian pada remaja walaupun dalam masa yang sama. Ada dua kepribadian yang bisa dilihat pada remaja MA Ihyaul Ulum. Yang pertama adalah tipe kepribadian ekstrovert, dimana individu dengan tipe kepribadian

ini memiliki karakteristik yang ramah, mudah bergaul, menyukai tantangan, banyak teman, dan selalu membutuhkan orang lain untuk diajak bicara. Mereka juga tidak menyukai hal atau pekerjaan yang dilakukan sendiri-sendiri. Karena mereka lebih menyukai kerja sama.

Sebaliknya, seseorang yang memiliki kecenderungan introvert akan memiliki karakteristik antara lain: tertarik dengan pikiran dan perasaannya sendiri, memerlukan teritori mereka sendiri, tampil dengan muka pendiam dan tampak penuh pemikiran, biasanya tidak mempunyai banyak teman, sulit membuat hubungan baru, menyukai konsentrasi dan kesunyian, tidak suka dengan kunjungan yang tidak diharapkan, dan tidak suka mengunjungi orang lain, bekerja dengan baik sendirian.

Remaja MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik yang berkepribadian introvert lebih cenderung berperilaku konsumtif, dikarenakan remaja yang berkepribadian introvert mereka cenderung lebih mementingkan dirinya sendiri dari pada kepentingan orang lain (Mohyi, 1999:161), remaja dengan kepribadian ini tidak banyak berinteraksi dengan teman-temannya. Remaja introvert juga cenderung kurang percaya diri, mereka akan melakukan atau membeli barang-barang yang bisa mendukung penampilan mereka agar tetap percaya diri, sehingga perilaku konsumtif pun terjadi.

Remaja introvert merasa puas hanya dengan berbelanja, bagi mereka dengan berbelanja kepuasan bersosialisasi sudah didapat karena dia bisa bertemu dengan banyak orang meskipun tanpa berinteraksi.

Sedangkan remaja yang tergolong tipe kepribadian ektovert, mereka cenderung lebih mementingkan lingkungannya atau kepentingan umum dari pada kepentingan dirinya (Mohyi:160), sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan sosialnya.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebaga 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*. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi. Apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru) dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya. Menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja ini dilakukan secara berlebihan.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Masalah lebih besar terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat yang pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika.

Bila melihat pada tabel X maka dapat dijelaskan bahwasanya dari 50 responden sebagai subjek penelitian terdapat 6 siswa atau bila diprosentasikan berjumlah 10% siswa yang berperilaku konsumtif tinggi, 74% atau 36 siswa yang berperilaku konsumtif sedang, dan sisanya 16% atau 8 siswa berperilaku konsumtif rendah. Dengan kata lain perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik tergolong normal, karena berada pada kategori sedang.

Berdasarkan hasil analisa data diperoleh $F=7.957$ ($P=0.007$), artinya ada hubungan yang signifikan antara tipe kepribadian dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum.

Selain itu, peneliti juga dapat menyimpulkan bahwasanya kondisi lingkungan mempunyai dampak yang signifikan terhadap pola perilaku remaja dalam bertindak disamping tipe kepribadian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya. Maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Dari hasil analisa data tipe kepribadian bahwasanya 25 siswa MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik, berkepribadian ekstrovert dan 25 siswa yang berkepribadian introvert.
2. Dari hasil analisa data perilaku konsumtif terdapat 10% siswa berperilaku konsumtif tinggi, 74% berperilaku konsumtif sedang, dan sisanya 16% siswa yang berperilaku konsumtif rendah. Dengan kata lain perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik tergolong normal, karena berada pada kategori sedang.
3. Ada hubungan positif yang signifikan antara tipe kepribadian (ekstrovert-introvert) dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum Dukun Gresik. Hal ini ditunjukkan dengan $F=7.957$ $P(0.007)$, dan $p < 0.05$, maka ada hubungan antara tipe kepribadian (introvert-ekstrovert) dengan perilaku konsumtif pada remaja di MA Ihyaul Ulum.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan kesimpulan, ada beberapa saran yang penulis sampaikan yaitu:

1. Bagi orang tua hendaknya memonitor kegiatan anak dan mendidik sesuai dengan kebutuhan psikis.
2. Bagi guru :
 - a. Memahami dua kepribadian introvert dan ekstrovert.
 - b. Ada perlakuan yang berbeda.
3. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa hendaknya lebih memperhatikan aspek-aspek antara lain :
 - a. Penambahan variabel.
 - b. Penambahan sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol, 2004. *Psikologi kepribadian*, UMM Press. Malang
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi.1998. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2002. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2006. *prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani, Gunita. 2006. *Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005-2006*. Skripsi Fakultas Psikologi, Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Azwar, Saifudin. 2003. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Boeree, Goerge. 2006. *Personality Theories melacak Kepribadian Anda Bersama Psikologi Dunia*. Prisma Shopie. Jogjakarta.
- Chaplin, C. P. 1999. *Kamus Lengkap Psikologi*. Raja Gafindo Persada. Jakarta.
- Departemen Agama. 1989. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Maju Mundur. Jakarta.
- Desmita. 2005. *Psikologi Perkembangan*. PT. RemajaRosda Karya. Bandung.
- Evinita, Afnidarti, S. Armida. 2002. *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Kota Padang Sumatra Barat*. Padang State University. Online: www.Yahoo.com. 15 Sept 2009.
- Engel, James F. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Binarupa Aksara.. Jakarta.
- Fransisca dan Tommy Y.S. 2005. *perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. Jurnal Phronesis.
- Hamalik, Oemar.1993. *Psikologi Manajemen*.Trigenda Karya: Bandung.
- Hartati, Netty. Dkk. 2004. *Islam dan Psikologi*. PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Hurlock. 1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Erlangga. Jakarta.
- Mangkunegara, P Anwar. 1998. *perilaku konsumen*. PT: Eresco. Bandung.
- Mappiere, A. 1982. *Psikologi Remaja*. Usaha nasional. Surabaya.
- Mohyi, Ach. 1999. *Teori Dan Perilaku Organisasi*. UMM press. Malang
- Putra, N. A. 2003. *Perbedaan Loyalitas Merek Antara Konsumen Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert Terhadap Produk Parfum*. Jurnal Psikologi UNDIP. Vol. 1, No 1
- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta. Robbani press.
- Santrocck, J. W. 2003. *Adolescence. Perkembangan Remaja*. Edisi keenam. Erlangga. Jakarta.
- Schiffman, Leon. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT Macanan Jaya cemerlang.
- Syafi'ah, Evi. 2006. *Hubungan Antara Kesadaran Beragama Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri Di Madrasah Aliyah Tarbiyatul Wathon Campurejo Panceng Gresik*. Skripsi fakultas Psikologi UIN Malang.
- Tambunan, R. 2001. *Remaja Dan Perilaku Konsumtif*. On Line. [Http:WWW.e-Psikologi. Com Remaja / 191101 Htm](http://WWW.e-Psikologi.Com/Remaja/191101.Htm).
- Yusuf, Syamsu & Nurihsan, Juntika. 2007. *Teori Kepribadian*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Zainuddin, sri kuntjoro, M. PSi. *Tipe Kepribadian Manusia*. <http://www.e-psikologi.com/usia/090402.htm>. 15 Sept 2009.

Nama :

Kelas :

Petunjuk pengisian

Pilih jawaban Ya atau Tidak dari pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan anda, dengan cara menyilang.

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda sering menginginkan kegairahan ?	Ya	Tidak
2.	Apakah anda biasanya bersikap masa bodoh ?	Ya	Tidak
3.	Apakah anda berfikir dahulu sebelum bertindak ?	Ya	Tidak
4.	Apakah pada umumnya anda melakukan dan mengatakan sesuatu dengan cepat. tanpa anda berfikir dahulu ?	Ya	Tidak
5.	Apakah setiap tantangan akan anda hadapi ?	Ya	Tidak
6.	Apakah anda sering melakukan sesuatu secara tiba-tiba ?	Ya	Tidak
7.	Apakah pada umumnya anda suka membaca daripada main-main ?	Ya	Tidak
8.	Apakah anda suka sekali bepergian ?	Ya	Tidak
9.	Apakah anda lebih suka mempunyai teman sedikit tetapi betul-betul akrab?	Ya	Tidak
10.	Apakah anda akan membentaknya kembali jika anda dibentak seseorang ?	Ya	Tidak
11.	Apakah biasanya anda dapat bergembira dalam suatu pesta yang meriah ?	Ya	Tidak

- | | | | |
|-----|---|----|-------|
| 12. | Apakah orang lain menganggap diri anda seorang yang periang ? | Ya | Tidak |
| 13. | Apakah anda lebih sering berdiam diri jika anda ada bersama dengan orang lain ? | Ya | Tidak |
| 14. | Jika anda ingin mengetahui sesuatu, apakah anda lebih suka mencarinya daripada menanyakan pada orang lain ? | Ya | Tidak |
| 15. | Apakah anda suka dengan jenis pekerjaan yang membutuhkan kecermatan dan ketelitian ? | Ya | Tidak |
| 16. | Apakah anda suka pada pekerjaan yang memerlukan kecepatan bertindak ? | Ya | Tidak |
| 17. | Apakah anda seorang yang lambat dan tidak tergesa-gesa dalam gerak-gerik anda ? | Ya | Tidak |
| 18. | Apakah anda sedemikian sukanya mengobrol sehingga setiap kesempatan untuk ngobrol meski dengan orang yang asing akan anda gunakan ? | Ya | Tidak |
| 19. | Apakah anda akan sangat kesal jika anda untuk waktu-waktu yang lama tidak dapat bertemu dengan orang banyak? | Ya | Tidak |
| 20. | Apakah anda orang yang merasa mempunyai kepercayaan diri yang cukup besar? | Ya | Tidak |
| 21. | Sukarkah bagi anda untuk benar-benar gembira pada suatu pesta yang meriah ? | Ya | Tidak |
| 22. | Dapatkah anda merubah pesta yang sepi menjadi agak ramai ? | Ya | Tidak |
| 23. | Apakah anda akan mempermainkan orang lain ? | Ya | Tidak |

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang sesuai dengan apa yang anda rasakan atau yang sesuai dengan apa yang anda alami.

Keterangan:

SS : Sangat Sering

S : Sering

P : Pernah (3 kali)

J : Jarang (2 kali)

TP : Tidak Pernah

No	Pertanyaan	SS	S	P	J	TP
1	Apabila ada produk yang memberi hadiah, saya langsung membelinya					
2	Saya suka membeli barang hanya untuk dimiliki/koleksi saja					
3	Saya mudah tertarik dengan barang baru, akhirnya saya langsung membeli barang tersebut					
4	Saya akan membeli barang yang kemasannya menarik, meskipun barang yang lama masih ada					
5	Saya suka membeli barang yang lagi trend					
6	Saya gengsi jika tidak membeli suatu barang yang dimiliki teman-teman					
7	Dalam membeli barang, saya cenderung memilih barang yang harganya murah					
8	Saya berbelanja di saat ada diskon besar					
9	Saya membeli barang tertentu karena semata-mata untuk meningkatkan harga diri					
10	Saya membeli suatu barang agar tetap diakui oleh kelompok saya					
11	Saya suka membeli aksesoris yang dipakai artis idola saya					
12	Saya mudah tergoda oleh iklan sehingga saya langsung membeli barang yang diiklankan					
13	Saya malu membeli barang pasaran/murah					
14	Memakai pakaian yang mahal, membuat saya tetap sangat percaya diri					
15	Saya suka mencoba barang baru meskipun saya sudah mempunyai barang yang lama					
16	Dengan berbelanja dapat membahagiakan saya					
17	Meskipun ada diskon, saya tidak tertarik untuk membeli					
18	Saya membeli kosmetik karena untuk mempercantik penampilan saya					
19	Saya tidak mudah tergiur dengan barang baru					
20	Bagi saya kemasan bukanlah hal penting dalam membeli suatu produk atau barang					

21	Saya bukan termasuk orang yang suka mengikuti mode					
22	Saya membeli barang karena saya memang butuh, bukan karena ikut-ikutan teman					
23	Saya tidak suka membeli barang-barang yang mahal dan bermerk					
24	Meskipun ada diskon saya tidak tertarik untuk membeli					
25	Saya membeli barang bukan karena gengsi					
26	Status seseorang tidak diukur dari berapa mahal dia membeli barang					
27	Saya tidak suka membeli barang yang di pakai oleh artis terkenal					
28	Saya tidak mudah di pengaruhi oleh iklan dan membeli suatu barang					
29	Saya tetap percaya diri meskipun membeli barang pasaran					
30	Bagi saya tidak penting membeli baju mahal, yang penting cocok					
31	Saya tidak suka membeli barang dengan kualitas yang berbeda					
32	Belanja bukan termasuk hal yang menyenangkan buat saya					
33	Bagi saya, bonus yang di tawarkan suatu produk sangatlah penting dalam membeli barang					
34	Saya hanya membeli barang karena saya ingin memilikinya					
35	Bagi saya produk baru lebih bagus dari produk lama sehingga saya suka membeli produk baru tersebut					
36	Saya termasuk orang yang suka membeli barang yang kemasannya bagus dan antik					
37	Saya termasuk orang yang suka dengan model-model baju baru					
38	Saya mudah tertarik dengan ajakan teman-teman dalam membeli suatu barang					
39	Bagi saya, barang murah lebih bagus dari pada barang yang harganya mahal					
40	Saya suka membeli barang yang ada diskonnya					
41	Saya merasa dihargai oleh orang lain ketika membeli barang-barang mahal					
42	Saya membeli suatu barang agar di hormati sama temen-temen					
43	Saya merasa rugi jika tidak memakai produk yang dipakai artis terkenal					
44	Saya akan membeli barang yang muncul di televisi					
45	Saya selalu merasa perlu membeli barang yang mahal					
46	Saya merasa lebih percaya diri jika memakai barang mahal					
47	Saya suka mengumpulkan barang-barang baru					
48	Saya merasa puas jika sudah berbelanja berbelanja					
49	Bagi saya produk yang menawarkan suatu hadiah, kurang menarik untuk dibeli					
50	Saya suka membeli sabun yang cocok dengan kulit saya					

51	Saya bukan termasuk orang yang suka berbelanja					
52	Saya suka membeli barang yang kemasannya biasa-biasa saja yang penting berkualitas					
53	Saya tidak gengsi memakai pakaian lama, yang penting saya cocok					
54	Saya tidak suka membeli barang barang yang sudah dimiliki oleh teman saya					
55	Saya bangga memakai barang dengan harga yang mahal dan bermutu					
56	Saya tetap membeli barang meskipun tidak ada diskon					
57	Saya merasa biasa saja ketika memakai barang yang mahal					
58	Saya membeli barang bukan karena orang lain					
59	Saya membeli barang yang sesuai dengan gaya saya sendiri					
60	Bagi saya, iklan tidak mempengaruhi pilihan saya dalam membeli suatu barang					
61	Saya bangga meskipun memakai tas lokal					
62	Saya tidak peduli tanggapan orang lain tentang harga barang yang saya beli					
63	Bagi saya barang lama lebih berkualitas di banding dengan barang baru					
64	Saya tidak begitu suka berbelanja karena membuat saya pusing					

Selamat Mengerjakan !