

KONSELING BEHAVIOR UNTUK MENGURANGI PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA

Reva Pradana¹⁾, Dody Hartanto²⁾

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

reva2100001027@webmail.uad.ac.id¹⁾, dody.hartanto@bk.uad.ac.id²⁾

Abstrak

Di era sekarang ini, remaja dihadapkan dengan adanya kemajuan teknologi informasi. Kemajuan teknologi ditandai dengan munculnya berbagai platform media. Media sosial bukan lagi bagian dari gaya hidup, tetapi telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari seperti terlibat aktif dalam interaksi *online*, pembelian barang secara daring, serta konsumsi konten digital. Dan seiring berjalannya waktu, kemudahan yang ditawarkan dari platform media sosial menjadi salah satu pengaruh timbulnya perilaku konsumtif setiap individu. Di samping penggunaan media sosial, interaksi dengan teman sebaya juga memberikan pengaruh dalam membentuk perilaku konsumtif. Hal ini karena remaja cenderung rentan terhadap pengaruh lingkungan sekitar dalam menentukan preferensi dan gaya hidup. Salah satu upaya yang berpotensi untuk mengurangi perilaku konsumtif yaitu dengan pemberian layanan konseling behavior. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan layanan konseling behavior untuk mengurangi perilaku konsumtif pada remaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *literature review*, yang mana peneliti mengumpulkan sumber yang relevan dengan topik pembahasan penelitian. Adapun hasil yang ditemukan adalah konseling behavior dapat mengurangi perilaku konsumtif pada siswa.

Kata Kunci: *konseling behavior, perilaku konsumtif, remaja*

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman yang ditandai dengan fenomena globalisasi telah menciptakan dinamika baru dalam kehidupan manusia. Globalisasi tidak hanya memengaruhi bidang ekonomi dan politik, tetapi juga merambah ke dalam kehidupan sehari-hari serta pola pikir masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dalam konteks Indonesia, dampak globalisasi sangat terasa, terutama dalam bidang sosial ekonomi. Salah satu aspek yang turut dipengaruhi oleh globalisasi adalah perilaku konsumtif. Kegiatan konsumsi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Manusia memiliki kebutuhan yang tidak terbatas dan selalu berusaha untuk memenuhi setiap kebutuhan tersebut. Namun, pada hakikatnya, manusia sering kali merasa tidak puas atau kurang terhadap apa yang telah diperoleh. Hal tersebut mendorong

munculnya keinginan untuk memiliki lebih banyak barang atau jasa, yang pada akhirnya mengakibatkan perilaku konsumtif (Meilani & Saputra, 2023).

Konsumtif didefinisikan sebagai penggunaan barang atau jasa secara berlebihan dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Sejalan dengan pendapat Sumartono (dalam Isnawati & Kurniawan, 2021: 49) bahwa konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan secara berlebihan, dimana seseorang membeli produk karena dorongan iming-iming hadiah, *trend*, kemasan menarik, menjaga penampilan diri (gengsi), bukan berdasarkan dari kegunaan produk, menjaga status sosial, dan munculnya penilaian pembelian produk yang mahal akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi. Saat ini, fenomena perilaku konsumtif terjadi di berbagai kelompok usia baik remaja hingga orang tua, tanpa jenis kelamin ataupun pekerjaan.

Di era sekarang ini, remaja dihadapkan dengan adanya kemajuan teknologi informasi. Kemajuan teknologi ditandai dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, *Twitter*, *Shopee*, dan sebagainya. Kehadiran media sosial bukan hanya mempengaruhi kemudahan aksesibilitas informasi dan perubahan dalam dunia *e-commerce*, tetapi juga merevolusi kegiatan bisnis dengan cara *online* (Mustomi & Puspasari, 2020: 134). Media sosial bukan lagi bagian dari gaya hidup, tetapi telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini akan menciptakan kebiasaan baru dimana remaja terlibat aktif dalam interaksi *online*, pembelian barang secara daring, serta konsumsi konten digital. Dan seiring berjalannya waktu, kemudahan yang ditawarkan dari platform media sosial menjadi salah satu pengaruh timbulnya perilaku konsumtif setiap individu.

Di samping penggunaan media sosial, interaksi dengan teman sebaya juga memberikan pengaruh dalam membentuk perilaku konsumtif. Hal ini karena remaja cenderung rentan terhadap pengaruh lingkungan sekitar dalam menentukan preferensi dan gaya hidup. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Hurlock bahwa remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama teman sebayanya, sehingga pengaruh dari teman sebaya seperti sikap, minat, penampilan, pembicaraan, dan perilaku lebih besar dibandingkan pengaruh dari keluarga (Wulandari, dkk, 2016: 100). Selain itu, remaja seringkali dihadapkan pada situasi dimana dirinya harus diterima atau bahkan ditolak dalam sebuah pergaulan dengan teman sebayanya (Daryanti, 2023). Untuk mengatasi

situasi tersebut, biasanya remaja cenderung menyesuaikan diri dengan kelompok teman sebayanya misalnya ikut-ikutan meniru gaya berpakaian, membeli produk tertentu, mudah dipengaruhi, serta kurang realistis dalam menilai konsekuensi dari keputusan yang diambil. Namun hal ini dapat menyebabkan boros dalam penggunaan uang dan akhirnya mengakibatkan perilaku konsumsi tinggi.

Hasil penelitian yang dilakukan Rifqi, dkk (2021) dengan judul “Penerapan Konseling Behavior untuk Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Psikologi 2018 UIN Malang” menunjukkan bahwa penerapan konseling behavior dapat menurunkan tingkat kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa psikologi angkatan 2018 UIN Malang dengan skala perilaku konsumtif sebelumnya telah dilakukan uji validitas ($V \geq 0,87$) dan reliabilitas ($r > 0,80$). Hasil penelitian didapatkan $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ atau $2,670 > 1,645$ ($p < 0,05$), artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan konseling behavior, maka individu akan didorong untuk memodifikasi, mengurangi, bahkan menghambat munculnya perilaku yang menyimpang (Haslindah, dkk, 2021: 89). Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan di atas, kecenderungan perilaku konsumtif perlu ditangani. Salah satu upaya untuk mengurangi perilaku konsumtif dapat dilakukan dengan adanya penerapan konseling behavior. Maka dari itu peneliti ingin melakukan *literature review* tentang “Konseling Behavior untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Remaja”.

2. Metode

Metode penelitian ini menggunakan kajian literatur (*Literature Review*). Kajian literatur merupakan eksplorasi atau studi kepustakaan dari berbagai sumber seperti buku,

jurnal, ataupun terbitan lainnya yang relevan dengan suatu topik tertentu untuk menghasilkan sebuah tulisan ilmiah (Marzali, 2016). Metode kajian literatur ini terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama menentukan topik, mencari jurnal yang sesuai melalui *Google Scholar*, pemilihan jurnal, selanjutnya membaca jurnal yang telah dipilih, mengkaji jurnal, dan tahap terakhir menuliskan hasil review. Adapun kata kunci yang digunakan antara lain konseling behavior, perilaku konsumtif, dan remaja. Hasil temuan penelitian selanjutnya disusun secara objektif, analitis, dan sistematis.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Kajian Perilaku Konsumtif

Perilaku diartikan sebagai segala tindakan yang dilakukan, dirasakan, diucapkan, dan dipikirkan oleh seseorang, terlepas dari apakah tindakan tersebut memiliki tujuan tertentu atau tidak. Sementara konsumtif berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumptive*, berarti kecenderungan untuk mengonsumsi, menggunakan, dan menghabiskan barang atau jasa secara berlebihan (Mujahidah, 2020: 7). Sejalan dengan pendapat Mustomi & Puspasari (2020: 136) bahwa konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk.

Di sisi lain, Sumartono (dalam Melinda, dkk, 2022: 2) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas, artinya seseorang membeli produk bukan karena telah habis atau sesuai kebutuhan, tetapi karena produk tersebut sedang populer. Adapun Chita, dkk (2015: 298) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan konsumsi yang tiada batas dan tidak berencana karena tidak membuat anggaran belanja berdasarkan skala prioritas. Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku setiap individu yang ditunjukkan dengan tindakan konsumsi mulai dari membeli hingga menggunakan barang secara berlebihan, kurang bermanfaat, dan hanya untuk memenuhi keinginan sehingga seseorang tersebut sulit untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Sumartono (dalam Dikria & Mintarti, 2016: 132-133) mengemukakan bahwa indikator perilaku konsumtif antara lain membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan, membeli produk karena kemasannya yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga bukan karena kegunaannya, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status (sifat eksklusif), membeli dan memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, muncul penilaian bahwa membeli dan memakai produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda, meskipun produk tersebut belum habis.

Adapun tingkat konsumtif seseorang tentunya didasari oleh beberapa faktor. Lutfiah, dkk (2022: 3-6) mengemukakan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yaitu

1. Faktor internal adalah faktor dari dalam diri individu yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Seperti motivasi, konsep diri, kepribadian, proses belajar, dan gaya hidup.
2. Faktor eksternal adalah faktor dari luar diri individu yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Seperti budaya, kelas sosial, kelompok teman, media sosial, dan keluarga.

B. Kajian Konseling Behavior

Pada hakikatnya, konseling merupakan suatu upaya pemberian bantuan dari konselor kepada konseli supaya mampu tumbuh ke arah yang lebih baik, mampu memecahkan masalah, dan mampu menghadapi krisis-krisis yang dialami dalam kehidupan sehari-hari (Yusuf & Juntika, 2014: 9). Salah satu teori konseling yang populer saat ini adalah konseling behavior. Marlina, dkk (2021: 113) menjelaskan bahwa konseling behavior merupakan salah satu teori konseling sebagai bentuk adaptasi dari aliran psikologi behavioristik dan menekankan perhatian terhadap perilaku yang tampak. Senada dengan pendapat Suwanto (2016: 3) bahwa konseling behavior sebagai suatu teknik dalam konseling yang berlandaskan pada teori belajar dan berfokus pada tingkah laku untuk membantu konseli untuk mempelajari tingkah laku baru dalam memecahkan permasalahannya. Konseling behavior ini bertujuan

untuk menciptakan kondisi atau perilaku baru, menghapus perilaku yang tidak adaptif, memperkuat dan mempertahankan perilaku yang diinginkan. Adapun konsep dasar dalam pelaksanaan konseling behavior adaah penggunaan konsep *reinforcement*. Menurut Skinner, pemberian *reinforcement* dapat memodifikasi, mengurangi, bahkan menghambat munculnya perilaku yang menyimpang (Haslindah, dkk, 2021: 89).

C. Konseling Behavior untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif

Strategi perilaku konsumtif melalui konseling behavior dilakukan dengan menggunakan pendekatan *operant conditioning*. Dengan kata lain, penanganan perilaku konsumtif pada remaja dimodifikasi dengan pemberian *reinforcement* atau respon yang mengikuti perilaku tersebut. Menurut Skinner, pemberian *reinforcement* dapat memodifikasi, mengurangi, bahkan menghambat munculnya perilaku yang menyimpang (Haslindah, dkk, 2021: 89). Selain itu, strategi yang dapat digunakan untuk mengurangi perilaku konsumtif yaitu dengan teknik *Behavioral Contract* (Kontrak Perilaku). Kontrak perilaku merupakan persetujuan tertulis antara konselor dan konseli berisi hal yang berhubungan dengan proses konseling diantaranya tanggung jawab, bentuk penguatan, aturan pemberian penguatan, dan sanksi yang akan diberikan.

Dalam konseling ini, *reinforcement* positif terhadap perilaku yang ingin dibentuk lebih ditekankan daripada pemberian sanksi apabila perilaku tetap (tidak berubah). Setelah perilaku terlihat sesuai dalam kontrak, maka *reinforcement* positif berupa hadiah akan diberikan oleh konselor. Pemberian *reinforcement* positif dilakukan oleh konselor secara perorangan dan terus-menerus supaya dapat dijadikan sebagai evaluasi dan pembelajaran bagi konseli untuk menurunkan perilaku konsumtif. Rifqi, dkk (2021: 187-188) mengemukakan langkah-langkah yang dapat digunakan dalam pelaksanaan kontrak perilaku, sebagai berikut:

1. Memilih perilaku yang akan diubah atas persetujuan konselor dan konseli. Selanjutnya konselor, merasionalisasikan alasannya mengapa tingkah laku tersebut perlu diubah.
2. Menentukan cara yang akan dilakukan untuk mengubah perilaku.

3. Menentukan *reinforcement* untuk setiap perilaku. *Reinforcement* positif sebagai respon atas pelaksanaan proses perubahan perilaku, sedangkan *reinforcement* negatif sebagai respon atas ketidakmampuan pelaksanaan proses perubahan perilaku.
4. Menentukan siapa yang akan memberikan *reinforcement* terhadap setiap perilaku. Pemberian *reinforcement* didasarkan dari kesepakatan, bisa dari konselor sendiri atau kerja sama dengan orang tua.
5. Melakukan evaluasi terhadap perilaku yang dimunculkan.

4. Kesimpulan

Dalam konteks remaja, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni penggunaan media sosial dan interaksi dengan teman sebaya. Di era sekarang ini, media sosial merupakan bagian integral bagi remaja dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial menyediakan kemudahan aksesibilitas informasi, perubahan dalam dunia *e-commerce*, menciptakan kebiasaan baru seperti pembelian barang secara *online*, dan konsumsi konten digital. Selain itu, interaksi dengan teman sebaya juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif remaja. Remaja sering kali menyesuaikan diri dengan kelompok teman sebayanya untuk diterima dalam pergaulan dan menaikkan gengsi. Pengaruh yang diberikan oleh teman sebaya biasanya dalam hal sikap, minat, penampilan, dan perilaku. Remaja yang mudah dipengaruhi oleh teman sebayanya cenderung meniru gaya berpakaian, membeli produk tertentu, dan kurang realistis dalam menilai konsekuensi dari keputusan yang diambil. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif yaitu dengan pemberian layanan konseling behavior. Penanganan perilaku konsumtif pada remaja ini dimodifikasi melalui pendekatan *operant conditioning* dan *behavioral contract*. Adapun tujuan penggunaan konseling behavior yaitu untuk menciptakan kondisi atau perilaku baru, menghapus perilaku yang tidak adaptif, memperkuat dan mempertahankan perilaku yang diinginkan. Dengan demikian melalui penerapan layanan konseling behavior ini remaja dapat mengubah pola pikir dan perilaku sehingga dapat meminimalisir perilaku konsumtif.

Daftar Pustaka

- Chita, R. C. M., Lydia, D., & Cicilia, P. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1), 297-302
- Daryanti, S. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi*. Skripsi, FKIP, Universitas Jambi.
- Dikria, O., & Sri, U. M. (2015). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Haslindah, Andi, J. A. P., & Jamal, P. (2021). Pendekatan Konseling Behavioral dalam Penangan Remaja Bermasalah. *Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 1(2), 77-86.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 47-60.
- Yusuf, S., & Nurihsan, J. (2014). *Landasan Bimbingan dan Konseling*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Marliana, I Wayan, S., & I Gede, D. G. (2021). Penerapan Metode Konseling Behavioral dalam Mengelola dan Meningkatkan Kedisiplinan Belajar Siswa pada SMKN 5 Palangka Raya. In *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*. Institut Agama Hindu Negeri Tampung Palangka Raya, Palangka Raya, pp 111-120.
- Marzali, A. (2016). Menulis Kajian Literatur. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 1(2), 27-36. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v1i2.1613>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Meilani, N., & Saputra, W. N. E. (2023). Intervensi psikoedukasi ajaran Syaikh Az-Zarnuji dalam kitab Ta'lim Al -Muta'llim untuk menanamkan etika kesopanan siswa. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling*

PROSIDING

Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling
“Transformasi Digital Dalam Bimbingan dan Konseling: Memaksimalkan Teknologi Untuk
Dukungan Psikologis Yang Lebih Efektif”
Sabtu, 27 Juli 2024

Universitas Ahmad Dahlan (Vol 3, pp. 1299-1310).

- Mujahidah, N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar)*. Skripsi, FIP, Universitas Negeri Makassar.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.
- Rifqi, M. U., Ahmad, F. I. E. H., & Muhammad, J. (2021). Penerapan Konseling Behavior untuk Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Psikologi 2018 UIN Malang. *Jurnal of Guidance and Counseling*, 5(2), 178-196.
- Suwanto, I. (2016). Konseling Behavioral dengan Teknik Self Management untuk Membantu Kematangan Karir Siswa SMK. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(1), 1-5.
- Wulandari, F., Wahyono, H., & Haryono, A. (2016). Pengaruh perhatian orang tua, respon pada iklan, intensitas pergaulan teman sebaya, dan pemahaman siswa pada mata pelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas VII SMP N 2 Nglegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 99–106.