

Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Konsumtif pada Bintara Remaja DIT Samapta Polda Sumatera Selatan

Dwi Andika* , Mutia Mawardah
Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia
 dwiandika090998@gmail.com

Submitted:
2022-10-26

Revised:
2022-11-17

Accepted:
2022-12-27

Copyright holder:
© Andika, D., & Mawardah, M. (2022)

This article is under:



How to cite:
Andika, D., & Mawardah, M. (2023). Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Konsumtif pada Bintara Remaja DIT Samapta Polda Sumatera Selatan. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(3). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.426>

Published by:
Kuras Institute

Journal website:
<https://journal.kurasinstitute.com/index.php/bocp>

E-ISSN:
2656-1050

ABSTRACT: *Adolescence is a period that is very easily controlled by emotions and sometimes has outbursts that arise due to conflicting values. Teenagers tend to be unstable, so in deciding something, especially in consumptive behavior, they tend to be controlled by emotions. These passionate emotions are sometimes difficult for teenagers and their parents or adults. The benefit of this research is the hope that it can provide an overview and references to psychology, especially for social psychology. This study aimed to determine the relationship between emotional intelligence and consumer behavior in adolescents. The research method used is descriptive with a quantitative approach. The population taken by the researcher was the Junior Officer of the Directorate of Samapta Polda in South Sumatra. The technique in taking samples used is purposive sampling. The total sample is 250 Junior Officers at the Directorate of Samapta Polda in South Sumatra. Before conducting the research, the researchers carried out an experiment on a scale of two (Try Out) to 104 Youth Officers at the Directorate of Samapta Polda in South Sumatra. At the same time, the remaining 146 were samples in the study. The conclusion is that there is a very significant relationship between emotional intelligence and consumptive behavior among the Youth Officers of the South Sumatra Regional Police's Samapta Directorate.*

KEYWORDS: *Emotional Intelligence, Consumptive Behavior, Adolescents*

PENDAHULUAN

Selama rentang kehidupan manusia, terjadi banyak pertumbuhan dan perkembangan dari mulai lahir sampai dengan meninggal dunia. Dari semua fase perkembangan manusia tersebut, salah satu yang paling penting dan paling menjadi pusat perhatian adalah masa remaja (Ahyani, 2018). Menurut Hall (Herlina, 2013), masa remaja merupakan masa “*strumund drang*” (topan dan badai), masa penuh emosi dan ada kalanya meledak-ledak, yang muncul karena adanya pertentangan nilai-nilai. Emosi yang menggebu-gebu ini kadangkala menyulitkan baik bagi remaja maupun bagi orangtua atau orang dewasa di sekitarnya.

Lins (2013), remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasar sebagai target pemasaran produk mereka, sehingga remaja tumbuh dalam budaya konsume-risme

yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif. Selanjutnya, Prabu (2012), mengungkapkan bahwa karakteristik remaja yang mudah terbujuk rayuan dan masih labil, impulsif dalam berbelanja kurang realistis dalam berpikir, serta cenderung berperilaku boros yang menjadikan remaja lebih berperilaku konsumtif.

Berdasarkan studi pendahuluan dengan observasi dan wawancara menggunakan angket kepada 20 orang bintanga remaja sebagai responden, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif bukan hanya di kalangan remaja biasa saja melainkan di kalangan pekerja seperti di Dit Samapta Polda Sumsel. Dit Samapta Polda Sumsel adalah unsur pelaksana utama Polda Sumsel yang berada di bawah Kapolda Sumsel. Tugas Dit Samapta Polda Sumsel adalah membina fungsi Kesamaptaan kepolisian dan menyelenggarakan turjawali.

Dit Samapta Polda Sumsel dipimpin oleh direktur Sabhara, yang bertanggung jawab kepada Kapolda Sumsel dan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari dibawah kendali Wakapolda (Amanda, 2018). Mereka merupakan anggota kepolisian yang berpangkat Bripda yang masih remaja yang dengan masa dinas 0 tahun dinas sampai 3 tahun masa dinas yang masih disebut sebagai institusi Polri Bintang Remaja yang belum lepas ikatan dinas. Usia Bintang Remaja mulai dari 19 tahun sampai 22 tahun pada umumnya, dimana mereka juga Bintang yang paling junior maka mereka sering sekali di panggil Baja (Bintang Remaja). Banyak di kalangan Bintang remaja sekarang berbondong-bondong bergaya hanya ingin terlihat mewah di kalangan pergaulannya seperti membeli barang yang tidak bermanfaat, hal ini merupakan bagian dari perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah munculnya keinginan untuk membeli barang yang kurang perlu untuk memenuhi kepuasan pribadi. Saat ini kebutuhan tidak berhubungan dengan nilai kegunaan suatu objek, sekarang dikaitkan dengan elemen simbolik dari kelas tertentu, status social (Goldsmith, 2012). Sukari (2013) mengungkapkan bahwa kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif dikarenakan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang ada seperti pusat perbelanjaan atau mall, cafe, tempat makan atau restoran yang mengalami peningkatan.

Remaja yang terjebak dalam kehidupan perilaku konsumtif seringkali menghabiskan uangnya hanya untuk membeli berbagai macam keperluan yang berdasarkan keinginannya bukan kebutuhan, seperti membeli handphone, pakaian, makanan, hiburan, dan lain-lain (Remiswal, 2021). Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Prabu (2012) budaya konsumtif sangat dominan dikuasai kaum remaja dengan adanya peningkatan dan kemajuan IPTEK. Apalagi dimudahkan dengan banyak aplikasi yang bisa membeli apapun tanpa perlu keluar dari rumah. Selain itu survei terbaru lembaga riset Snapcart di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak di bidang e-commerce yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun).

Goldsmith (2012) juga mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*).

Sebagian besar uang remaja digunakan hanya untuk membeli produk-produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada diri mereka sendiri. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan mengenai perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi tanpa memiliki batasan, serta lebih mengedepankan faktor keinginan daripada kebutuhan (Anggraini & Santhoso, 2019). Engel, Blackwell, dan Miniard (2015), menyatakan bahwa

terdapat ciri-ciri dari orang yang melakukan perilaku konsumtif diantaranya, (1) Lebih mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan; (2) Berperilaku boros terhadap uang; (3) Mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya sehingga cenderung membeli barang-barang yang mahal dan sedang trendy.

Fenomena yang terjadi pada Bintara remaja Dit samapta Polda Sumsel kerap menjadi perilaku konsumtif salah satunya adalah *Shopping*. Seperti membeli produk yang sama tetapi merk yang berbeda contohnya membeli sepatu, *handphone*, jam tangan, bahkan kendaraan padahal mereka sebelumnya sudah memiliki barang yang sama. Dari 20 orang yang diberikan angket semuanya (100%) menyatakan bahwa *mall* dan *shooping* merupakan tempat utama yang mereka datangi saat memiliki waktu luang. Mereka membeli barang (*Shooping*) agar tidak tertinggal dalam persaingan pergaulan, hal tersebut mendorong mereka untuk membeli barang seperti sepatu, *handphone*, jam tangan, bahkan kendaraan, dan aktivitas tersebut mereka lakukan hanya untuk mencari kesenangan semata. Hal inilah yang lama kelamaan menimbulkan perilaku konsumtif yang umumnya dilakukan para bintangara remaja di Direktorat Samapta Polda Sumsel.

Cherrier (2009), menjelaskan secara lebih spesifik bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut. Mengacu pada hasil wawancara dan observasi pada tanggal 18 April 2022 pukul 09.30 WIB di Polda Sumsel. Diperoleh bahwa ada fenomena berdasarkan ciri-ciri dari perilaku konsumtif. Fenomena pertama yaitu lebih mementingkan hasrat atau keinginan dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada subjek Bintara Remaja dengan inisial A (*personal communication*, April 18 2022). Remaja A mengatakan bahwa salah satu Aktivitas yang mereka lakukan adalah aktivitas belanja atau sering disebut dengan konsumsi. Remaja A menambahkan Aktivitas *Shopping* atau berbelanja sering mereka lakukan Bersama-sama dalam suatu kelompok, seperti membeli produk yang ber merk dan mengedepankan gengsi. Karena pada dasarnya mereka memiliki kelompok referensi tersendiri dan terkadang melakukan persaingan dengan kelompok yang lain.

Fenomena kedua dari ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu pemborosan. 20 orang bintangara remaja didapati 13 orang (65%) menyatakan selalu membeli barang yang ia sukai, dan menyatakan selalu membeli barang yang juga dibeli oleh rekannya seperti sepatu, *handphone*, jam tangan, bahkan kendaraan. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada subjek Bintara Remaja dengan inisial A (*Personal communication*, April 18 2022). Remaja A menyatakan selalu membeli barang yang ia sukai, dan menyatakan selalu membeli barang yang juga dibeli oleh rekannya. Tanpa memikirkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang mereka sukai dan tidak memikirkan kegunaan barang tersebut sehingga tidak jarang gaji yang mereka peroleh habis dalam sekali belanja, dan tidak bisa ditabung untuk persiapan di masa depan, bahkan ada beberapa bintangara yang mengajukan pinjaman kepada pihak bank.

Fenomena ketiga dari ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu mengedepankan gengsi dan membeli barang-barang yang mahal. Dari 20 orang bintangara remaja didapati 10 orang (50%) menyatakan merek terkenal menjadi ukuran pada saat berbelanja agar tidak ketinggalan zaman, dan 12 orang (60%) menyatakan tertarik dengan barang-barang mahal. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada subjek Bintara Remaja dengan inisial A (*Personal communication*, April 18 2022). A menyatakan selalu mengikuti model yang sedang beredar dan merek terkenal menjadi ukuran pada saat berbelanja agar tidak ketinggalan zaman dan tertarik dengan barang-barang mahal. Tidak hanya

pada makanan atau pakaian, tetapi juga otomotif seperti motor, mobil dan barang mewah lainnya seperti jam rolex, android merek terkenal dan berharga mahal. Hal ini pun membuat mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas terhadap para remaja bintanga yang memakainya, sehingga mendorong para remaja bintanga untuk mengkonsumsinya karena takut ketinggalan.

Menurut Lim (2010) salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah emosi. Untuk itu diperlukan kecerdasan untuk mengendalikan emosi tersebut. Karena pada masa-masa ini, remaja memasuki masa pencarian identitas diri serta pengakuan dari lingkungan sosialnya, didukung dengan kondisi psikis yang belum matang, mengakibatkan remaja memiliki kebimbangan dan mudah terpengaruh oleh lingkungan sebayanya. Remaja melupakan kesadaran diri yang ada dalam dirinya, sehingga melemahkan kontrol diri yang mengakibatkan melemahnya juga kemampuan pada diri remaja dalam mengatasi suatu masalah. Alasan inilah yang mengharuskan kenapa dalam mengendalikan emosi diperlukan kecerdasan emosional (Haryani, 2015).

Goleman (2016), mengartikan kecerdasan emosi sebagai kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi frustrasi, mengendalikan dorongan hati dan tidak melebihi-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga agar beban stres tidak melumpuhkan kemampuan berpikir, berempati.

Hal ini sejalan dengan pendapat Cooper dan Sawaf (2002), mendefinisikan kecerdasan emosi sebagai kemampuan merasakan, memahami, dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi dan pengaruh yang manusiawi. Weiner (2012), menyatakan kecerdasan emosi sebagai kemampuan untuk menilai, mengekspresikan perasaan dengan tepat, kemampuan untuk memahami emosi, serta kemampuan mengatur emosi yang berguna untuk mendukung perkembangan emosi dan intelektual. Sedangkan Prabu (2012), mendefinisikan kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk memahami diri dan orang lain secara benar, memiliki jati diri, kepribadian dewasa mental.

Secara umum orang yang memiliki kecerdasan emosional akan dapat mengambil keputusan dengan baik, tidak terpengaruh dengan emosi orang lain, dapat menjaga integritas pribadi dalam keadaan tertekan sekalipun tanpa menyalahkan orang lain atas perasaan mereka sendiri, contohnya jika ingin membeli sesuatu, seseorang yang memiliki kecerdasan emosi dengan baik, otomatis mampu mengendalikan diri sehingga dalam perilaku membelipun mereka tidak menggunakan emosinya apalagi terpengaruh dengan emosi ajakan teman dan dapat berpikir rasional terhadap manfaat barang tersebut.

Menurut Goelman (2016), menyatakan bahwa terdapat ciri-ciri dari orang yang memiliki kecerdasan emosional diantaranya, (1) Kemampuan Memotivasi Diri Sendiri; (2) Mengatasi Frustrasi; (3) Mengontrol Desakkan Hati. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan pada 18 April 2022 di asrama pakri pukul 09.30 WIB didapatkan bahwa ada fenomena berdasarkan dari ciri-ciri kecerdasan emosional terhadap Bintangara remaja, yaitu mampu dalam memotivasi diri sendiri. Mengacu Hasil Wawancara dengan salah satu Bintangara Remaja di Direktorat Samapta Polda Sumsel dengan subjek berinisial B (*personal communication*, April 18 2022). Remaja B Menyatakan sulit memotivasi diri sendiri agar tidak melakukan perilaku konsumtif dan pemborosan terhadap uang untuk barang yang tidak ada manfaat dan hanya ingin dimiliki karena ketertarikan semata terhadap barang tertentu ketimbang lebih memotivasi diri agar dapat ditabung untuk persiapan di masa depan.

Fenomena kedua dari ciri-ciri kecerdasan emosional yaitu mengatasi frustrasi. Mengacu pada hasil wawancara peneliti dengan salah satu Bintangara Remaja di Direktorat Samapta Polda Sumsel

dengan subjek berinisial B (*personal communication*, April 18 2022). Remaja B Mengakui salah satu cara untuk mengatasi frustrasi dengan cara mencari kesenangan untuk diri sendiri dengan cara berhura-hura dan mencari kesenangan di dunia luar hal ini juga yang mendorong dirinya untuk membeli apapun seperti makanan ataupun barang yang tidak terlalu penting tanpa memikirkan biaya yang dikeluarkan dan waktu luang yang telah dihabiskan untuk mengatasi frustrasi.

Fenomena ketiga dari ciri-ciri kecerdasan emosional yaitu mengontrol desakkan hati. Mengacu pada hasil peneliti dengan salah satu Bintara Remaja di Direktorat Samapta Polda Sumsel dengan subjek laki-laki berinisial B (*personal communication*, April 18 2022). Remaja B Mengakui sangat sulit sekali untuk mengontrol desakkan hati seperti susah menahan diri untuk tidak mengikuti *trend* yang sedang kekinian dan merek terkenal yang menjadi desakkan untuk dirinya membeli dan mengkonsumsi barang-barang tersebut agar tidak ketinggalan zaman.

Dari hasil survey yang peneliti lakukan melalui angket prapenelitian yang dibagikan kepada 20 orang Bintara Remaja di Direktorat dan melalui wawancara langsung terhadap Bintara Remaja didapatkan kesimpulan bahwa Bintara Remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif dan kecerdasan emosi yang kurang baik. Berdasar fenomena-fenomena yang terjadi tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna melihat adanya hubungan kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Populasi yang diambil peneliti yaitu Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel.

Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang memenuhi beberapa kriteria atau karakteristik dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih *representative*. Kriteria Bintara Remaja yang menjadi sampel pada penelitian ini di antaranya yaitu (1) Laki-Laki usia 19-22 tahun, karena Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel Sebagian besar laki laki; (2) Memakai produk bermerk terkenal; (3) Memiliki lebih dari 2 produk yang sama dengan merk yang berbeda. Sampel keseluruhan pada berjumlah 250 Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah	Persentase
1	18-20	108	73,9%
2	21-23	38	26,1%
	Total	146	100%

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah	Persentase
1.	2019-2020	78	53,4%
2.	2020-2021	55	37,6%
3.	2021-2022	13	9,0%
	Total	146	100%

Sebelum melakukan penelitian, peneliti lebih dulu melaksanakan percobaan terhadap skala atau TO (Try Out) kepada 104 Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel, sementara sisanya 146 sebagai sampel pada penelitian. Deskripsi subjek penelitian digunakan untuk mengetahui, usia, serta angkatan pada subjek yang akan diteliti. Gambaran tersebut dapat dilihat pada tabel deskripsi subjek penelitian berikut pada tabel 1.

Berdasarkan hasil sebaran skala yang telah dilakukan kepada 146 jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yang terdiri dari 2 kategorisasi yaitu 18-20 tahun, 21-23 tahun, adapun jumlah sampel yang berusia 18-20 tahun berjumlah 108 orang (73,9%), sedangkan sisanya 38 orang (26,1%) berusia 21-23 tahun. Selanjutnya akan disajikan distribusi frekuensi Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel yang menjadi responden berdasarkan angkatan.

Berdasarkan hasil sebaran skala angkatan yang digunakan pada penelitian ini yang terdiri dari 3 kategorisasi yaitu angkatan 2019-2020, angkatan 2020-2021, dan angkatan 2021-2022, adapun jumlah sampel angkatan 2019-2021 berjumlah 78 orang (53,4%), angkatan 2020-2021 berjumlah 55 orang (37,6%) dan angkatan sisanya 13 orang (9%) merupakan angkatan 2021-2022, dapat dilihat pada tabel 2.

Data pada penelitian ini didapat mempergunakan 2 skala yakni, perilaku konsumtif dan skala kecerdasan emosional. Setelah dilakukan uji validitas dan reabilitas terhadap 2 instrumen konsumtif dan kecerdasan emosi, diketahui bahwa semua item kuesioner pada variabel perilaku konsumtif masuk dalam kategori valid 23 item *favourable* dan 24 item *unfavourable* bisa dijadikan kuesioner untuk penelitian. Selanjutnya uji coba dilakukan pada skala kecerdasan emosional. Hasil validitas pada skala kecerdasan emosional yang terdiri dari pernyataan *favourable* dan *unfavourable* dengan aspek mengenali Emosi Diri, mengelola emosi, memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain, dan membina hubungan. Setelah di analisis diketahui bahwa 50 item dinyatakan valid dan 7 item yang gugur.

Berdasarkan uji reliabilitas pada skala perilaku konsumtif menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,854. Untuk uji reliabilitas pada skala kecerdasan emosional menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,767. Dengan demikian kedua skala tersebut dikatakan memiliki konsistensi hasil ukur yang baik karena nilai reliabilitasnya mendekati 1,00. Teknis analisis data untuk mengetahui hubungan variabel menggunakan analisis regresi. Tujuan dari analisis regresi yaitu untuk memperkirakan (prediksi) suatu nilai kriterium atau variabel tergantung (dependent variabel) melalui predictor atau variabel bebas (independen variabel).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian normalitas dilaksanakan guna melihat apakah data dari variabel penelitian yang didapat bersumber dari hasil yang terdistribusi secara normal atau tidak. Teknik analisis yang biasanya dipakai sebagai pengujian prasyarat normalitas 46 data ialah pengujian Kolmogorov-Smirnov. Bila angka signifikansi dibawah alpha 5% atau 0.05 ($p < 0.05$) sehingga diutarakan tidak memenuhi asumsi normalitas, sedangkan sebaliknya jika angka signifikansi diatas alpha 5% atau 0.05 ($p > 0.05$) sehingga data sudah memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016).

Pengujian linieritas bertujuan guna melihat apakah variabel dependen dan variabel independen berhubungan secara linier atau tidak. Kaidah pengujian yang dipakai yaitu $p < 0.05$ sehingga hubungan antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y) dikatakan linier dan

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	KS-Z	P	Keterangan
Perilaku Konsumtif	,818	0,124	Normal
Kecerdasan emosional	,945	0,256	Normal

Keterangan : KS-Z = Uji *Kolmogorov Smirnov*

p= Signifikasi

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	P	Keterangan
Kecerdasan emosional (X) dengan perilaku konsumtif (Y)	106,291	0,001	Linier

kebalikannya bila $p > 0.05$ sehingga hubungannya tak linier. Teknik analisis yang biasanya dipakai dalam pengujian prasyarat linieritas data yaitu pengujian Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2016).

Jika asumsi/prasyarat terpenuhi, maka analisis data yang di gunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, maka hipotesis diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana (*simple regression*). Regresi sederhana digunakan apabila dalam analisis regresi jumlah variabel bebas hanya satu.

Uji asumsi ini dilakukan sebelum uji hipotesis, dimana dalam penelitian ini uji asumsi terdiri dari dua pengujian yaitu uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan data sebaran di dalam data penelitian, dimana yang menjadi syarat untuk dilaksanakan bahwa data tersebut normal apabila nilai data lebih dari taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu $p > 0,05$ dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal tidaknya sebaran data adalah jika $P > 0,05$ maka sebaran dinyatakan normal, sebaliknya jika $p \leq 0,05$ maka sebaran dinyatakan tidak normal. Rangkuman hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3.

Berdasarkan tabel diatas, bahwa hasil dari kedua data yang diperoleh melalui alat ukur yang dibuat oleh peneliti berdistribusi normal karena memenuhi syarat kaidah $p > 0,05$ dapat dilihat dari nilai p alat ukur tersebut yaitu pada perilaku konsumtif (0,124) dan kecerdasan emosional (0,256) yang lebih besar dari 0,05. Selanjutnya diperoleh nilai KS-Z pada perilaku konsumtif (0,818) dan nilai KS-Z pada kecerdasan emosional (0,945)

Uji linieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif dan variabel bebas yaitu kecerdasan emosional. Kaidah yang digunakan adalah jika $p < 0,05$ berarti hubungan antara kedua variabel linier, jika $p > 0,05$ maka hubungan antara kedua variabel tidak linier. Hasil uji linieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.

Nilai F merupakan koefisien yang menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan terikat dengan nilai kecerdasan emosional (X) dan perilaku konsumtif(Y) yaitu $F = 106,291$ dan $p = 0,001$ berdasarkan dari nilai tersebut terdapat hubungan yang linier antar variabel karena nilai $p < 0.05$.

Setelah data penelitian dapat memenuhi asumsi - asumsi, maka untuk selanjutnya dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji yaitu ada hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel menggunakan regresi sederhana, Hasil data yang didapatkan bisa dilihat dari tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	r	R ²	P	Keterangan
Kecerdasan emosional (X) dengan perilaku konsumtif(Y)	.847 ^a	.717	.000	Sangat Signifikan

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil nilai korelasi antara variabel perilaku konsumtif dan kecerdasan emosional yaitu $r = 0,847$ dengan nilai R Square = $0,717$ dan $p = 0,000$ dimana $p < 0,01$. Nilai ini berarti menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji regresi sederhana yang hasilnya menunjukkan adanya penerimaan terhadap hipotesis yang diajukan. Besarnya sumbangan efektif yang diberikan adalah sebesar $71,7\%$ ($R^2 = 0,717$) sedangkan sisanya $28,3\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif namun tidak diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif sebanyak 146 Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel yang semuanya adalah laki-laki, sebanyak 108 orang ($73,9\%$) berusia 18 -20 tahun, sedangkan 38 orang ($26,1\%$) berusia 21-23 tahun. 78 orang ($53,4\%$) merupakan Bintara angkatan 2019-2020, 55 orang ($37,6\%$) merupakan Bintara angkatan 2020-2021, dan 9 orang ($43,8\%$) merupakan Bintara 2021-2022. Penelitian yang dilakukan mengenai kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif ini menggunakan uji regresi sederhana. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji regresi sederhana yang hasilnya menunjukkan adanya penerimaan terhadap hipotesis yang diajukan.

Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi $r = 0,847$ dengan nilai signifikansi (P) = $0,000 < 0,01$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan kuat dan signifikan antara kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif, selanjutnya diperoleh nilai $R^2 = 0,717$ atau $71,7\%$ angka ini dapat diartikan bahwa kecerdasan emosional memiliki kontribusi sebesar $71,7\%$ untuk mempengaruhi perilaku konsumtif sementara $28,3\%$ lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif namun tidak diteliti oleh peneliti.

Faktor-faktor lain tersebut seperti yang dijabarkan oleh Reusswig (2003) perilaku konsumtif dipengaruhi faktor berikut; kebutuhan ekonomi, hal ini menyangkut pemanfaatan terbaik dari waktu dan uang seorang konsumen. Selanjutnya pengaruh Psikologi dalam diri seseorang meliputi kecerdasan emosional, kebutuhan, persepsi, pembelajaran, sikap dan gaya hidup, faktor selanjutnya yakni pengaruh sosial, meliputi keluarga, kelas sosial, kelompok referensi, budaya. Faktor terakhir yakni situasi pemebelian yang meliputi alasan, waktu, dan lingkungan.

Perilaku konsumtif yang dimaksud seperti yang di definisikan oleh Lina & Rosyid (2013), yakni suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Selanjutnya Ryff (Halim & Dariyo, 2017) menjelaskan bahwa kesejahteraan yakni sebuah konsep yang menyangkut apa yang individu rasakan terkait kegiatan dalam keseharian, dan mengarah kepada pengungkapan perasaan pribadi terhadap apa yang individu rasakan sebagai hasil pengalaman hidupnya.

Adapun ciri dari orang yang memiliki perilaku konsumtif seperti yang dijelaskan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (2015), yakni, (1) Lebih mementingkan hasrat atau keinginan semata-mata untuk mencari kesenangan; (2) Berperilaku boros terhadap uang; (3) Mengedepankan gengsi atau

mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya sehingga cenderung membeli barang-barang yang mahal dan sedang trendy.

Berdasarkan hasil analisa dilapangan menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi para Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel dalam pembentukan perilaku konsumtif terhadap dirinya sendiri yaitu salah satunya merujuk kepada rendahnya kecerdasan emosional yang dimiliki dikarenakan para Bintara remaja masih sulit mengontrol emosi serta masih sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan dalam hal ini teman.

Kecerdasan emosional yang dimaksud secara umum kecerdasan emosional berkaitan dengan bagaimana seseorang mampu mengontrol emosi atau keinginan-keinginannya, contohnya jika seseorang memiliki kecerdasan emosional yang baik, ia akan mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat barang yang akan ia beli, menyusun skala prioritas sebelum melakukan pembelian barang, mampu mengontrol keinginan untuk menghambur-hamburkan uang. Serta tidak serta merta langsung mengikuti ajakan teman atau trend yang sedang berlaku namun bersimpangan dengan kemampuan diri.

Cooper dan Sawaf (2002), mendefinisikan kecerdasan emosi sebagai kemampuan merasakan, memahami, dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi dan pengaruh yang manusiawi. Weiner (2012), menyatakan kecerdasan emosi sebagai kemampuan untuk menilai, mengekspresikan perasaan dengan tepat, kemampuan untuk memahami emosi, serta kemampuan mengatur emosi yang berguna untuk mendukung perkembangan emosi dan intelektual. Sedangkan Prabu (2012), mendefinisikan kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk memahami diri dan orang lain secara benar, memiliki jati diri, kepribadian dewasa mental.

Adapun ciri-ciri dari seseorang yang memiliki kecerdasan emosional seperti yang telah dijabarkan oleh Goelman (2016), bahwa kecerdasan emosional memiliki ciri-ciri diantaranya; 1) Kemampuan Memotivasi Diri Sendiri; (2) Mengatasi Frustrasi; (3) Mengontrol Desakkan Hati. Hubungan ini didukung oleh Cannon, Perreault, dan McCarthy (2009, yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yakni keadaan psikologis seseorang termasuk didalamnya yakni kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional yang dimaksudkan adalah kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi frustrasi, mengendalikan dorongan hati dan tidak melebih-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga agar beban stres tidak melumpuhkan kemampuan berpikir, berempati.

Sejalan dengan itu, penelitian yang telah dilakukan oleh Soetjiono (2012), Melakukan penelitian yang berjudul Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. Hasilnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif antara kecerdasan emosi dengan perilaku konsumtif pada remaja putri diterima. Selanjutnya penelitian Asriati, (2015) meneliti tentang Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XII IIS Di SMA Negeri 2, Dari hasil perhitungan regresi linear sederhana maka terdapat pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XII IIS di SMA Negeri 2 Pontianak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan ada hubungan yang sangat signifikan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif pada Bintara Remaja Dit Samapta Polda Sumsel. Tingkat signifikansi diartikan bahwa

kecerdasan emosional memiliki kontribusi untuk mempengaruhi perilaku konsumtif sementara lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif namun tidak diteliti oleh peneliti, dan menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyani, L. N., & Astuti, R. D. (2018). Buku ajar psikologi perkembangan anak dan remaja. *Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus*. [Google Scholar](#)
- Amanda, Y. (2018). *Efektivitas Bimbingan Rohani Dalam Meningkatkan Kesehatan Mental Pada Bintara Remaja di Polda Sumatera Selatan* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang). [Google Scholar](#)
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Asriati, N. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XII IIS di SMA Negeri 2. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 4(12). <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v4i12.12968>
- Cherrier, H. (2009). Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of business research*, 62(2), 181-190. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.025>
- Cooper, C., & Straw, A. (2002). Stres manajemen yang sukses dalam sepekan (Sugeng Panut, Penerjemah). *Jakarta: Kesaint Blanc*. [Google Scholar](#)
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D. dan Miniard, PW (2011). *Perilaku Konsumen*. *Jakarta: Binarupa Aksara*. [Google Scholar](#)
- Ghozali, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Google Scholar](#)
- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R., & Clark, R. A. (2012). Materialistic, brand engaged and status consuming consumers and clothing behaviors. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(1), 102-119. <https://doi.org/10.1108/13612021211203050>
- Goleman, D. (2003). Kecerdasan emosional untuk mencapai puncak prestasi. *Alih bahasa: Alex Tri Kantjono Widodo*. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka*. [Google Scholar](#)
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*, 11(1), 5-11. [Google Scholar](#)
- Herlina, H. (2013). *Bibliotherapy Mengatasi Masalah Anak dan Remaja Melalui Buku*. *Bandung: Pustaka Cendekia Utama*. [Google Scholar](#)
- Lim, C. H., Martin, T. G., & Kwak, D. H. (2010). Examining television consumers of mixed martial arts: The relationship among risk taking, emotion, attitude, and actual sport-media-consumption behavior. *International Journal of sport communication*, 3(1), 49-63. <https://doi.org/10.1123/ijsc.3.1.49>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Lins, S., Bottequin, E., Dóka, Á., Golasa, A., Hylander, F., Merchán, A., Odabašić, A. and Pavlović, S., (2013). To Think, to Feel, to Have: The Effects of Need for Cognition, Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4(2), pp.25–32. <http://doi.org/10.5334/jeps.bh>
- Nuraini Asriati, W. (2015). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XII II Di SMA Negeri 2. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 4(12). <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v4i12.12968>
- Prabu Mangkunegara, A. (2012). *Perilaku Konsumen*. *Retika Aditama: Jawa Barat*. [Google Scholar](#)

- Remiswal, R., Kustati, M., Besral, B., Zainimal, Z., & Firman, A. J. (2021). The Influence of Hedonistic Culture to Minangkabau Juveniles' Social Behaviors in the Twenty-first Century. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 14(3), 465-481. <https://doi.org/10.1007/s40647-021-00319-5>
- Reuswig, F., Lotze-Campen, H., & Gerlinger, K. (2003, October). Changing global lifestyle and consumption patterns: The case of energy and food. In *PERN workshop on population, consumption, and the environment* (Vol. 19). [Google Scholar](#)
- Soetjiono, F. F. (2012). *Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri* (Doctoral dissertation, Program Studi Psikologi FPSI-UKSW). [Google Scholar](#)
- Sukari. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Yogyakarta. [Google Scholar](#)
- Weiner, I. B., Reynolds, W. M., & Miller, G. E. (2012). *Handbook of Psychology, Educational Psychology* (Vol. 7). John Wiley & Sons. [Google Scholar](#)