

PENGARUH KEGIATAN *HAPPY SHOPPING* TERHADAP *SELF ESTEEM* ANAK DI LEMBAGA KESEJAHTERAAN SOSIAL ANAK (LKSA) DINAS SOSIAL P3AKB KABUPATEN BONDOWOSO

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Sosial
(S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Bimbingan Konseling Islam



Oleh:

Tania Salsabila Triandani

NIM: 212103030045

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
MEI 2025**

PENGARUH KEGIATAN *HAPPY SHOPPING* TERHADAP *SELF ESTEEM* ANAK DI LEMBAGA KESEJAHTERAAN SOSIAL ANAK (LKSA) DINAS SOSIAL P3AKB KABUPATEN BONDOWOSO

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Bimbingan Konseling Islam

Oleh:

Tania Salsabila Triandani

NIM: 212103030045

Disetujui Pembimbing


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Ihyak Mustofa, S.S., M.Li
NIP. 199403032022031004

PENGARUH KEGIATAN *HAPPY SHOPPING* TERHADAP *SELF ESTEEM* ANAK DI LEMBAGA KESEJAHTERAAN SOSIAL ANAK (LKSA) DINAS SOSIAL P3AKB KABUPATEN BONDOWOSO

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Fakultas Dakwah
Program Studi Bimbingan Konseling Islam

Hari: Senin
Tanggal : 30 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua



David Ilham Yusuf, M.Pd.I.
NIP.198507062019031007

Sekretaris



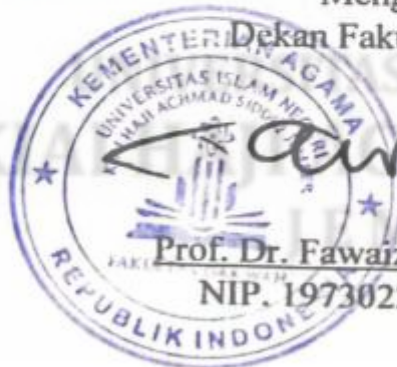
Muhammad Ridwan Arif, M.Pd.
NIP. 198611192020121004

Anggota:

1. Dr. Suryadi, M.A.
2. Ihyak Mustofa, S.S., M.Li.

()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.
NIP. 197302272000031001

MOTTO

وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ وَكِيلًا ﴿٣﴾

“Bertawakallah kepada Allah. Cukuplah Allah sebagai pemelihara”¹

(Q.S. Al-Ahzab : 3)



¹ Nahdlatul Ulama', "Al-Ahzab: 3", <https://quran.nu.or.id/al-ahzab/3>.

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang telah memberika kekuatan, kesabaran, serta kemudahan dalam penyelesaian tugas akhir ini. Dengan penuh ketulusan dan rasa hormat, karya ini dipersembahkan kepada:

1. Ibu tercinta, yakni Mistija yang merupakan sosok paling berharga dalam kehidupan penulis. Melalui do'a yang tiada henti, pengorbanan yang tidak terhitung, serta kasih sayang yang tulus dan tak tergantikan, beliau telah menjadi sumber inspirasi dan kekuatan utama. Tidak ada ungkapan yang mampu menggambarkan secara utuh besarnya jasa dan cinta yang telah diberikan.
2. Almarhum Ayah, Bambang Sutrisno yang meskipun telah tiada, namun nilai-nilai kehidupan, semangat dan teladan yang diwariskan tetap hidup dan menjadi bagian dalam setiap langkah perjuangan penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan ampunan dan menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya.
3. Para guru dan masyayikh, yang telah membimbing dengan keihlasan, mencurahkan ilmu pengetahuan dan memberikan keteladanan dalam sikap maupun pemikiran. Peran mereka sangat berarti dalam membentuk karakter, wawasan dan komitmen penulis terhadap nilai-nilai keilmuan dan integritas akademik.

4. Keluarga besar, yang senantiasa memberikan dukungan moril dan spiritual dalam setiap proses kehidupan penulis. Kebersamaan, perhatian dan semangat yang diberikan telah menjadi penguat dalam menghadapi berbagai tantangan dan dinamika perjalanan akademik ini.
5. Sahabat-sahabat dan seluruh pihak yang telah hadir dan berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses perjalanan hidup dan penusunan tugas akhir ini. Kehadiran mereka memberi makna, motivasi dan pelajaran berharga yang memperkaya pengalaman penulis

Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi ungkapan syukur serta kontribusi kecil dalam khazanah keilmuan. Semoga memberikan manfaat bagi pembaca dan amal jariyah yang terus mengalir. Aamiin.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, segala sesuatu menjadi mungkin, yang telah memberikan hidayah taufiq dan kekuatan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam tetap tercurah kepada revolusioner sejati, Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa peradaban jahiliyah menuju peradaban ilmu pengetahuan dengan penuh berkah seperti saat ini. Penyusunan karya ilmiah ini tidak lepas dari keterlibatan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik berupa motivasi, dorongan maupun inspirasi. Sebagai penghargaan, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak David Ilham Yusuf M.Pd.I. selaku Ketua Program Studi Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
4. Bapak Ihyak Mustofa, S.S., M. Li. selaku Pembimbing saya yang telah mengorbankan banyak waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan dan arahan serta memberikan banyak inspirasi dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar dan staf Fakultas Dakwah dengan tulus Ikhlas memberikan ilmu dan wawasan kepada saya.

6. Kepala Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso beserta seluruh staff dan jajarannya yang telah memberikan arahan selama penelitian.
7. Segenap Ketua Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) di bawah naungan Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso yang telah bersedia memberikan kesempatan dan waktu untuk melakukan penelitian kepada anak-anak asuhannya.

Jember, 27 Mei 2025

Penulis



ABSTRAK

Tania Salsabila Triandani, 2025: *Pengaruh Kegiatan Happy shopping Terhadap Self esteem Anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso Program Studi Bimbingan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam Penyusunan Skripsi*

Kata kunci : *happy shopping, self esteem, anak yatim piatu*

Anak yatim piatu merupakan kelompok yang rentan mengalami berbagai permasalahan psikososial, terutama dalam aspek harga diri atau *self esteem*. Kehilangan figur orang tua menyebabkan mereka kekurangan dukungan emosional, rasa aman, serta kepercayaan diri dalam membangun relasi sosial. Sebagai upaya penguatan psikologis, Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso melaksanakan program *happy shopping*, yaitu kegiatan berbelanja yang dirancang secara menyenangkan untuk memberikan pengalaman positif kepada anak-anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA). Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi salah satu intervensi yang berpotensi mendukung perkembangan *self esteem* anak.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah kegiatan *happy shopping* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso? 2) Bagaimana hubungan antara kegiatan *happy shopping* dengan *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengidentifikasi apakah kegiatan *happy shopping* memiliki pengaruh signifikan terhadap *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso. 2) Menganalisis hubungan antara intensitas dan frekuensi kegiatan *happy shopping* dengan perubahan *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Populasi penelitian berjumlah 25 anak yatim/piatu/yatim piatu dari enam LKSA yang dijadikan sampel secara keseluruhan (sampling jenuh). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kegiatan *Happy Shopping* dan skala *Self Esteem* Rosenberg (RSES), didukung oleh observasi dan wawancara. Data dianalisis dengan uji regresi linier sederhana dan korelasi Pearson menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan *Happy Shopping* terhadap *self esteem* anak yatim piatu, dengan nilai signifikansi 0,796 ($p > 0,05$) dan nilai korelasi Pearson sebesar -0,055. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kegiatan tersebut menyenangkan dan bermanfaat, belum cukup kuat untuk meningkatkan *self esteem* secara langsung. Kesimpulan ini sejalan dengan teori Maslow dan Rosenberg yang menyatakan bahwa pembentukan *self esteem* merupakan proses jangka panjang dan kompleks, yang tidak dapat dibentuk hanya melalui pengalaman sesaat.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	ixiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
F. Definisi Operasional.....	12
G. Asumsi Penelitian.....	14
H. Hipotesis.....	15
I. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori	27
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel	38
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	40
D. Analisis Data	42
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	46
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46

B. Penyajian Data	49
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	52
D. Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	70

Lampiran-lampiran

- Lampiran 1: Matrik Penelitian
- Lampiran 2: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 3: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4: Instrumen Penelitian
- Lampiran 5: Blueprint
- Lampiran 6: Rekapitulasi Hasil Pengisian Kuesioner
- Lampiran 7: Tabulasi Data
- Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 9: Biodata

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Penelitian	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Penelitian	
Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Penelitian	
Berdasarkan Umur	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Happy Shopping	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Skala Self Esteem	54
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Happy Shopping	55
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Self Esteem	55
Tabel 4.7 Uji Normalitas	55
Tabel 4.8 Uji Linieritas	57
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Sederhana	60
Tabel 4.11 Uji Korelasi Pearson	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hierarki Kebutuhan Maslow	32
Diagram 4.1 Persentase Jenis Kelamin	49
Diagram 4.2 Persentase Umur	51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Anak yatim piatu merupakan salah satu kelompok rentan dalam masyarakat kita. Mereka kerap kali menghadapi berbagai tantangan emosional, sosial dan ekonomi yang dapat mempengaruhi pembentukan karakter mereka. Kehilangan orang tua dapat memberikan dampak psikologis yang signifikan, dimana mengakibatkan perasaan kehilangan, kurangnya rasa percaya diri, dan kesulitan dalam membentuk hubungan interpersonal yang sehat, hingga keberfungsian sosial.² Selain itu, anak-anak yatim juga mungkin menghadapi tekanan ekonomi yang cukup berat, kurangnya akses terhadap pendidikan yang berkualitas, serta kurangnya perhatian dan dukungan yang diperlukan untuk pertumbuhan emosional dan moral mereka. Kondisi ini dapat menjadi hambatan bagi pembentukan karakter yang kuat dan positif pada masa dewasa mereka.

Kegiatan belanja atau *shopping* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya sebagai kebutuhan dasar tetapi juga sebagai bentuk hiburan dan ekspresi diri. Bagi anak-anak, terutama anak yatim piatu, pengalaman positif dalam kegiatan ini dapat berkontribusi pada perkembangan

² Ineke Putri Dwi and Ade Pratiwi, "Harga Diri, Dukungan Sosial, Dan Resiliensi Pada Remaja Yatim/Dan Piatu," *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024): 688–97, <https://idm.or.id/JSER/index>.

psikologis mereka, termasuk *self esteem* (harga diri). *Self esteem* merupakan elemen penting dalam pembentukan identitas dan kepribadian anak, yang dapat mempengaruhi interaksi sosial dan kesehatan mental mereka di masa depan.

Kehilangan orang tua dapat menyebabkan perasaan kesepian, rendah diri, dan kurangnya dukungan emosional. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa anak-anak yang mengalami kehilangan orang tua cenderung memiliki *self esteem* yang relatif rendah dan rentan terhadap permasalahan kesehatan mental.³ Oleh karena itu, penting untuk mencari intervensi yang dapat membantu meningkatkan *self esteem* mereka, salah satunya melalui kegiatan yang menyenangkan seperti *happy shopping*.

Kegiatan *happy shopping* yang diselenggarakan oleh Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso dirancang untuk memberikan pengalaman positif bagi anak-anak yatim piatu. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material, tetapi juga untuk memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk merasakan kebahagiaan dan meningkatkan rasa percaya diri mereka. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengalaman positif, termasuk kegiatan sosial dan rekreasi, dapat berkontribusi pada peningkatan *self esteem* anak.⁴

³ Ria Audina and Ferra Puspito Sari, “*Self esteem* Pada Remaja Di UPT Rumah Pengasuhan Anak Wiloso Projo Kota Yogyakarta,” *Jurnal Hawa : Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak* 6, no. 1 (2023): 88, <https://doi.org/10.29300/hawapsga.v6i1.2580>.

⁴ Ulwan Syafrudin, “Penguatan Self-Esteem Anak Panti Asuhan Melalui COREL (Cinta, Olahraga, Rekreasi, Edukasi Dan Literasi),” *Jurnal Sumbangsih* 1, no. 1 (2020): 35–43, <https://doi.org/10.23960/jsh.v1i1.7>.

Berdasarkan perspektif teori *self-determination* dikemukakan bahwa kebahagiaan dan motivasi intrinsik seseorang dapat tumbuh ketika tiga kebutuhan dasar psikologis terpenuhi, yaitu autonomi (kebebasan memilih), kompetensi (merasa mampu), dan relasi (hubungan sosial yang positif).⁵ Kegiatan *happy shopping* memungkinkan anak-anak untuk memilih sendiri barang-barang yang mereka inginkan, yang secara tidak langsung memenuhi kebutuhan akan *autonomi*. Ketika anak merasa mampu membuat keputusan sendiri dalam aktivitas tersebut, maka akan muncul rasa *kompeten* yang memperkuat kepercayaan diri mereka. Interaksi dengan pendamping, teman sebaya, dan suasana yang penuh dukungan juga mendukung pemenuhan kebutuhan akan *relasi*. Ketiga komponen ini secara sinergis dapat meningkatkan motivasi intrinsik dan *self-esteem* anak.

Selain itu, jika dilihat melalui lensa teori hierarki kebutuhan maslow, *happy shopping* dapat memenuhi kebutuhan anak pada dua hingga tiga tingkat dalam hierarki pertama, kebutuhan fisiologis dan keamanan terpenuhi melalui pemberian barang-barang yang mereka butuhkan. Kedua, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki terjawab lewat perhatian dan kebersamaan dalam kegiatan sosial. Ketiga, *esteem needs* atau kebutuhan untuk dihargai dan dihormati mulai terpenuhi saat anak diberi kesempatan memilih dan dilibatkan secara aktif dalam kegiatan tersebut. Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ini

⁵ Marlina Siregar, Hidayatul Majidah, Riana Sitio, dan Tetty Rahmiati Harahap, "The Role of Autonomy, Competence and Relatedness in Efforts to Increase Student Involvement in Face-to-Face Learning Post-COVID 19; Perspective of Self Determination Theory," *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation* 2, no. 4 (2022): 491–497.

berkontribusi langsung terhadap peningkatan harga diri (self-esteem) dan perkembangan psikologis anak yang lebih sehat.⁶

Dasar hukum untuk melindungi anak-anak di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Dimana pada pasal 20 dari undang-undang tersebut menyatakan bahwa negara, pemerintah, masyarakat, keluarga dan orang tua memiliki tanggung jawab dan kewajiban terhadap pelaksanaan perlindungan anak.⁷ Kesejahteraan pada anak adalah keadaan hidup dan penghidupan terhadap kondisi pertumbuhan juga perkembangan mereka secara menyeluruh, baik secara spiritual, fisik, maupun sosial. Adapun upaya untuk mencapai kesejahteraan anak merupakan bagian dari usaha kesejahteraan sosial yang bertujuan untuk memastikan kebutuhan anak-anak terpenuhi. Tanggung jawab untuk membantu anak-anak yang mengalami masalah tentu diemban oleh pemerintah dan masyarakat melalui berbagai lembaga sosial.⁸

Hal tersebut juga diperkuat dengan ayat Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 177, yang berbunyi :

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ

⁶ Azmia Aulia Rahmi, Rina Hizriyani, dan Cucu Sopiah, "Analisis Teori Hierarki of Needs Abraham Maslow Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini," *Aulad: Journal on Early Childhood* 5, no. 3 (2022): 320–328.

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002

⁸ S Ilmu et al., "Implementasi Program Kesejahteraan Sosial Anak (PKSA) Dalam Upaya Pemenuhan Kesejahteraan Anak Jalanan (Studi Padasuku Dinas Sosial Jakarta Timur)," 2010, 1– 14.

وَفِي الرَّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُؤْتُونَ بِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ
وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya : "Bukanlah menghadapkan wajahmu ke timur dan ke barat itu suatu kebajikan, tetapi kebajikan yang sebenarnya adalah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi, serta memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir, dan orang yang meminta-minta; dan memerdekakan hamba sahaya; dan mendirikan shalat serta menunaikan zakat; dan orang yang memenuhi janjinya apabila ia berjanji; dan orang yang sabar dalam kesulitan dan penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa."⁹ (Q.S. Al-Baqarah: 177).

Ayat tersebut menekankan pentingnya memberikan perhatian dan bantuan kepada anak yatim. Kegiatan yang menyenangkan seperti *happy shopping* dapat dianggap sebagai bentuk perhatian dan kasih sayang yang dapat meningkatkan *self esteem* pada anak yatim piatu.

Meskipun kegiatan *happy shopping* memiliki potensi untuk meningkatkan *self-esteem*, masih terdapat kekurangan dalam penelitian yang mengkaji secara kuantitatif pengaruh kegiatan tersebut terhadap anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA). Sehingga penulis bermaksud untuk mengisi kekurangan tersebut dengan menganalisis pengaruh kegiatan *happy shopping* terhadap *self esteem* anak yang mengikuti kegiatan tersebut. Dengan menggunakan metode kuantitatif, diharapkan dapat memperoleh data yang valid dan reliabel mengenai hubungan antara kedua variabel tersebut.

Adapun penelitian ini merupakan salah satu yang pertama kali menginvestigasi pengaruh kegiatan *Happy shopping* terhadap *self esteem*

⁹ Nahdlatul Ulama', "Al-Baqarah: 177", <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/177>

anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA). Menggunakan pendekatan yang unik dengan menggabungkan kegiatan belanja dan pengembangan *self esteem*. Serta menawarkan perspektif baru tentang peran kegiatan rekreasional dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis anak.

Maka melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program-program yang lebih efektif dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis anak yatim piatu. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak terkait dalam merancang kegiatan yang lebih bermanfaat bagi anak-anak yang membutuhkan, sehingga mereka dapat tumbuh dengan *self esteem* yang lebih baik dan siap menghadapi tantangan hidup di masa depan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kegiatan *happy shopping* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana hubungan antara kegiatan *happy shopping* dengan *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinsos P3AKB Kabupaten Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi apakah kegiatan *happy shopping* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3KB Kabupaten Bondowoso.

2. Menganalisis hubungan antara intensitas dan frekuensi kegiatan *happy shopping* dengan perubahan *self esteem* anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3KB Kabupaten.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua yakni secara teoritis dan praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan tentang indikator-indikator dari *self esteem* pada anak, khususnya pada anak yatim piatu. Selain itu juga dapat menguji dan memperkuat teori-teori yang relevan, seperti teori *self esteem* (Rosenberg), teori hierarki kebutuhan (Maslow), dan teori anak yatim piatu. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor spesifik dalam program *Happy shopping* yang berpengaruh terhadap *self esteem* anak yatim piatu. Hal ini penting untuk pengembangan program intervensi yang lebih efektif di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Anak Yatim Piatu, program ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri anak yatim piatu yang sangat penting untuk perkembangan sosial, emosional, dan akademik mereka. Kemudian juga dapat melatih dan meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan anak, yang merupakan keterampilan penting dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuan ini akan membantu mereka dalam membuat pilihan yang tepat dan juga bertanggung jawab atas

konsekuensinya. Selain itu dengan meningkatnya kepercayaan diri dan kemampuan pengambilan keputusan, diharapkan kesejahteraan psikologis anak yatim piatu juga meningkat. Mereka akan merasa lebih berdaya, mandiri, dan optimis dalam menghadapi masa depan.

- b. Bagi Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso, penelitian ini dapat memberikan evaluasi yang komprehensif mengenai program *Happy shopping*. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang, sehingga lebih tepat sasaran dan memberikan dampak yang lebih signifikan. Hasil penelitian nantinya dapat menjadi dasar bagi pengambilan kebijakan terkait program-program pemberdayaan anak yatim piatu. Informasi yang diperoleh dapat membantu Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso dalam merancang program-program yang lebih efektif dan efisien. Selain itu penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan yang diberikan oleh Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso kepada anak-anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA). Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku dan psikologis anak yatim piatu, Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso dapat memberikan layanan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan anak.
- c. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang pentingnya dukungan dan pemberdayaan bagi anak yatim piatu. Hal ini dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam

memberikan kontribusi positif bagi perkembangan anak-anak tersebut. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemberdayaan anak yatim piatu dan pengembangan program intervensi.

E. Ruang Lingkup Penelitian

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat, nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁰ Berdasarkan judul penelitian yang dipilih yaitu “Pengaruh Kegiatan *Happy shopping* Terhadap *Self esteem* Anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso” maka penulis menggolongkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Adapun variabel yang dimaksud dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Variabel Independen / Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel variabel stimulus, prediktor,

¹⁰ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ke-24 (Bandung: CV Alfabeta, 2016).

antecedent. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kegiatan *happy shopping* (X).

2. Variabel Dependen / Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah *self esteem* (Y).

b. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar membuat butir atau item pertanyaan dalam kuesioner. Alat ukur variabel yang berfungsi mendeteksi secara penuh dari variabel yang diukur. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Indikator dari Variabel Kegiatan *Happy shopping*

- a) Intensitas kegiatan
- b) Durasi kegiatan
- c) Jenis kegiatan (pemilihan barang)

2. Indikator dari Variabel *Self esteem*

- a) Percaya diri

b) Harga diri

c) Kesadaran diri

Tabel 1.1
Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Deskripsi Indikator
<i>Happy Shopping</i> (X)	Kegiatan berbelanja yang dilakukan dengan perasaan senang dan gembira, yang dapat melibatkan pembelian barang-barang yang diinginkan atau disukai.	Intensitas kegiatan	Seberapa sering individu melakukan kegiatan berbelanja dengan perasaan senang.
		Durasi kegiatan	Lama waktu yang dihabiskan individu dalam kegiatan berbelanja yang menyenangkan.
		Jenis kegiatan (pemilihan barang)	Variasi dan jenis barang yang dibeli saat berbelanja untuk kesenangan pribadi.
<i>Self esteem</i> (Y)	Evaluasi subjektif individu terhadap diri sendiri, yang mencakup perasaan berharga, mampu, dan positif terhadap diri sendiri.	Percaya diri	Tingkat kepercayaan individu terhadap kemampuannya sendiri.
		Harga diri	Perasaan individu bahwa dirinya berharga dan pantas dihargai.
		Kesadaran diri	Tingkat pemahaman dan penerimaan individu terhadap kekuatan dan kelemahan dirinya.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional tidak seperti definisi dalam pengertian yang terlihat dalam teori buku, melainkan menekankan pada sesuatu yang dapat di jadikan alat ukur atau indikator. Sehingga mudah untuk mengukur sesuatu yang abstrak. Definisi operasional dari variabel disini adalah:

1. Kegiatan *Happy shopping* (X)

Kegiatan *happy shopping* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai aktivitas berbelanja yang dilakukan anak-anak dalam suasana yang menyenangkan, di mana mereka diberi kesempatan untuk memilih barang sesuai keinginan sendiri. Berdasarkan teori *Self Determination* yang dikemukakan oleh Deci dan Ryan, kegiatan ini dipandang sebagai sarana pemenuhan tiga kebutuhan psikologis dasar: *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*¹¹. Kegiatan *happy shopping* memenuhi aspek *autonomy* karena anak diberi kebebasan dalam menentukan barang yang ingin dibeli, yang menumbuhkan rasa memiliki kontrol terhadap pilihan pribadi. Aspek *competence* terpenuhi ketika anak merasa mampu dalam mengambil keputusan dan mengelola pilihan mereka selama berbelanja. Sementara itu, aspek *relatedness* tercapai melalui interaksi sosial yang hangat dan suportif selama kegiatan berlangsung, baik dengan pendamping maupun teman sebaya. Oleh karena itu, secara operasional, kegiatan *happy shopping* dalam penelitian ini

¹¹ Astuti, Widi, Dwi Iramadhani, Yara Andita Anastasya, and Nurul Afni Sinaga. "Program Pelatihan Building Self Determination Sebagai Upaya Peningkatan Motivasi Pengajaran Anak Berkebutuhan Khusus Pada Guru SDLB di Lhokseumawe." *Gotong Royong: Jurnal Pengabdian, Pemberdayaan Dan Penyuluhan Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2024): 39-44.

diukur melalui intensitas pelibatan anak, tingkat kemandirian dalam memilih barang, serta pengalaman emosional yang menyenangkan selama proses belanja, yang seluruhnya mencerminkan pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Adapun pengukuran variabel ini dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert empat poin.

2. *Self esteem* (Y)

Self esteem atau harga diri didefinisikan sebagai evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang mencakup perasaan percaya diri, berharga, dan mampu. *Self esteem* menjadi indikator penting dalam perkembangan psikologis anak, terutama bagi anak yatim piatu yang cenderung memiliki kerentanan emosional. Dalam penelitian ini, *self esteem* diukur melalui tiga indikator, yaitu: percaya diri (keyakinan anak terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan), harga diri (perasaan bahwa dirinya berharga dan layak dihargai), serta kesadaran diri (penerimaan anak terhadap kekuatan dan kelemahan dirinya sendiri). Instrumen yang digunakan untuk mengukur *self esteem* adalah Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) yang telah disesuaikan konteks dan validitasnya. Keseluruhan pengukuran dirancang untuk mendapatkan gambaran yang objektif mengenai sejauh mana kegiatan happy shopping berpengaruh terhadap *self esteem* anak di LKSA.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

G. Asumsi Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada sejumlah asumsi yang mendasari analisis dan interpretasi hasil. Asumsi umum yang melandasi penelitian ini adalah bahwa anak-anak yang tinggal di LKSA memiliki kebutuhan emosional dan psikologis yang memerlukan perhatian khusus, dan kegiatan *Happy shopping* diyakini mampu memenuhi sebagian dari kebutuhan tersebut. Selain itu, *self-esteem* anak dianggap dipengaruhi oleh interaksi sosial dan lingkungan sekitar mereka.

Terkait variabel yang diteliti, variabel independen dalam penelitian ini adalah kegiatan *Happy shopping*, sementara variabel dependen adalah *self-esteem* anak. Adapun variabel moderator yang turut dipertimbangkan meliputi usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi anak-anak yang berpartisipasi. Penelitian ini juga mengasumsikan adanya hubungan positif antara kegiatan *Happy shopping* dan peningkatan *self-esteem* anak. Semakin tinggi intensitas dan frekuensi keterlibatan anak dalam kegiatan tersebut, diharapkan semakin besar pula pengaruh positif terhadap tingkat *self-esteem* mereka.

Namun, terdapat beberapa keterbatasan dalam asumsi yang perlu dicermati. Faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi hasil penelitian tidak sepenuhnya dapat dikontrol. Selain itu, jumlah partisipan dalam penelitian ini relatif sedikit dan memiliki latar belakang yang beragam, yang bisa memengaruhi generalisasi hasil. Terakhir, keterbatasan waktu dan frekuensi kegiatan juga menjadi faktor yang perlu diperhitungkan dalam menganalisis dampak kegiatan *Happy shopping* terhadap *self-esteem* anak.

H. Hipotesis

Hipotesis utama dari penelitian ini menyatakan bahwa kegiatan *Happy shopping* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan *self-esteem* anak. Lebih lanjut, hipotesis spesifik menyatakan bahwa semakin tinggi intensitas dan frekuensi keterlibatan anak dalam kegiatan *Happy shopping*, maka semakin besar pula peningkatan *self-esteem* yang dialami oleh anak-anak tersebut.

Secara statistik, hipotesis ini diuji melalui dua pernyataan: hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa $\beta = 0$, yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan kegiatan *Happy shopping* terhadap *self-esteem* anak, dan hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan bahwa $\beta \neq 0$, yakni terdapat pengaruh signifikan kegiatan *Happy shopping* terhadap *self-esteem*.

Jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dua kategori. Pertama, hipotesis kausal, yang berfokus pada hubungan sebab-akibat antara kegiatan *Happy shopping* dan peningkatan *self-esteem* anak. Kedua, hipotesis korelasional, yang mengkaji hubungan antara intensitas dan frekuensi kegiatan *Happy shopping* dengan perubahan tingkat *self-esteem*. Dalam analisis ini, simbol β digunakan untuk menyatakan koefisien regresi yang merepresentasikan pengaruh kegiatan tersebut terhadap *self-esteem*, sementara H_0 dan H_1 masing-masing mewakili hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

I. Sistematika Pembahasan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab I menerangkan latar belakang, rumusan masalah yang disusun, tujuan dari dilaksanakannya penelitian, manfaat yang diperoleh melalui penelitian ini, ruang lingkup dalam penelitian, definisi operasional yang sering dipakai oleh peneliti, asumsi atas penelitian, hipotesis sebelum mencapai hasil penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II menerangkan hasil penelitian terdahulu yang dijadikan landasan dan pemaparan materi yang digunakan sebagai acuan. Kemudian diikuti oleh kajian teori sebagai kerangka konseptual dan teoritis yang kuat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan pemaparan secara gamblang serta rinci tentang metode penelitian yang dipakai peneliti, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, populasi serta sampel, teknik serta instrumen pengumpulan data, dan juga analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab IV menjelaskan tentang gambaran objek dari penelitian yang dilakukan, kemudian penyajian data, hasil analisis serta pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

V PENUTUP

Bab V menerangkan kesimpulan beserta saran-saran menurut hasil riset yang telah dilaksanakan.¹²



¹² Tim Penyusun UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbedaan atau perbandingan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas dalam mengerjakan penelitian. Penelitian terdahulu juga dibuat untuk menjadi salah satu referensi peneliti untuk mengetahui teori-teori yang belum diketahui, sehingga dapat mempermudah dalam melakukan proses penelitian. Dengan tujuan untuk membandingkan dengan tema yang peneliti angkat pada penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang peneliti buat terkait dengan penelitian tersebut yang diambil dari beberapa jurnal yang ada.

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Ineke Putri Dwi Ade Pratiwi (2024) yang berjudul “Harga Diri, Dukungan Sosial, Dan Resiliensi Pada Remaja Yatim/Dan Piatu”.¹³ Penelitian ini mengkaji hubungan antara harga diri, dukungan sosial, dan resiliensi pada remaja yatim dan piatu. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling, di mana partisipan yang terlibat adalah remaja yang berstatus yatim atau piatu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diadaptasi dari skala yang relevan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga diri dan dukungan sosial terhadap resiliensi, dengan nilai R square

¹³ Dwi and Pratiwi, “Harga Diri, Dukungan Sosial, Dan Resiliensi Pada Remaja Yatim/Dan Piatu.”

sebesar 0.730 ($p < 0.05$). Penelitian ini menyoroti bahwa dukungan sosial berperan lebih dominan dibandingkan harga diri dalam meningkatkan resiliensi di kalangan remaja yang kehilangan orang tua. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah mengkaji kegiatan sosial yang berkaitan dengan *self esteem* pada anak yatim piatu.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Hafizhah Al Husna dan rekan (2022) yang berjudul “Hubungan Antara *Self esteem* Dan *Self Confidence* Remaja Panti Asuhan”.¹⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara harga diri dan *self-confidence* remaja di panti asuhan. Menggunakan metode sensus, penelitian ini melibatkan seluruh populasi remaja yang tinggal di panti asuhan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat harga diri dan kepercayaan diri.

Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara harga diri dan *self-confidence*, yang berarti semakin tinggi harga diri seorang remaja, semakin besar pula kepercayaan dirinya. Temuan ini menunjukkan pentingnya intervensi yang dapat meningkatkan harga diri untuk mendukung perkembangan psikologis remaja di panti asuhan. Persamaan dari penelitian ini adalah mengkaji korelasi *self esteem* pada anak yatim piatu melalui metode penelitian kuantitatif dengan teknik sampling jenuh.

¹⁴ Hafizhah Al Husna, “Hubungan Antara Self-Esteem Dan Self-Confidence Remaja Panti Asuhan Di Kecamatan Lima Kaum,” *Jurnal Consulenza : Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi* 5, no. 1 (2022): 12–22, <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v5i1.1271>.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Syafrudin dan rekan (2020) yang berjudul “Penguatan *Selfesteem* Anak Panti Asuhan Melalui COREL (Cinta, Olahraga, Rekreasi, Edukasi Dan Literasi)”.¹⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode tindakan untuk mengevaluasi efektivitas program COREL, yang dirancang untuk meningkatkan harga diri anak-anak di panti asuhan. Program ini berfokus pada pengembangan keterampilan sosial dan emosional. Metode pengumpulan data meliputi observasi dan wawancara dengan peserta sebelum dan sesudah program.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program COREL (Cinta, Olahraga, Rekreasi, Edukasi Dan Literasi) berhasil meningkatkan harga diri anak-anak secara signifikan, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang diri sendiri dan lingkungan sosial. Penelitian ini menekankan perlunya program-program serupa untuk mendukung pengembangan anak-anak di panti asuhan. Persamaan dari penelitian ini ialah adanya evaluasi terhadap kegiatan sosial yang mempengaruhi *self esteem* anak yatim piatu.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Citra Ayu Salma Fuaida (2022) yang berjudul “Pengaruh *Self Talk* Terhadap Peningkatan Harga Diri Pada Remaja Panti Asuhan Yatim dan Dhuafa Muhammadiyah di Kecamatan Gombang”.¹⁶ Penelitian ini menyelidiki dampak *self-talk* terhadap peningkatan harga diri pada kalangan remaja yang tinggal di panti asuhan Muhammadiyah di

¹⁵ Syafrudin, “Penguatan Self-Esteem Anak Panti Asuhan Melalui COREL (Cinta, Olahraga, Rekreasi, Edukasi, Dan Literasi).”

¹⁶ Salma Ayu Citra Fuaida, “Pengaruh Self Talk Terhadap Peningkatan Harga Diri Pada Remaja Panti Asuhan Yatim Dhuafa Muhammadiyah Di Kecamatan Gombang”, 2022.

Gombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan yang terstruktur untuk membantu klien dalam mengidentifikasi dan mengatasi *self-talk* negatif. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif *quasi-eksperiment* dengan *one group pretest posttest design*. Studi ini menyoroti bahwa harga diri dipengaruhi oleh persepsi diri positif dan negatif, dengan harga diri yang rendah sering dikaitkan dengan evaluasi negatif terhadap diri sendiri. Persamaan dari penelitian ini terletak pada *self esteem* sebagai variabel terikat dan penelitian kuantitatif sebagai metodologi penelitian yang digunakan.

Kelima, jurnal yang ditulis oleh Muhamad Faris Almuzaki Susanto (2021) yang berjudul “Pendampingan Psikologis Berupa Konseling dan Kegiatan Terencana Pada Anak-Anak Penghuni Yayasan Anak Shaleh Dalam Upaya Meningkatkan *Self esteem* ”.¹⁷ Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan metode campuran, yang mencakup teknik pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui pengambilan sampel sukarela, dengan fokus pada partisipasi aktif 36 anak dari yayasan. Teknik pengumpulan data termasuk wawancara, pengamatan, dan pemantauan perilaku yang selaras dengan indikator harga diri. Penelitian ini berfokus pada dukungan psikologis yang diberikan melalui konseling dan kegiatan terstruktur untuk meningkatkan harga diri anak-anak yang tinggal di

¹⁷ Muhammad Faris Almuzaki Susanto, “Pendampingan Psikologis Berupa Konseling Dan Kegiatan Terencana Pada Anak-Anak Penghuni Yayasan Anak Shaleh Dalam Upaya Meningkatkan *Self esteem* ”, *Proceedings* 1, no. 74 (2021): 146–55.

Yayasan Anak Shaleh. Persamaan dari penelitian ini adalah mengkaji tentang *self esteem* pada anak yang tinggal di lembaga kesejahteraan sosial anak.

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Hanggari Deasy (2020) dan rekan yang berjudul “Pelatihan Berfikir Positif untuk Meningkatkan *Self esteem* pada Remaja Yatim Piatu di Yogyakarta”.¹⁸ Penelitian ini menyelidiki efektivitas pelatihan berpikir positif terhadap harga diri anak yatim remaja di Yogyakarta, melibatkan 12 peserta yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok eksperimental dan kontrol. Sehingga metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain kelompok kontrol pra-pasca untuk menilai efektivitas pelatihan berpikir positif pada harga diri remaja di panti asuhan. Pengumpulan data menggunakan *Coopersmith Self esteem Inventory* (CSEI), yang diadaptasi dan dimodifikasi menjadi skala Likert untuk pengukuran.

Hasil menunjukkan peningkatan harga diri yang signifikan dalam kelompok eksperimen setelah pelatihan, dengan tes Wilcoxon menunjukkan $p = 0,027$. Namun, tidak ada perbedaan signifikan yang ditemukan antara kelompok eksperimen dan kontrol pasca-pelatihan, menunjukkan bahwa faktor eksternal mungkin telah mempengaruhi hasil. Persamaan dari penelitian ini terletak pada variabel terikatnya yaitu *self esteem*. Serta metodologi penelitian yang digunakan berupa penelitian kuantitatif.

¹⁸ Hanggari Deasy, Kamsih Astuti, and Kondang Budiyan, “Pelatihan Berfikir Positif Untuk Meningkatkan Self-Esteem Pada Remaja Yatim Piatu Di Yogyakarta,” *Jurnal Psikologi* 16, no. 2 (2020): 1–7.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneiti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian
1	Ineke Putri Dwi Ade Pratiwi (2024) Universitas Gunadarma	Harga Diri, Dukungan Sosial, Dan Resiliensi Pada Remaja Yatim/Dan Piatu	- Kuantitatif - Purposive Sampling - Connor-Davidson Resilience Scale (Cd-Risc) - Rosenberg <i>Self esteem</i> Scale (Rses) - Multidime	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga diri dan dukungan sosial terhadap resiliensi sebesar 0.730 ($p < 0.05$). Penelitian ini menunjukkan	Dukungan sosial yang diteliti lebih spesifik pada satu kegiatan/program. Selain itu digunakan metode korelasional dengan kuesioner kegiatan <i>happy shopping</i>
2	Hafizhah Al Husna , Ardime n, Sisraze ni, Sri Putri Rahayu Z (2022) IAIN	Hubungan Antara <i>Self esteem</i> Dan Self Confidence Remaja Panti Asuhan	- Kuantitatif - Sampling Jenuh (sampel sensus) - Skala likert	Hasil penelitian ini mengungkapkann bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara <i>self esteem</i> dan <i>self- confidence</i> di kalangan remaja panti asuhan. Ini	Instrumen pengukuran yang digunakan adalah kuesioner kegiatan <i>happy shopping</i> (KHSS), skala <i>self esteem</i> Rosenberg (RSES), wawancara dan observasi.

				dengan munculnya indikator indikator yang sebelumnya tidak atau jarang muncul menjadi lebih sering muncul	
6	Hanggari Deasy, Kamsih Astuti, Kondang Budiyan (2020) Universitas Mercu Buana	Pelatihan Berfikir Positif untuk Meningkatkan <i>Self esteem</i> pada Remaja Yatim Piatu di Yogyakarta	- Penelitian kuantitatif - eksperimen pretest-posttest control group design - random sampling	hasil penelitian mengindikasikan bahwa pelatihan berpikir positif efektif dalam meningkatkan harga diri remaja di panti asuhan, walaupun	Teori <i>self esteem</i> Rosenberg Desain penelitian korelasional Sampling jenuh Instrumen t yang digunakan adalah skala <i>self esteem</i>

Keenam penelitian terdahulu memiliki perbedaan yang menonjol dari segi fokus kajian, pendekatan metodologis, desain penelitian, serta jenis intervensi atau variabel yang digunakan. Penelitian oleh Ineke Putri Dwi Ade Pratiwi (2024) berbeda karena menekankan pada variabel resiliensi sebagai variabel dependen, dengan meneliti pengaruh harga diri dan dukungan sosial, serta menggunakan instrumen yang mengukur secara spesifik aspek resiliensi dan dukungan sosial dalam konteks kegiatan tertentu. Sementara itu, penelitian Hafizhah Al Husna dkk. (2022) menambahkan variabel *self confidence* dengan menggunakan kombinasi kuesioner, observasi, dan wawancara, yang

membedakannya dari penelitian lain yang hanya menggunakan instrumen kuantitatif.

Penelitian Ulwan Syafrudin dkk. (2020) memiliki perbedaan mencolok karena menggunakan pendekatan penelitian tindakan melalui program intervensi COREL, sebuah program edukatif dan rekreasional, tidak hanya sebatas pengukuran hubungan antar variabel. Sedangkan Citra Ayu Salma Fuaida (2022) menggunakan metode quasi eksperimen dengan intervensi berupa terapi *self talk*, sehingga berfokus pada pendekatan psikologis individual, bukan kegiatan sosial kolektif. Muhamad Faris Almuzaki Susanto (2021) menonjol karena menggunakan pendekatan campuran (*mixed method*) dengan kegiatan pendampingan psikologis secara langsung dan terstruktur, serta mengamati perubahan indikator *self esteem* secara lebih kualitatif.

Adapun penelitian Hanggari Deasy dkk. (2020) menggunakan desain eksperimen dengan kelompok kontrol dan intervensi berupa pelatihan berpikir positif. Meskipun menunjukkan hasil positif, desain kontrol eksperimen ini menjadi pembeda penting dibanding penelitian lainnya. Selain itu, jenis intervensi berbasis pelatihan kognitif juga membedakan penelitian ini dari pendekatan berbasis kegiatan atau terapi lainnya. Dengan demikian, masing-masing penelitian memiliki perbedaan dalam hal variabel fokus, metode, desain, serta jenis perlakuan yang diberikan kepada subjek penelitian.

B. Kajian Teori

1. *Self esteem*

a. Pengertian

Rosenberg (1965) menyatakan bahwa *self esteem* merupakan suatu evaluasi positif atau negatif terhadap diri sendiri.¹⁹ Harga diri dapat mencakup sikap atau persepsi yang muncul dari pemikiran berupa reaksi baik atau buruk terhadap suatu objek tertentu, yaitu perasaan individu mengenai rasa berharga atau nilai sebagai seorang manusia. Rosenberg telah memberikan pandangan dengan mendefinisikan *self esteem* sebagai suatu rangkaian perilaku individu terkait bagaimana persepsi perasaan yang dipikirkan tentang dirinya, yaitu perasaan mengenai “keberhargaan” diri atau nilai sebagai seorang manusia.²⁰

Self esteem adalah penilaian yang dilakukan oleh individu dan sifatnya cenderung menetap dalam diri. Hal demikian dapat memberikan pengertian setuju atau tidak akan suatu hal dan menunjukkan seberapa jauh seseorang menganggap bahwa dirinya memiliki potensi sehingga menyadari bahwa ia mampu, berharga, memiliki potensi, berhasil dan bahagia. *Self esteem* adalah aspek kepribadian yang menjadi komponen penting dalam membentuk sikap yang akan dilakukan individu, karena dapat berpengaruh pada

¹⁹ Widad, Khoirun Nisa Nurul, and Ruseno Arjanggi. "Hubungan antara *self esteem* dengan penyesuaian diri pada mahasiswa fakultas psikologi UNISSULA." *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira* 1, no. 1 (2021).

²⁰ Patria, Tasya Meyco, and Sondang Maria J. Silaen. "Hubungan *Self esteem* Dan Adversity Quotient Dengan Kemandirian Belajar Pada Siswa Kelas X Di Man 20 Jakarta Timur." *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora* 4, no. 1 (2020): 24-37.

pemikiran, derajat emosi, bagaimana mengambil keputusan bahkan pada tujuan hidup yang dimiliki seseorang.²¹

b. Aspek- aspek *Self esteem*

Menurut Rosenberg dalam (Yuniar & Rahmania, 2012) mengatakan terdapat dua aspek penting dari *self esteem*, yaitu :

1. Penerimaan diri, merupakan kemampuan menerima seluruh keadaan yang ada dalam diri termasuk kekurangan dan kelebihan yang ada, sehingga ketika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan seseorang akan berpikir logis terhadap bagaimana masalah yang dihadapi tanpa memicu munculnya perasaan rendah diri dan rasa tidak aman.
2. Penghormatan diri, merupakan kebermaknaan nilai seseorang, sebagai aspek yang menekankan diri pada tingkatan diri individu yang memandang akan dirinya sebagai individu yang bernilaian penghormatan diri. *Self esteem* menurut Coopersmith (Coopersmith, 1967)²² memiliki empat aspek yaitu :
 - a) Power, kemampuan memberikan pengaruh, mengendalikan orang di sekitarnya dan mengontrol diri. Power ini dapat berupa wibawa dan pengaruh individu akan sesuatu hal.
 - b) Virtue, kepatuhan individu dalam menjalankan norma, etika, dan peraturan yang melekat di masyarakat.

²¹ Litbang Pertahanan Indonesia, "Gambaran *Self esteem* Remaja Yang Tinggal Di Pantj," no. 1994 (2000).

²² Rokhmatica, Nailu. "Pengembangan Instrumen Self-Esteem Coopersmith (Citra Diri)." *Jurnal Literasi Indonesia* 1, no. 1 (2024): 1-8.

- c) Significance, pandangan sekitar terhadap suatu individu, hal ini berkaitan dengan bagaimana respon dan persepsi dari lingkungan.
- d) Competence, yaitu potensi atau kemampuan individu untuk meraih sesuatu yang diinginkan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Self esteem*

Self-esteem atau harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam diri maupun dari lingkungan sekitar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Udik Yudiono dan Sulistyo Sulistyo (2020)²³, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi *self-esteem* anak, yaitu faktor afektif, faktor kemampuan berpikir dan pengembangan diri, serta faktor lingkungan belajar dan kemampuan berinteraksi.

Faktor afektif menjadi yang paling dominan, yang mencakup perasaan dan emosi anak terhadap dirinya sendiri serta bagaimana ia memandang nilai dirinya. Anak dengan afeksi yang positif cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi dan mampu menghadapi tantangan dengan lebih baik. Faktor kedua, yaitu kemampuan berpikir dan pengembangan diri, berkaitan dengan motivasi belajar, kemampuan kognitif, tantangan yang dihadapi, dan upaya perbaikan diri. Anak dengan motivasi tinggi dan kesadaran akan pentingnya pengembangan diri menunjukkan *self-esteem* yang lebih baik. Faktor ketiga

²³Udik Yudiono and Sulistyo Sulistyo, "Self-Esteem: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya," *Wiyata Dharma: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan* 8, no. 2 (2020): 99–105, <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/wdhttp://dx.doi.org/10.30738/wd.v8i2.8736>.

adalah lingkungan belajar dan interaksi sosial, yang mencakup dukungan dari guru, teman sebaya, serta suasana belajar yang kondusif. Interaksi yang positif di lingkungan sekolah dapat memperkuat persepsi positif anak terhadap dirinya sendiri. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan bersama-sama membentuk tingkat *self-esteem* anak dalam menghadapi tantangan akademik maupun sosial.

d. *Self esteem* Menurut Pandangan Islam

Self esteem adalah penilaian keseluruhan seseorang terhadap nilai dirinya sendiri. Ketika seseorang memiliki *self esteem* yang tinggi, mereka cenderung memiliki pandangan positif terhadap diri sendiri, yang memungkinkan mereka untuk menunjukkan kualitas terbaik dalam kehidupan mereka. Dalam perspektif Islam, kualitas terbaik seseorang dapat diperlihatkan dengan ketaqwaannya kepada Allah SWT. Dalam Islam, tinggi atau rendahnya derajat seseorang diukur berdasarkan tingkat ketaqwaan dan iman yang dimiliki oleh individu tersebut.²⁴ Cara menunjukkan ketaqwaan kepada Allah SWT, tentu dengan melaksanakan segala perintahnya dan menjauhi larangannya.

Tercantum dalam firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Hujurat ayat 13 yang memiliki makna bahwa Allah SWT tidak menilai seorang hambanya dari hal-hal yang bersifat duniawi melainkan dari bagaimana

²⁴ Salsabila, Diana Fitria, Ananda Faza Saffanah Qalbi, Abdul Malik Aziz, Amoreyza Etniko, and Khairun Nisa Tahir Rauf. "Perbedaan self-esteem antara mahasiswa perguruan tinggi negeri dengan perguruan tinggi swasta." *Journal of Psychology Students* 1, no. 1 (2022): 45-56.

ketaqwaan seseorang kepada Allah SWT. Janganlah berkecil hati dengan rintangan dan cobaan yang Allah SWT berikan sesungguhnya setiap orang memiliki keistimewaan masing-masing yang telah diberikan. Allah SWT juga menyatakan larangan bagi hamba-hambanya untuk menunjukkan kelemahan dan kesedihan hati seperti yang disebutkan dalam Al-Quran surah Ali Imran ayat 139:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

Artinya : “Janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin.”

Maksud dari surat tersebut adalah Allah SWT melarang hambanya untuk bersedih hati dan bersikap lemah termasuk melarang menilai buruk pada diri sendiri, karena hal tersebut dapat mempengaruhi keadaan psikologis orang tersebut. Allah SWT mengajarkan kepada kita untuk selalu merasakan kebahagiaan, karena dari kebahagiaan tersebut membawa dampak positif bagi diri sendiri. Orang yang memiliki *self esteem* yang tinggi akan selalu memiliki pandangan positif terhadap dirinya sendiri, seorang mukmin yang kuat akan mengindikasikan kondisi fisik yang juga kuat, serta memiliki semangat yang tinggi, optimis terhadap dirinya dan masa depannya, dan mampu mengatasi masalah serta menjalani setiap kegiatan dengan baik.

Teori *self esteem* ini membantu peneliti mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *self esteem* anak yatim piatu, seperti kegiatan *Happy shopping*. Peneliti juga dapat mengembangkan kerangka konsep yang sistematis dan logis untuk memahami hubungan antara kegiatan *Happy*

shopping dan *self esteem* anak yatim piatu. Selanjutnya mengarahkan desain penelitian dalam menentukan variabel-variabel yang akan diukur dengan metode pengumpulan data. Serta membantu peneliti menginterpretasikan hasil penelitian, seperti memahami pengaruh kegiatan *Happy shopping* terhadap *self esteem* anak yatim piatu.

2. Hierarki Kebutuhan Maslow



Gambar 2.1 Hierarki Kebutuhan Maslow

(Sumber : Maslow, A. H. (2002). *Motivasi dan Kepribadian* (terj. Nurul Iman). Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.)

Dalam teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow, ia menempatkan kebutuhan harga diri di “puncak”, menggambarkan sebagai kebutuhan dasar untuk bertahan hidup seperti makan dan minum. Abraham Maslow adalah seorang ahli teori kepribadian realis yang dianggap sebagai bapak spiritualitas, pengembang teori, dan juru bicara paling cakap untuk psikologi humanistik. Tidak mengherankan bahwa nama dan gagasan Abraham Maslow sering disebut dalam diskusi psikologi humanistik.

Maslow menjabarkan lima tingkatan kebutuhan: kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan cinta dan kepemilikan, kebutuhan

akan harga diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri.²⁵ Maslow percaya bahwa manusia pada hakikatnya baik atau netral, bukan jahat. Menurut Maslow, apa yang disebut perilaku buruk lebih sering merupakan respons sekunder terhadap frustrasi.

Harga diri merupakan kebutuhan manusia terpenting keempat sebelum aktualisasi diri. Harga diri merupakan kebutuhan dasar, seperti halnya anak membutuhkan susu, harga diri diperlukan untuk gizi dan pertumbuhan fisik normal yang sehat. Adanya harga diri memberikan sumbangan yang mendasar terhadap proses kehidupan, dan keberadaannya pun dinilai sangat penting. Kebutuhan tingkat rendah harus relatif terpenuhi sebelum orang menyadari atau termotivasi oleh kebutuhan tingkat tinggi. Oleh karena itu, kebutuhan fisiologis harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan rasa aman muncul. Ketika kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman terpenuhi, kebutuhan akan cinta akan muncul. Siklus ini berulang hingga kebutuhan dasar terpenuhi.

Pemisahan kebutuhan tidak berarti bahwa setiap kebutuhan memainkan peran yang eksklusif, melainkan kebutuhan tersebut saling tumpang tindih sehingga orang dapat dimotivasi oleh dua kebutuhan atau lebih pada saat yang bersamaan. Tidak ada kebutuhan seseorang yang dapat terpenuhi 100%. Maslow memperkirakan bahwa kebutuhan fisiologis rata-rata

²⁵ Rahmi, Azmia Aulia, Rina Hizriyani, and Cucu Sopia. "Analisis Teori Hierarki of Needs Abraham Maslow Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini." *Aulad: Journal on Early Childhood* 5, no. 3 (2022): 320-328.

orang dapat dipenuhi sebesar 85%, kebutuhan akan rasa aman dapat dipenuhi sebesar 70%, kebutuhan akan cinta dan kepemilikan dapat dipenuhi sebesar 50%, kebutuhan akan harga diri dapat dipenuhi sebesar 40%, dan kebutuhan akan aktualisasi diri dapat dipenuhi sebesar 10%. Tidak semua orang bergerak dalam garis lurus dalam hal memenuhi kebutuhan mereka, dari tingkat fisik hingga harga diri.

Namun kepuasan pada satu tingkat mungkin masih rendah, sementara kepuasan yang lebih besar mungkin telah tercapai pada tingkat yang lebih tinggi. Maka, setinggi apapun tingkat yang telah dilalui seseorang, jika ia belum merasakan kepuasan pada tingkat di bawahnya, atau kepuasannya masih sangat rendah, maka ia akan kembali lagi pada tingkat ketidakpuasan tersebut hingga memperoleh kepuasan yang diinginkan. Ketika kebutuhan untuk memiliki dan dicintai relatif terpenuhi. Menurut pandangan humanistik, ada dua jenis harga diri²⁶:

- a) Harga diri: kebutuhan akan kekuasaan, penguasaan, kompetensi, pencapaian, kepercayaan diri, kemandirian, dan kebebasan. Orang perlu mengenal diri mereka sendiri, harga diri mereka, kemampuan mereka, dan kesanggupan mereka dalam menangani tugas dan tantangan dalam hidup.
- b) Kebutuhan untuk dihormati oleh orang lain; kebutuhan akan gengsi, penghargaan, status, ketenaran, dominasi, kepentingan, kehormatan,

²⁶ Calicchio, Stefano. *Abraham Maslow, dari hierarki kebutuhan hingga pemenuhan diri: Sebuah perjalanan dalam psikologi humanistik melalui hierarki kebutuhan, motivasi, dan pencapaian potensi manusia sepenuhnya*. Stefano Calicchio, 2023.

pengakuan, dan kekaguman. Orang perlu tahu bahwa mereka dipahami dan dihargai.

Maslow mengatakan bahwa untuk mendapatkan rasa hormat dari orang lain, seseorang harus mendasarkannya pada harga diri. Orang harus mendapatkan harga dirinya dari kemampuan mereka sendiri, bukan dari reputasi eksternal yang tidak dapat mereka kendalikan dan membuat mereka bergantung pada orang lain. Teori hierarki kebutuhan Maslow membantu peneliti meningkatkan kualitas penelitian mereka melalui kerangka konseptual yang sistematis dan logis. Berdasarkan teori ini, peneliti juga dapat memahami kebutuhan anak dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

3. Anak Yatim Piatu

Kajian tentang anak yatim dalam perspektif Islam merupakan bagian penting dalam literatur keislaman, khususnya dalam kajian Al-Qur'an dan tafsir. Secara etimologis, istilah yatim berasal dari bahasa Arab *yatīmun*, yang berarti seorang anak yang kehilangan ayahnya sebelum mencapai usia baligh. Hal ini didasarkan pada pandangan mayoritas ulama yang menyatakan bahwa status yatim melekat pada anak yang belum dewasa dan tidak memiliki ayah yang menjadi penanggung jawab utamanya dalam pemenuhan kebutuhan hidup dan pendidikan.

Adapun dalam pengertian terminologi, anak yatim juga dimaknai sebagai individu yang sangat memerlukan perhatian, perlindungan, dan kasih sayang, baik secara fisik maupun psikis, karena kehilangan figur orang tua

yang menjadi sandaran utama dalam kehidupannya. Dalam konteks keindonesiaan, istilah yatim piatu sering digunakan untuk menggambarkan anak yang telah kehilangan kedua orang tuanya, meskipun dalam terminologi fiqih klasik istilah yang umum digunakan adalah yatim saja.²⁷

Al-Qur'an sendiri memberikan perhatian yang sangat besar terhadap keberadaan anak yatim. Kata "yatim" dan turunannya disebutkan sebanyak 23 kali dalam Al-Qur'an dalam berbagai konteks, yang menekankan pentingnya perlakuan yang baik, perlindungan terhadap hak-haknya, serta larangan keras terhadap penyalahgunaan harta mereka. Salah satu ayat penting terkait ini adalah QS. An-Nisa/4:6 yang menjelaskan bahwa harta anak yatim harus dijaga hingga mereka baligh dan dinilai cukup matang untuk mengelolanya. Dalam penafsiran

Mutawally As-Sya'rawi, ayat tersebut menunjukkan tanggung jawab moral yang besar bagi para wali untuk tidak mencampuradukkan atau menyalahgunakan harta anak yatim, melainkan memperlakukan mereka dengan penuh kehati-hatian dan kasih sayang. Sedangkan menurut Ibnu Katsir, ayat ini menunjukkan perintah langsung dari Allah untuk menyerahkan harta kepada anak yatim setelah mereka mencapai kedewasaan yang sempurna, serta larangan keras untuk memakan atau menggabungkan harta anak yatim dengan harta pribadi.

²⁷ Ahmad Fadhani, "Anak Yatim Dalam Perspektif Al-Qur'an Studi Komparatif Pemikiran Mutawally As-Sya'rawi Dalam Tafsir Khowatir Dan Ibnu Katsir Dalam Tafsir Al-Qur'an Al'Adzim," *Skripsi*, 2019, 77.

Anak yatim dalam Islam bukan hanya dipandang sebagai individu yang perlu dikasihani, melainkan sebagai amanah yang harus dijaga. Islam meletakkan anak yatim dalam posisi istimewa dalam tatanan sosial masyarakat, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah/2:220, bahwa memperbaiki keadaan anak yatim adalah perbuatan yang sangat dianjurkan dan merupakan wujud dari solidaritas sosial dan ukhuwah Islamiyah.²⁸ Oleh karena itu, dalam upaya pengasuhan dan pemberdayaan anak yatim, Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani, melalui pendidikan, bimbingan moral, serta perlindungan hukum terhadap hak-haknya.

Teori di atas memainkan peran penting dalam penelitian ini karena memberikan landasan konseptual yang kuat dan membantu dalam banyak aspek seperti memahami konteks, menentukan variabel penelitian, merancang instrumen penelitian, dan menganalisis data.



²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya: Edisi yang Disempurnakan*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 113.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan desain penelitian korelasional. Kuantitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik atau fenomena dengan menggunakan data numerik.²⁹ Dalam konteks ini, peneliti akan mengumpulkan data tentang kegiatan *Happy shopping* dan *self esteem* anak dengan menggunakan instrumen yang terstandarisasi, seperti kuesioner atau skala penilaian. Selanjutnya data yang diperoleh akan diuji secara statistik untuk memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi yang diteliti.

Desain penelitian korelasional digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa mengubah variabel tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis hubungan antara kegiatan *Happy shopping* dan *self esteem* anak. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik statistik, seperti analisis korelasi Pearson atau regresi, untuk menentukan sejauh mana kegiatan *Happy shopping* berhubungan dengan tingkat *self esteem* anak.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan karakteristik dari objek yang sedang diteliti. Definisi lain dari proposal adalah keseluruhan atau keseluruhan objek

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

mental yang tunduk pada kriteria tertentu. Objek psikologis merupakan objek yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan mempunyai sifat-sifat tertentu.³⁰ Subjek penelitian ini adalah anak yatim piatu dari Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) di bawah Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso yang mengikuti acara *Happy shopping*. Jumlah anak yatim piatu seluruhnya 25 orang.

Sampel adalah sebagian kuantitas dan karakteristik suatu populasi. Jika populasinya begitu besar sehingga mustahil bagi peneliti untuk mempelajari semua hal dalam populasi (misalnya karena keterbatasan uang, tenaga, dan waktu), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.³¹ Informasi yang dipelajari dari sampel akan berlaku untuk populasi.

Adapun sampel yang dikumpulkan dari populasi harus benar-benar representatif. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi teknik sampling jenuh. Pengambilan sampel jenuh adalah teknik pengambilan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel. Hal ini biasanya dilakukan ketika subjek penelitian relatif kecil (kurang dari 30 orang) atau ketika generalisasi dibuat dengan margin kesalahan yang sangat kecil.³² Istilah lain untuk sampel jenuh adalah sensus, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel.

³⁰ Sena Wahyu Purwanza et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi, Media Sains Indonesia*, 2022.

³¹ Purwanza et al.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Skala *Self esteem* Rosenberg

Skala *Self esteem* Rosenberg (RSES) adalah salah satu alat tes yang paling banyak digunakan untuk mengukur harga diri seseorang. Skala ini dikembangkan oleh psikolog bernama Morris Rosenberg pada tahun 1965.³³ Tujuan utama dari skala ini adalah untuk mengevaluasi perasaan seseorang terhadap dirinya sendiri, apakah ia merasa positif atau negatif. Adapun karakteristik skala RSES adalah sebagai berikut :

- a. Terdiri dari 10 pertanyaan: Skala ini berisi 10 pertanyaan singkat yang dirancang untuk mengukur persepsi individu tentang nilai dan harga dirinya.
- b. Pilihan jawaban *favourable* dan *unfavourable*: Setiap pertanyaan yang disajikan pada instrumen memiliki dua pilihan jawaban, yaitu *favourable* (mendukung) dan *unfavourable* (tidak mendukung).
- c. Mengukur dua aspek *self-esteem*: Skala ini mengukur dua aspek utama dari *self-esteem*, yaitu penghargaan diri (sejauh mana seseorang menghargai dirinya) dan penerimaan diri (sejauh mana seseorang menerima dirinya apa adanya).

2. Kuesioner Kegiatan *Happy shopping*

Kuesioner kegiatan *happy shopping* adalah serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman dan

³³ M Ahkam Alwi and Ahmad Razak, "Adaptasi Rosenberg's Self-Esteem Di Indonesia," *Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 2022, 1074–80.

perasaan seseorang saat berbelanja, dengan fokus pada aspek kebahagiaan dan kepuasan yang terkait dengan aktivitas tersebut. Tujuan utama dari kuesioner ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat seseorang merasa senang dan puas saat melakukan kegiatan berbelanja. Jenis pertanyaan dalam kuesioner *happy shopping* mencakup beberapa aspek berikut:

- a. Emosi dan perasaan: Pertanyaan tentang perasaan yang dialami saat berbelanja, seperti senang, gembira, puas, atau bersemangat.
- b. Motivasi berbelanja: Pertanyaan tentang alasan mengapa seseorang berbelanja, apakah untuk memenuhi kebutuhan, mencari hiburan, atau mengikuti tren.
- c. Pengalaman berbelanja: Pertanyaan tentang pengalaman saat berbelanja, seperti interaksi dengan staf toko, ketersediaan produk, suasana toko, dan kemudahan proses pembayaran.
- d. Kepuasan: Pertanyaan tentang tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap pengalaman berbelanja.

3. Observasi Partisipatif

Metode observasi partisipatif digunakan untuk mengamati secara langsung perilaku individu selama melakukan aktivitas *happy shopping*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menangkap interaksi sosial, ekspresi emosi, serta pola perilaku yang muncul dalam konteks alami. Observasi ini memberikan data kontekstual yang tidak selalu dapat diperoleh melalui kuesioner, sehingga memperkaya pemahaman terhadap pengalaman belanja responden.

4. Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan sebagai pelengkap data utama yang diperoleh dari kuesioner dan observasi. Data ini dapat berupa dokumentasi, catatan lapangan, atau rekaman kegiatan happy shopping yang telah dilakukan sebelumnya. Informasi dari sumber sekunder membantu memperkuat analisis dengan memberikan perspektif tambahan yang mungkin tidak tertangkap melalui instrumen pengumpulan data lainnya.

5. Data Demografi

Data demografi dikumpulkan untuk memperoleh gambaran umum mengenai karakteristik responden, seperti usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi. Informasi ini penting untuk memahami latar belakang sosial individu yang terlibat dalam penelitian, serta untuk melihat kemungkinan pengaruh faktor demografis terhadap perilaku dan persepsi mereka terhadap kegiatan happy shopping.

D. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan pemahaman awal tentang pola dan karakteristik data sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Ini membantu dalam menentukan apakah data memenuhi asumsi untuk analisis yang lebih

kompleks. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang data yang dikumpulkan, antara lain :

- a) Mean (Rata-rata): Mengukur nilai tengah dari data. Dihitung dengan menjumlahkan semua nilai dan membaginya dengan jumlah data. Ini memberikan informasi tentang kecenderungan sentral.
- b) Median: Nilai tengah ketika data diurutkan. Berguna untuk memahami distribusi data, terutama jika ada outlier.
- c) Standar Deviasi: Mengukur sebaran data di sekitar mean. Semakin besar standar deviasi, semakin besar variasi dalam data. Ini penting untuk mengevaluasi konsistensi data.

2. Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana sebagai teknik analisis data untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah kegiatan *Happy shopping* (X), dan variabel dependen adalah *self esteem* anak (Y). Regresi linier sederhana digunakan karena hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Teknik ini digunakan untuk menganalisis hubungan kausal dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Analisis ini juga berfungsi untuk memprediksi nilai variabel Y berdasarkan perubahan nilai pada variabel X.

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat menguji signifikansi hubungan antara kegiatan *Happy shopping* dan tingkat *self esteem* anak, serta mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dimasukkan ke dalam sistem untuk kemudian dianalisis melalui uji regresi linier sederhana, yang mencakup perhitungan nilai signifikansi (Sig.), koefisien regresi, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

3. Korelasi Pearson

Uji korelasi Pearson digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel. Nilai korelasi berkisar antara -1 hingga 1, dimana:

- a) 1 menunjukkan korelasi positif sempurna,
- b) -1 menunjukkan korelasi negatif sempurna,

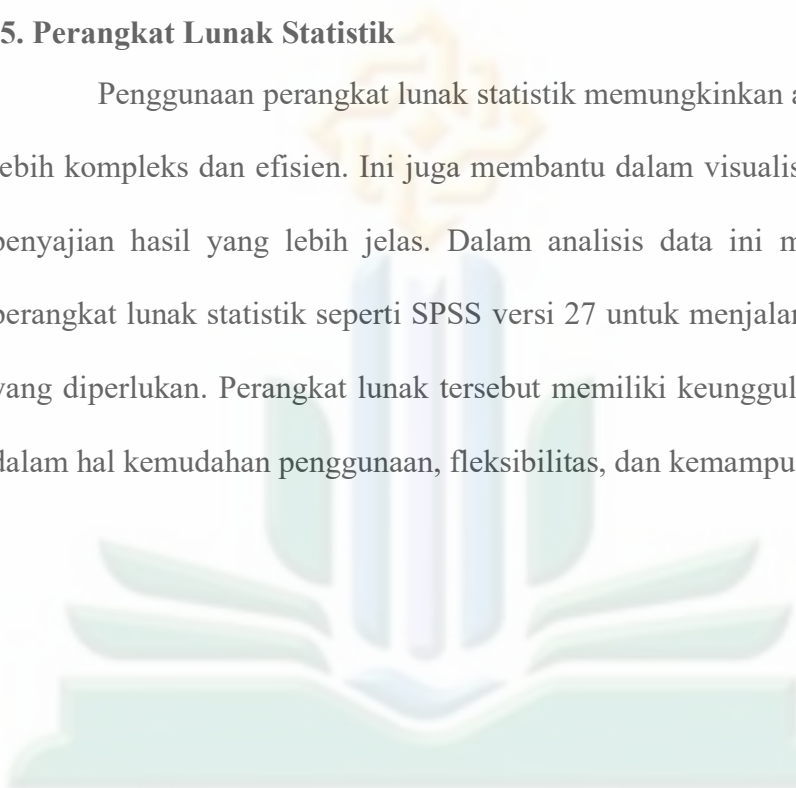
Korelasi membantu menentukan apakah perubahan dalam satu variabel terkait dengan perubahan pada variabel lain. Hal ini penting untuk memahami interaksi antara variabel dalam penelitian.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis memberikan kerangka kerja sistematis untuk membuat keputusan berdasarkan data. Ini membantu dalam menilai validitas klaim penelitian dan memberikan dasar untuk interpretasi hasil. Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data untuk mendukung atau menolak hipotesis yang dibuat sebelumnya. Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi (α) ditetapkan pada 0,05.

5. Perangkat Lunak Statistik

Penggunaan perangkat lunak statistik memungkinkan analisis yang lebih kompleks dan efisien. Ini juga membantu dalam visualisasi data dan penyajian hasil yang lebih jelas. Dalam analisis data ini menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS versi 27 untuk menjalankan analisis yang diperlukan. Perangkat lunak tersebut memiliki keunggulan tersendiri dalam hal kemudahan penggunaan, fleksibilitas, dan kemampuan analisis.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso, tepatnya pada Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) menurut Departemen Sosial Republik Indonesia, yaitu suatu lembaga usaha kesejahteraan sosial anak yang mempunyai tanggung jawab untuk memberikan pelayanan kesejahteraan sosial pada anak terlantar dengan melaksanakan penyantunan dan pengentasan anak terlantar, memberikan pelayanan pengganti orang tua/wali anak dalam memenuhi kebutuhan fisik, mental dan sosial kepada anak asuh sehingga memperoleh kesempatan yang luas, tepat dan memadai bagi pengembangan kepribadianya sesuai dengan yang diharapkan sebagai bagian dari generasi penerus cita-cita bangsa dan sebagai insan yang akan turut serta aktif dalam bidang pembangunan nasional.

Menurut Departemen Sosial Republik Indonesia bahwa panti asuhan atau lembaga kesejahteraan sosial anak (LKSA) memiliki fungsi sebagai pusat pelayanan kesejahteraan sosial anak berfungsi sebagai pemulihan, perlindungan, pengembangan dan pencegahan, pusat data dan informasi serta konsultasi kesejahteraan sosial anak serta pusat pengembangan keterampilan (yang merupakan fungsi penunjang) sebagai lembaga yang melaksanakan fungsi keluarga dan masyarakat dalam perkembangan dan kepribadian anak-anak remaja.

Tujuan panti asuhan menurut Departemen Sosial Republik Indonesia yaitu memberikan pelayanan yang berdasarkan pada profesi pekerja sosial kepada anak terlantar dengan cara membantu dan membimbing mereka kearah perkembangan pribadi yang wajar serta mempunyai keterampilan kerja sehingga mereka menjadi anggota masyarakat yang dapat hidup layak dan penuh tanggung jawab dan penyelenggara pelayanan kesejahteraan sosial anak di panti asuhan sehingga terbentuk manusia-manusia yang berkepribadian matang dan berdedikasi, mempunyai keterampilan kerja yang mampu menopang hidupnya dan hidup keluarganya.

2. Gambaran Umum Kegiatan

Kegiatan happy shopping merupakan sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pendekatan holistik dan pendidikan karakter bagi anak-anak yatim/piatu/yatim piatu. Pemberian kesempatan bagi mereka untuk berbelanja secara bebas untuk kepentingan pribadi, meskipun tetap dalam batas-batas yang wajar dan bermanfaat. Melalui program ini, Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso dapat memberikan pendidikan karakter yang kuat kepada anak-anak yatim piatu sambil memberikan mereka kesempatan untuk merasakan kemandirian dan tanggung jawab dalam mengelola uang mereka sendiri.

Program ini juga memungkinkan anak-anak yatim piatu untuk belajar tentang nilai-nilai seperti pengelolaan keuangan, pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan empati terhadap kebutuhan orang lain. Selain itu,

melalui pengalaman berbelanja sendiri, anak-anak dapat memperoleh keterampilan sosial dan interaksi yang berguna dalam kegiatan sehari-hari. Selama kegiatan berlangsung terdapat para fasilitator yang bertugas mendampingi anak-anak yatim piatu untuk memastikan bahwa program ini diawasi dengan baik dan memberikan bimbingan yang cukup kepada anak-anak. Sehingga mereka dapat membuat keputusan yang cerdas dan bertanggung jawab dalam berbelanja. Selain itu, diberlakukan juga pembatasan yang tetap sesuai dengan prinsip-prinsip yang wajar dan menguntungkan bagi perkembangan anak-anak.

Adapun pelaksanaan kegiatan happy shopping, sebagai berikut:

Waktu Pelaksanaan : Minggu, 10 November 2025

Tempat Pelaksanaan : Jember Roxy Square

3. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah peserta kegiatan happy shopping, yaitu anak yatim/piatu/yatim piatu dari enam Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) yang berada dibawah naungan Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso. Adapun jumlah peserta keseluruhan sebanyak 25 anak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

B. Penyajian Data

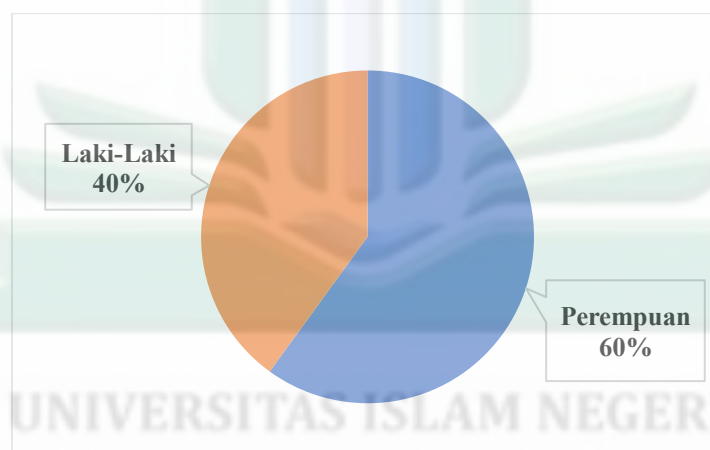
1. Deskripsi Responden

Berdasarkan data bidang rehabilitasi sosial, peserta pada kegiatan *happy shopping* yang diselenggarakan oleh Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso sejumlah 25 anak dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	15
Laki-Laki	10
Total	25

Diagram 4.1
Persentase Jenis Kelamin



Berdasarkan deskripsi pada tabel diatas, terlihat bahwa peserta kegiatan *happy shopping* berjumlah 25 anak dengan pembagian 60% perempuan, dengan jumlah 15 orang, sedangkan 40% sisanya laki laki yang

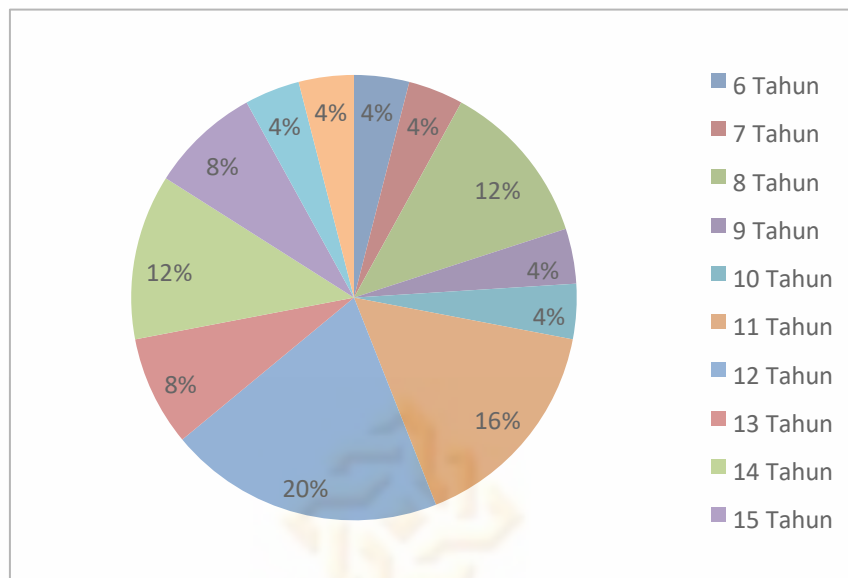
berjumlah 10 orang. Berdasarkan data diatas dapat diketahui mayoritas responden pada penelitian ini yaitu perempuan.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah
6 Tahun	1
7 Tahun	1
8 Tahun	3
9 Tahun	1
10 Tahun	1
11 Tahun	4
12 Tahun	5
13 Tahun	2
14 Tahun	3
15 Tahun	2
16 Tahun	1
17 Tahun	1
Total	25

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Diagram 4.2
Persentase Umur



Berdasarkan diagram lingkaran yang berjudul "Persentase Umur", dapat diuraikan bahwa responden terdiri dari berbagai kelompok umur dengan distribusi yang beragam. Kelompok umur terbanyak adalah responden berusia 12 tahun yang mencakup 20% dari total responden. Disusul oleh kelompok umur 11 tahun yang menyumbang 16%, serta usia 8 tahun dan 14 tahun masing-masing sebesar 12%. Kemudian, usia 7 tahun dan 13 tahun memiliki persentase yang sama yaitu 8%. Sedangkan kelompok usia 6 tahun, 9 tahun, 10 tahun dan 15 tahun masing-masing memiliki proporsi yang lebih kecil, yaitu 4%. Distribusi ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh anak-anak usia sekolah dasar, dengan usia 12 tahun sebagai kelompok terbanyak dalam kegiatan happy shopping.

2. Penyebaran Alat Ukur

Penyebaran dilakukan setelah alat ukur diuji coba terlebih dahulu sebelum dipakai penelitian. Alat ukur harus melewati tahap uji coba supaya bisa diketahui nilai validitas dan reliabilitasnya. Uji coba dilaksanakan pada 25 responden yang merupakan populasi sekaligus sampel. Karena jumlah populasi dan sampel samasama 25 dan relatif kecil, maka dilakukan uji coba sensus sebab tidak ada populasi luar dengan karakteristik yang sama.

3. Pengelolaan Data

Setelah pengambilan data yang diperoleh dari kuesioner *happy shopping* dan skala *self esteem* selesai, langkah selanjutnya yakni melakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

a. Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butirbutir pertanyaan (item) dalam kuesioner *Happy shopping* dan *Self esteem* mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, yaitu konstruk atau variabel yang telah ditentukan sebelumnya.

Kriteria Keputusan:

1. Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid.
2. r tabel yang digunakan adalah sebesar 0,413 (asumsinya berdasarkan jumlah responden dan tingkat signifikansi yang digunakan, misalnya $\alpha = 0,05$).

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner *Happy shopping*

<i>Happy shopping</i>			
Item	r hitung	r tabble	Kesimpulan
X1	.420*	0,413	Valid
X2	.654**	0,413	Valid
X3	.808**	0,413	Valid
X4	.701**	0,413	Valid
X5	.753**	0,413	Valid
X6	.618**	0,413	Valid
X7	.785**	0,413	Valid
X8	.829**	0,413	Valid
X9	.682**	0,413	Valid
X10	.552**	0,413	Valid

Semua item dalam kuesioner *Happy shopping* memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,413), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid. Dengan demikian, butir-butir pertanyaan dalam kuesioner layak digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud karena telah memenuhi syarat validitas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Skala *Self esteem*

<i>Self esteem</i>			
Item	r hitung	r table	Kesimpulan
Y1	0,571	0,413	Valid
Y2	0,399	0,413	Tidak Valid
Y3	0,465	0,413	Valid
Y4	0,579	0,413	Valid
Y5	0,61	0,413	Valid
Y6	0,508	0,413	Valid
Y7	0,207	0,413	Tidak Valid
Y8	0,593	0,413	Valid
Y9	0,482	0,413	Valid
Y10	0,577	0,413	Valid

Sebanyak 8 dari 10 item memiliki nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel ($\geq 0,413$), sehingga dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa item-item ini secara konsisten mengukur konstruk *self esteem* yang dimaksud dan layak digunakan dalam instrumen. Dua item lainnya, yaitu Y2 dan Y7, memiliki nilai r hitung di bawah r tabel ($< 0,413$), masing-masing sebesar 0,399 dan 0,207. Oleh karena itu, kedua item ini dinyatakan tidak valid karena tidak menunjukkan korelasi yang memadai dengan skor total. Dengan demikian, instrumen *self esteem* secara umum dapat dikatakan valid, karena sebagian besar item memenuhi syarat validitas.

b. Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas pada kuesioner *happy shopping* menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,842 dan pada skala *self esteem* yakni sebesar 0,640. Hasil uji reliabilitas bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas *Happy shopping*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas *Self esteem*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.640	10

c. Uji Normalitas

Tabel 4.7
Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk ^c		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
<i>Happy shopping</i>	.146	25	.177	.933	25	.104
<i>Self esteem</i>	.188	25	.023	.953	25	.289

1. Variabel *Happy shopping*

- Kolmogorov-Smirnov: Sig. = 0,177 → normal
- Shapiro-Wilk: Sig. = 0,104 → normal

Kesimpulan: Data variabel *Happy shopping* berdistribusi normal, karena kedua uji menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

2. Variabel *Self esteem*

- Kolmogorov-Smirnov: Sig. = 0,023 → tidak normal
- Shapiro-Wilk: Sig. = 0,289 → normal

Kesimpulan: Terdapat perbedaan hasil. Namun, karena Shapiro-Wilk lebih direkomendasikan untuk sampel kecil ($n = 25$), maka keputusan didasarkan pada uji ini. Dengan demikian, data *Self esteem* juga dianggap berdistribusi normal.

Berdasarkan uji Shapiro-Wilk (yang lebih tepat untuk sampel < 50), kedua variabel (*Happy shopping* dan *Self esteem*) berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan ke analisis parametrik yaitu uji korelasi dan regresi linier.

d. Uji Linieritas

Uji ANOVA digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel bebas (*Self esteem*) dan variabel terikat (*Happy shopping*) serta untuk memeriksa penyimpangan dari linearitas.

Tabel 4.8
Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Self esteem * Happy shopping</i>	Between Groups	(Combined)	68,14	9	7,571	0,722	0,683
		Linearity	0,671	1	0,671	0,064	0,804
		Deviation from Linearity	67,469	8	8,434	0,804	0,609
	Within Groups		157,3	15	10,49		
	Total		225,44	24			

1. Linearitas

- Nilai F: 0.064
- Signifikansi (Sig.): 0.804

Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat hubungan linear yang signifikan antara *Self esteem* dan *Happy shopping*. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan *self esteem* tidak secara signifikan memengaruhi tingkat *happy shopping* secara linear.

2. Deviation from Linearity (Penyimpangan dari Linearitas)

- Nilai F: 0.804
- Signifikansi (Sig.): 0.609

Nilai signifikansi juga lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat penyimpangan signifikan dari linearitas. Artinya, model linier masih sesuai digunakan untuk menggambarkan hubungan antara kedua variabel, walaupun hubungan itu sendiri tidak signifikan.

3. Keseluruhan Model (Between Groups - Combined)

- $F = 0.722$
- $\text{Sig.} = 0.683$

Hasil ini menunjukkan bahwa perbedaan antar kelompok *self esteem* terhadap *happy shopping* tidak signifikan secara statistik. Artinya, variasi dalam *happy shopping* tidak secara signifikan dijelaskan oleh perbedaan dalam *self esteem* pada kelompok data ini. Berdasarkan hasil uji tersebut, tidak ada hubungan linear yang signifikan antara *self esteem* dan *happy shopping* dan tidak pula terdapat penyimpangan dari linearitas, sehingga model linier masih tepat digunakan. Hasil ini mengindikasikan bahwa *self esteem* bukanlah prediktor yang kuat terhadap *happy shopping* dalam konteks sampel yang diuji.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

e. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.9
Uji Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Happy shopping</i>	25	29.00	40.00	34.8800	3.47994
<i>Self esteem</i>	25	26.00	39.00	31.6800	3.06485
Valid N (listwise)	25				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, terdapat dua variabel yang dianalisis, yaitu *Happy shopping* dan *Self esteem*, masing-masing dengan jumlah responden sebanyak 25 orang. Untuk variabel *Happy shopping*, nilai minimum adalah 29, nilai maksimum 40, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 34,88 dan simpangan baku (standar deviasi) sebesar 3,48. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tingkat *happy shopping* responden berada pada kategori cukup tinggi, dengan variasi data yang tidak terlalu besar antar responden.

Sementara itu, variabel *self esteem* memiliki nilai minimum sebesar 26 dan maksimum 39. Rata-rata nilai *self esteem* adalah 31,68 dengan simpangan baku sebesar 3,06. Ini menunjukkan bahwa tingkat harga diri responden juga relatif tinggi, dengan penyebaran data yang relatif homogen. Secara keseluruhan, kedua variabel memiliki distribusi data yang cukup

seimbang dan menunjukkan kecenderungan nilai rata-rata yang tinggi, serta variasi yang tidak terlalu besar dalam kelompok sampel yang dianalisis.

e. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif kegiatan *happy shopping* terhadap *self esteem* anak. Analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Uji Regresi Linier Sederhana

<i>Coefficients^a</i>								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	33.355	6.426		5.190	.000		
	<i>Happy shopping</i>	-.048	.183	-.055	-.262	.796	1.000	1.000
a. Dependent Variable: <i>Self esteem</i>								

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana yang ditunjukkan pada table diatas, diketahui bahwa variabel Happy shopping tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Self esteem* (Harga Diri). Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar -0.048 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.796, yang jauh lebih besar dari ambang batas signifikansi 0.05. Artinya, pengaruh yang diberikan oleh variabel Happy shopping terhadap *Self esteem* bersifat negatif namun sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik. Nilai t-hitung sebesar 0.262 juga mendukung kesimpulan bahwa

variabel independen tidak memiliki kontribusi yang berarti dalam memprediksi variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas berbelanja dengan perasaan senang (*Happy shopping*) tidak secara nyata memengaruhi tingkat harga diri individu pada sampel penelitian ini.

f. Uji Korelasi Pearson

Tabel 4.11
Uji Korelasi Pearson

Correlations			
		<i>Happy shopping</i>	<i>Self esteem</i>
<i>Happy shopping</i>	Pearson Correlation	1	-.055
	Sig. (2-tailed)		.796
	N	25	25
<i>Self esteem</i>	Pearson Correlation	-.055	1
	Sig. (2-tailed)	.796	
	N	25	25

Interpretasi statistik:

1. Nilai korelasi (r): -0.055

Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat lemah antara *Happy shopping* dan *Self esteem*. Nilai mendekati nol berarti hampir tidak ada hubungan linear.

2. Signifikansi (Sig. 2-tailed): 0.796

Nilai ini jauh lebih besar dari 0.05, yang berarti hubungan tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, tidak terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa ada hubungan yang nyata antara kedua variabel di populasi.

Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Happy shopping* dan *Self esteem*. Korelasi yang lemah dan tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa perubahan pada salah satu variabel tidak berkaitan secara linear dengan perubahan pada variabel lainnya dalam sampel ini.

Selanjutnya, karena nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dan *happy shopping* pada responden dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat harga diri (*self-esteem*) individu tidak berperan secara signifikan dalam memengaruhi kecenderungan individu melakukan *happy shopping*.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson dan regresi linier sederhana, diketahui bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan *happy shopping* dengan tingkat *self esteem* (harga diri) anak-anak yatim/piatu dari Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) di bawah naungan Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso. Nilai koefisien korelasi sebesar -0.055

menunjukkan bahwa hubungan antar variabel sangat lemah dan cenderung negatif, dengan nilai signifikansi sebesar 0,796 ($> 0,05$). Demikian pula, hasil regresi linier menunjukkan bahwa happy shopping tidak berpengaruh signifikan terhadap self-esteem, ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,796 dan koefisien regresi -0.048.

Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan *happy shopping*, meskipun menyenangkan dan memiliki nilai edukatif, belum dapat menjadi faktor yang secara nyata meningkatkan harga diri anak. Hal ini mencerminkan bahwa pengalaman berbelanja yang menyenangkan tidak secara langsung meningkatkan penilaian diri (*self-worth*) atau perasaan berharga dalam diri (*self esteem*) anak-anak tersebut.

Dalam hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, kebutuhan manusia diklasifikasikan menjadi lima tingkat, yaitu: kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan penghargaan (*esteem*), dan aktualisasi diri. Kegiatan *happy shopping* sendiri dapat dipahami sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dasar dan sebagian kebutuhan sosial, seperti rasa aman, kebersamaan, dan kasih sayang dari lingkungan sosial. Anak-anak mendapatkan pengalaman sosial, merasa dihargai karena diberi kesempatan untuk memilih dan membeli barang, serta dilibatkan dalam kegiatan yang menyenangkan.

Namun, kebutuhan akan harga diri berada pada level keempat dalam hierarki Maslow, yang membutuhkan pengakuan, pencapaian pribadi, dan

kepercayaan diri untuk bisa dipenuhi. Karena *self esteem* bersifat lebih kompleks, pemenuhannya tidak cukup hanya melalui satu bentuk kegiatan konsumtif, seperti berbelanja. Dengan kata lain, meskipun kebutuhan fisik dan sosial mungkin terpenuhi, belum tentu hal itu cukup untuk mempengaruhi atau meningkatkan harga diri seseorang.

Adapun menurut Morris Rosenberg, *self esteem* adalah sikap positif atau negatif seseorang terhadap dirinya sendiri. Skala *self esteem* yang ia kembangkan menilai bagaimana seseorang memandang nilai dan keberhargaan dirinya. *Self esteem* bersifat relatif stabil dan terbentuk dari pengalaman hidup jangka panjang, seperti hubungan dengan keluarga, pencapaian pribadi, serta validasi sosial yang berkelanjutan.

Berdasarkan teori ini, *self esteem* tidak mudah dipengaruhi oleh satu peristiwa sesaat, seperti pengalaman *happy shopping*. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian, di mana aktivitas tersebut tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap harga diri anak-anak. Ini menunjukkan bahwa pembentukan harga diri anak membutuhkan pendekatan yang lebih komprehensif, seperti bimbingan psikososial, penguatan peran keluarga atau pengasuh, pendidikan karakter, dan pengakuan sosial yang konsisten dari lingkungan sekitarnya.

Selain itu kegiatan *happy shopping* memiliki durasi dan frekuensi pelaksanaan yang cukup singkat, sehingga pengalaman yang diperoleh juga tidak sampai memberikan pengaruh signifikan terhadap *self esteem* anak-anak.

Disamping itu, peserta yang mengikuti kegiatan tersebut juga beragam dari klasifikasi umur. Sehingga dalam proses penilaian terhadap instrumen penelitian juga berdasarkan pemahaman anak-anak yang menyesuaikan pada psikologi perkembangannya.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa kegiatan seperti *happy shopping* tetap memiliki manfaat, terutama dalam konteks pengalaman sosial dan pendidikan karakter, namun tidak dapat dijadikan sebagai satu-satunya sarana untuk meningkatkan *self esteem* anak. Program penguatan *self esteem* anak perlu dirancang secara berkelanjutan dan integratif, mencakup intervensi psikososial, pemberdayaan anak, dan peningkatan peran serta lingkungan sosial.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *happy shopping* yang diikuti oleh anak-anak yatim piatu di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) di bawah naungan Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self esteem* (harga diri) anak-anak tersebut. Hal ini terbukti dari hasil uji regresi linier sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,796, jauh di atas batas signifikansi yang ditentukan (0,05), yang mengindikasikan bahwa variabel *happy shopping* tidak dapat secara statistik memprediksi atau memengaruhi variabel *self-esteem*.

Selain itu, hasil uji korelasi Pearson memperkuat temuan tersebut, di mana nilai korelasi antara *happy shopping* dan *self esteem* hanya sebesar -0,055 dengan signifikansi yang sama, yaitu 0,796. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang berarti antara kegiatan *happy shopping* dengan tingkat harga diri anak. Hubungan tersebut bersifat negatif sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan pada kegiatan *happy shopping* tidak berkaitan secara langsung maupun linear dengan perubahan pada tingkat *self esteem* anak-anak di LKSA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kebutuhan Abraham Maslow, yang menyatakan bahwa *self esteem* (harga diri) merupakan

kebutuhan psikologis tingkat tinggi yang tidak dapat dipenuhi hanya dengan pengalaman sesaat atau konsumtif, seperti kegiatan berbelanja. Meskipun kegiatan *happy shopping* dapat memenuhi sebagian kebutuhan dasar dan sosial anak, namun belum cukup untuk membentuk atau meningkatkan harga diri mereka secara mendalam. Hal ini juga sejalan dengan teori *self esteem* Rosenberg, yang menjelaskan bahwa harga diri merupakan hasil dari proses pembentukan diri yang kompleks dan berjangka panjang, serta melibatkan interaksi sosial, penerimaan, dan pengakuan yang konsisten dari lingkungan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *happy shopping* belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan atau peningkatan *self esteem* anak-anak yatim piatu dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka saran-saran berikut disampaikan kepada pihak-pihak terkait:

1. Untuk Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso

Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas perlindungan dan kesejahteraan anak, diharapkan:

- a. Mengembangkan program intervensi psikososial yang berkelanjutan bagi anak-anak yatim piatu di bawah naungan LKSA. Program ini dapat meliputi layanan konseling psikologis yang terstruktur, pelatihan keterampilan hidup (*life skills*), dan program mentoring yang melibatkan

relawan profesional atau alumni panti asuhan yang telah berhasil secara sosial maupun profesional.

- b. Meningkatkan kapasitas pengasuh LKSA melalui pelatihan berkelanjutan mengenai pendekatan pengasuhan berbasis kasih sayang, komunikasi empatik, dan teknik-teknik dukungan emosional yang mampu menunjang pembentukan harga diri anak.
- c. Mendorong kolaborasi lintas sektor, baik dengan lembaga pendidikan, dinas sosial, organisasi psikologi dan komunitas relawan untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan pendukung yang dapat membantu perkembangan psikososial anak yatim piatu.

2. Untuk Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA)

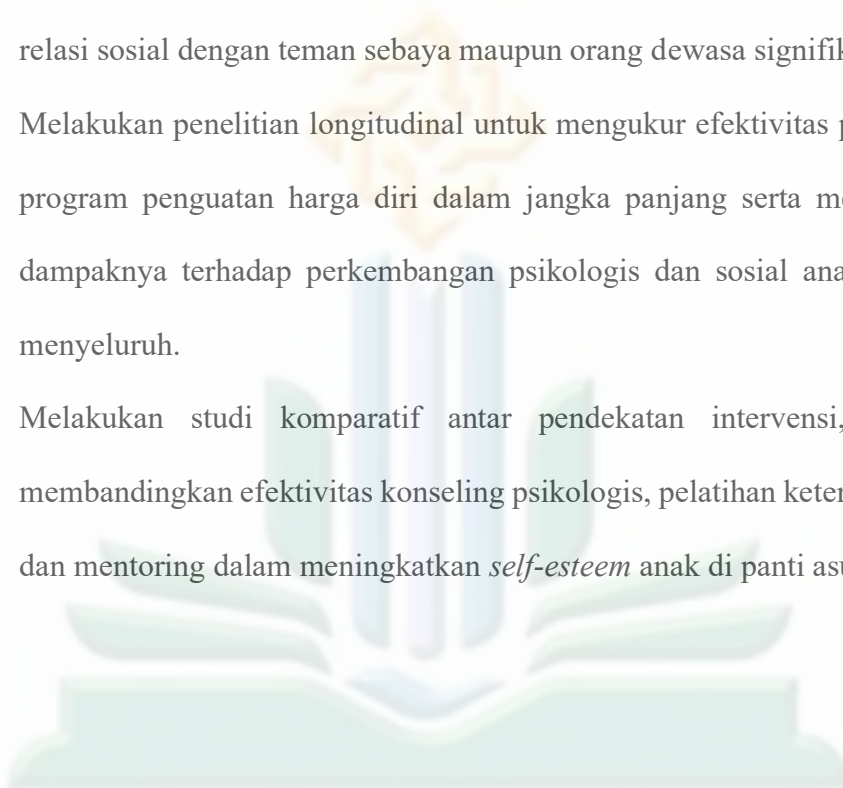
Sebagai pelaksana langsung dalam pengasuhan anak-anak yatim piatu, Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) diharapkan:

- a. Mengintegrasikan kegiatan penguatan harga diri ke dalam program harian anak, seperti melalui sesi refleksi diri, kelompok diskusi positif, kegiatan seni dan kreativitas, serta penghargaan atas pencapaian anak untuk meningkatkan rasa percaya diri.
- b. Membangun jaringan sosial yang sehat bagi anak, termasuk memperluas interaksi dengan lingkungan luar panti seperti sekolah, komunitas remaja dan kegiatan sosial yang memberi kesempatan pada anak untuk merasakan penerimaan dan kebermaknaan secara sosial.

- c. Menyediakan ruang konsultasi psikologis secara berkala baik individu maupun kelompok, sebagai bagian dari upaya deteksi dan intervensi dini terhadap masalah emosional anak.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Menggali variabel-variabel lain yang berpotensi berpengaruh terhadap pembentukan harga diri anak, seperti tingkat dukungan emosional dari pengasuh, pengalaman masa lalu (trauma atau kehilangan), dan kualitas relasi sosial dengan teman sebaya maupun orang dewasa signifikan.
- b. Melakukan penelitian longitudinal untuk mengukur efektivitas program-program penguatan harga diri dalam jangka panjang serta mengamati dampaknya terhadap perkembangan psikologis dan sosial anak secara menyeluruh.
- c. Melakukan studi komparatif antar pendekatan intervensi, seperti membandingkan efektivitas konseling psikologis, pelatihan keterampilan, dan mentoring dalam meningkatkan *self-esteem* anak di panti asuhan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S., Zain, M., & Arjanggih, A. (2021). *Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Self Esteem Remaja*. Jurnal Psikologi, 12(2), 101-110.
- Anwar, C., Rochmawati, N., & Aini, D. K. (2022). *Self esteem And Social*
- Bety, K. A., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Resiliensi Pada Penyintas Covid-19. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 7(1), 13-24.
- Citra Ayu Salma Fuaida. (2022). *Pengaruh Self Talk terhadap Peningkatan Harga Diri pada Remaja Panti Asuhan Yatim dan Dhuafa di Kecamatan Gombang*. Universitas Muhammadiyah Gombang.
- Deasy Kamsih. (2020). *Meningkatkan Self esteem Remaja Melalui Program Pelatihan*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Fitria Salsabila, N., & Khasanah, A. (2022). *Self esteem dalam Perspektif Islam*. Jurnal Agama, 15(1), 22-30.
- Hafizhah Al Husna, Ardiman, Sisazeni, Sri Putri Rahayu. (2022). *Pengaruh Self Esteem dan Self Confidence terhadap Harga Diri Remaja Panti Asuhan*. IAIN Batusangkar.
- Ineke, Putri Dwi Ade P. (2024). *Harga Diri, Resiliensi, dan Dukungan Sosial pada Remaja*. Universitas Gunadarma.
- Khasanah, A., & Kristanti, A. (2020). *Self esteem dan Resiliensi pada Remaja*. Jurnal Kesehatan Mental, 8(2), 75-85.
- Muhammad Faris Almuzaki. (2020). *Pelatihan Selfesteem pada Remaja Yatim Piatu di Panti Asuhan*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Patria, R., & Silaen, A. (2020). *Konsep Diri dan Self esteem pada Remaja*. Jurnal Psikologi Remaja, 11(3), 145-155.
- Support Are Needed To Increase The Resilience Of Student's Mother. *Jurnal Studi Gender*, 17(1), 77- 96.
- Susanto, Muhamad Faris Almuzaki. *Pendampingan Psikologis Berupa Konseling dan Kegiatan Terencana pada Anak-Anak Penghuni Yayasan Anak Shaleh dalam Upaya Meningkatkan Self esteem*. Skripsi. Universitas Sunan Gunung Djati Bandung, 2021.

Syafrudin, Ulwan, Annisa Yulistia, dan Sugiana. *Penguatan Self esteem Anak Panti Asuhan Melalui Program COREL (Cinta, Olahraga, Rekreasi, Edukasi dan Literasi)*. Skripsi. Universitas Lampung, 2020.

Ulwan Syafrudin, Annisa Yulistia. (2021). *Self esteem dan Self-Confidence Anak Panti Asuhan: Suatu Pendekatan Psikologis*. Universitas Muhammadiyah Gombongan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak

Zain, M., et al. (2021). *Self esteem dan Kesehatan Mental Remaja*. Jurnal Kesehatan Mental, 7(1), 30-39.



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Rumusan Masalah	Hipotesis	Metode Penelitian
Pengaruh Kegiatan <i>Happy shopping</i> terhadap <i>Self esteem</i> Anak di LKSA Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso	X = <i>Happy shopping</i> Y = Self-Esteem	<i>Happy shopping</i> : - Intensitas kegiatan - Durasi kegiatan - Jenis barang - Perasaan saat - berbelanja <i>Self-Esteem</i> : - Percaya diri - Harga diri - Kesadaran diri	<i>Happy shopping</i> : - Jumlah uang dibelanjakan - Jumlah item dibeli - Pendampingan Self-Esteem: - Penerimaan diri - Rasa berharga - Kemampuan mengambil keputusan	1. Apakah kegiatan <i>Happy shopping</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>self esteem</i> anak? 2. Bagaimana hubungan antara kegiatan <i>Happy shopping</i> dan <i>self esteem</i> anak?	H0: Tidak ada pengaruh signifikan kegiatan <i>Happy shopping</i> terhadap <i>self esteem</i> anak. H1: Ada pengaruh signifikan kegiatan <i>Happy shopping</i> terhadap <i>self esteem</i> anak.	Kuantitatif deskriptif dengan desain korelasional, teknik sampling jenuh, instrumen: kuesioner & skala RSES

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

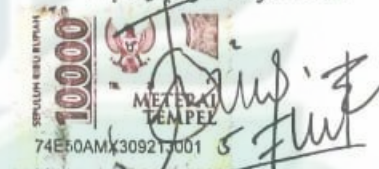
Nama : Tania Salsabila Triandani
NIM : 212103030045
Program Studi : Bimbingan dan Konseling
Islam Fakultas : Dakwah
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa unsur paksaan dari siapapun.

Jember, 26 Mei 2022
Saya yang menyatakan



10000
METEPAK
TEMPEL
74E50AMX309213001

Tania Salsabila Triandani
NIM. 212103030045

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



PEMERINTAH KABUPATEN BONDOWOSO
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Kis Mangunsarkoro No.136 B Telp. (0332) 431678 / Fax. 424495 / Kode Pos : 68216

BONDOWOSO

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 070/ 403 /430.10.5/2025

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Dalam Negeri, (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 316), Sebagaimana telah dirubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 14 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 41 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Dalam Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 168);
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.

Menimbang : Surat Dekan Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember, Nomor : B.1241/Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/01/2025 tanggal 21 Februari 2025

Nama : **TANIA SALSABILA TRIANDANI**

NIM : 212103030045

Alamat : Jalan Letnan Rantam No. 20 RT.03 RW.01 Poncogati, Curahdami, Bondowoso

Pekerjaan : Mahasiswa / UIN KHAS Jember

Nomor Telepon : 082232955149

Judul : **Pengaruh Kegiatan Happy Shopping Terhadap Self Esteem Anak Di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Bondowoso**

Waktu : Bulan Maret 2025

Lokasi : Dinas Sosial, P3AKB Kabupaten Bondowoso

Dengan ketentuan pelaksanaan penelitian agar tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan keamanan dan ketertiban di daerah/lokasi setempat.

Demikian surat keterangan untuk digunakan seperlunya

Dikeluarkan di : Bondowoso

Pada Tanggal : 7 Maret 2025

an. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN BONDOWOSO

Sekretaris



RIRIN MARDIKANINGRUM, S.Sos. M.M.

Pembina Tingkat I

NIP. 19730322 199302 2 001

Tembusan :

1. Bupati Bondowoso;
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Kuesioner Kegiatan *Happy shopping*

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Status : Yatim/Piatu/Yatim Piatu

Petunjuk : Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian berilakan tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapatmu. Tidak ada jawaban benar/salah dan jawaban dijamin kerahasiaannya.

No.	Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Saya merasa senang mengikuti kegiatan <i>happy shopping</i> ini.				
2.	Barang-barang yang saya pilih sesuai dengan kebutuhan saya.				
3.	Para fasilitator sangat membantu selama kegiatan.				
4.	Saya tidak suka diajak belanja bersama dalam kegiatan ini.				
5.	Saya merasa malu menerima bantuan di depan umum.				
6.	Kegiatan ini membuat saya merasa dihargai dan diperhatikan.				
7.	Saya merasa tidak bebas memilih barang yang saya suka.				
8.	Saya merasa kegiatan ini membuat saya terlihat berbeda dari anak lain.				

9.	Saya berharap kegiatan seperti ini bisa dilakukan lagi.				
10.	Waktu berbelanja terasa terlalu cepat dan terburuburu				

Keterangan Skala Likert:

- * **Setuju** : Jika Anda setuju dengan pernyataan tersebut.
- * **Sangat Setuju** : Jika Anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut.
- * **Tidak Setuju** : Jika Anda tidak setuju dengan pernyataan tersebut.
- * **Sangat Tidak Setuju** : Jika Anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.



KUISIONER *ROSENBERG SELF ESTEEM SCALE* (RSES)

A. Data Identitas

Nama :
Jenis kelamin :
Umur :
Kelas :
Pendidikan :

B. Harga Diri

Instruksi : Berikut ini merupakan item pernyataan tentang perasaan anda sendiri secara umum. Silakan pilih dengan tanda (√) seberapa besar setuju atau tidak setuju anda pada setiap pernyataan.

No.	Item/Pernyataan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Secara keseluruhan, saya puas dengan diri sendiri				
2	Kadang - kadang saya berfikir bahwa saya tidak baik dalam segala hal				
3	Saya merasa bahwa saya memiliki sejumlah kualitas yang baik				
4	Saya dapat melakukan seperti sesuatu kebanyakan orang				
5	Saya merasa bahwa saya tidak memiliki				

	banyak hal yang bisa dibanggakan				
6	Kadang-kadang, saya merasa tidak berguna sama sekali				
7	Saya merasa bahwa saya adalah seseorang yang berharga, setidaknya pada bidang yang sama dengan orang lain				
8	Saya berharap dapat memiliki penghargaan lebih untuk diri saya				
9	Seutuhnya, saya cenderung merasa bahwa saya adalah orang yang gagal				
10	Saya mengambil nilai positif terhadap diri sendiri				

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BLUEPRINT KUESIONER *HAPPY SHOPPING* DAN *SELF-ESTEEM*

Blueprint Variabel: *Happy Shopping*

Variabel	Faktor	Indikator	Butir Item	Favorable/ Unfavorable
Happy Shopping	Kepuasan Emosional	Merasa senang dengan kegiatan happy shopping	1	Favorable
		Merasa kegiatan ini dihargai dan diperhatikan	6	Favorable
		Harapan kegiatan serupa di masa depan	9	Favorable
		Merasa malu menerima bantuan di depan umum	5	Unfavorable
		Merasa terlihat berbeda dari anak lain	8	Unfavorable
	Kebebasan Memilih	Barang yang dipilih sesuai kebutuhan	2	Favorable
		Tidak merasa bebas memilih barang	7	Unfavorable
	Pelayanan Fasilitator	Fasilitator membantu selama kegiatan	3	Favorable
	Kenyamanan Kegiatan	Tidak suka diajak belanja bersama	4	Unfavorable
		Waktu berbelanja terasa cepat dan terburu-buru	10	Unfavorable

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Blueprint Variabel: *Self-Esteem* (RSES)

Variabel	Faktor	Indikator	Butir Item	Favorable/ Unfavorable
Self-Esteem	Evaluasi Diri Positif	Puas dengan diri sendiri	1	Favorable
		Memiliki kualitas yang baik	3	Favorable
		Mampu melakukan hal seperti orang lain	4	Favorable
		Merasa seseorang yang berharga	7	Favorable
		Mengambil nilai positif terhadap diri	10	Favorable
	Evaluasi Diri Negatif	Berpikir tidak baik dalam segala hal	2	Unfavorable
		Tidak memiliki hal yang bisa dibanggakan	5	Unfavorable
		Merasa tidak berguna sama sekali	6	Unfavorable
		Mengharapkan penghargaan lebih	8	Unfavorable
		Merasa sebagai orang gagal	9	Unfavorable

Variabel	Jumlah Favorable	Jumlah Unfavorable	Total Butir
Happy Shopping	5	5	10
Self-Esteem (RSES)	5	5	10

Rekapitulasi Hasil Pengisian Kuesioner *Happy Shopping*

No	Nama Responden	Usia	Jenis Kelamin	Status	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	NS	7	Perempuan	Yatim-Piatu	SS	SS	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	STS
2	MR	12	Laki-Laki	Yatim	SS	S	S	STS	STS	SS	STS	STS	S	TS
3	MU	11	Laki-Laki	Yatim	S	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S	TS
4	SNA	11	Perempuan	Yatim	SS	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S	S
5	AAA	8	Laki-Laki	Piatu	SS	SS	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	STS
6	GAAR	10	Laki-Laki	Yatim	SS	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S	TS
7	RA	12	Perempuan	Yatim	SS	S	S	TS	TS	SS	TS	TS	S	TS
8	DARS	8	Perempuan	Yatim	SS	SS	S	STS	TS	S	STS	STS	SS	TS
9	MANA	11	Laki-Laki	Yatim	SS	SS	S	TS	TS	SS	STS	STS	S	S
10	L	12	Perempuan	Yatim	SS	SS	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	TS
11	NIZ	17	Perempuan	Yatim-Piatu	SS	SS	S	STS	TS	S	TS	STS	S	TS
12	SHKN	14	Perempuan	Yatim	S	SS	S	TS	STS	SS	STS	STS	SS	TS
13	SRA	16	Perempuan	Yatim	S	S	S	STS	S	S	TS	TS	S	S
14	KH	9	Perempuan	Yatim	S	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S	TS
15	SF	13	Perempuan	Yatim	SS	SS	S	TS	TS	SS	STS	TS	SS	S
16	DA	12	Perempuan	Yatim	S	SS	S	STS	TS	SS	STS	STS	SS	TS
17	DDA	14	Laki-Laki	Yatim-Piatu	SS	S	S	TS	S	SS	TS	TS	SS	TS
18	SM	6	Perempuan	Yatim-Piatu	SS	SS	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	TS
19	GR	11	Laki-Laki	Yatim	SS	SS	SS	STS	TS	SS	STS	STS	SS	TS
20	MSR	8	Laki-Laki	Yatim	SS	S	SS	STS	TS	SS	TS	STS	SS	TS

21	MPM	13	Laki-Laki	Yatim-Piatu	S	SS	S	TS	S	S	STS	STS	SS	TS
22	AP	15	Perempuan	Yatim-Piatu	SS	SS	SS	STS	STS	S	STS	STS	SS	TS
23	YR	12	Perempuan	Yatim	SS	S	S	TS	TS	S	TS	TS	SS	TS
24	MAB	14	Laki-Laki	Yatim	SS	S	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	TS
25	DSA	15	Perempuan	Yatim	SS	SS	SS	STS	STS	SS	STS	STS	SS	TS

Rekapitulasi Hasil Pengisian Skala *Self Esteem*

No	Nama Responden	Usia	Jenis Kelamin	Status	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	NS	7	Perempuan	Yatim-Piatu	SS	S	SS	SS	TS	TS	SS	TS	STS	SS
2	MR	12	Laki-Laki	Yatim	SS	TS	S	S	S	TS	S	TS	S	S
3	MU	11	Laki-Laki	Yatim	S	S	S	S	TS	S	TS	TS	S	S
4	SNA	11	Perempuan	Yatim	SS	TS	SS	S	TS	STS	S	STS	TS	S
5	AAA	8	Laki-Laki	Piatu	TS	TS	S	S	SS	STS	SS	TS	S	S
6	GAAR	10	Laki-Laki	Yatim	SS	TS	SS	TS	S	TS	SS	STS	S	SS
7	RA	12	Perempuan	Yatim	SS	STS	S	SS	STS	STS	S	STS	TS	SS
8	DARS	8	Perempuan	Yatim	S	S	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S
9	MANA	11	Laki-Laki	Yatim	S	TS	S	S	TS	S	S	STS	TS	S
10	L	12	Perempuan	Yatim	S	STS	S	S	TS	TS	SS	TS	TS	S
11	NIZ	17	Perempuan	Yatim-Piatu	S	S	S	TS	TS	S	SS	TS	TS	SS
12	SHKN	14	Perempuan	Yatim	S	S	SS	SS	TS	S	S	TS	TS	S
13	SRA	16	Perempuan	Yatim	SS	SS	S	S	TS	S	S	S	STS	SS
14	KH	9	Perempuan	Yatim	SS	SS	SS	SS	STS	TS	S	STS	STS	SS

15	SF	13	Perempuan	Yatim	S	TS	S	S	TS	TS	SS	STS	TS	SS
16	DA	12	Perempuan	Yatim	S	STS	S	S	TS	S	SS	TS	TS	S
17	DDA	14	Laki-Laki	Yatim-Piatu	S	TS	S	S	STS	STS	S	STS	TS	SS
18	SM	6	Perempuan	Yatim-Piatu	S	S	S	S	TS	TS	S	TS	TS	S
19	GR	11	Laki-Laki	Yatim	SS	STS	SS	SS	STS	TS	SS	STS	STS	SS
20	MSR	8	Laki-Laki	Yatim	S	TS	S	S	TS	S	SS	TS	TS	S
21	MPM	13	Laki-Laki	Yatim-Piatu	SS	TS	S	S	TS	STS	S	STS	S	SS
22	AP	15	Perempuan	Yatim-Piatu	S	TS	S	S	TS	TS	TS	STS	TS	S
23	YR	12	Perempuan	Yatim	SS	TS	S	SS	TS	STS	S	STS	TS	S
24	MAB	14	Laki-Laki	Yatim	S	TS	S	S	TS	S	SS	TS	TS	S
25	DSA	15	Perempuan	Yatim	S	STS	S	SS	STS	TS	S	TS	TS	SS



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

TABULASI DATA

Kegiatan <i>Happy shopping</i> (X)										Total X
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	32
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	36
3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	34
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	36
4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36
3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	33
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

<i>Self esteem (Y)</i>										Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	35
4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	29
3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	26
4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	34
2	3	3	3	1	4	4	3	2	3	28
4	3	4	2	2	3	4	4	2	4	32
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	37
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	30
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
3	2	3	2	3	2	4	3	3	4	29
3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	30
4	1	3	3	3	2	3	2	4	4	29
4	1	4	4	4	3	3	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33
3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	31
3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	34
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	30
4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	33
3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	30
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	30
3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	34

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERSETUJUAN EXPERT JUDGMENT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisah Prafitralia, M. Pd

NIP : 198905052018012002

Dengan ini menyatakan bahwa lembar kuesioner yang disusun untuk penelitian telah saya teliti, dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Kegiatan Happy Shopping Terhadap Self Esteem Anak Di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso”

Lembar kuesioner tersebut disusun oleh :

Nama : Tania Salsabila Triandani

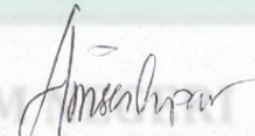
NIM : 212103030045

Prodi : Bimbingan dan Konseling Islam

Telah disetujui dan layak digunakan sebagai instrument penelitian penyelesaian tugas akhir skripsi.

Demikian surat persetujuan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Maret 2025


Anisah Prafitralia, M. Pd
NIP. 198905052018012002

UNIVERSITAS ISLAM
KIAI HAJI ACHMAD
JEMBER



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan *Happy shopping* oleh Kepala Dinas Sosial P3AKB Kabupaten Bondowoso



Gambar 2. Pembagian kelompok dan *briefing* oleh Kepala Bidang Rehabilitasi Sosial



Gambar 3. Kegiatan Belanja didampingi oleh fasilitator



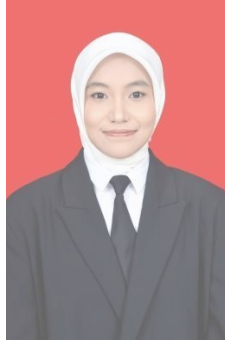
E. Gambar 4. Hasil belanja peserta



F. Gambar 6. Pengisian kuesioner *happy shopping* dan skala *self esteem*



BIODATA PENELITI



A. Biodata Diri

Nama : Tania Salsabila Triandani
NIM : 212103030045
Tempat/Tanggal Lahir : Bondowoso, 21 Mei 2001
Alamat : Jalan Letnan Rantam No.20 RT.
003/RW.001 Desa Poncogati, Kec.
Curahdami, Kab. Bondowoso

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Pertiwi Curahdami : 2006-2008
2. SDN Curahdami 01 : 2008-2014
3. MTsN 2 Bondowoso : 2014-2017
4. Ponpes Nurul Jadid Paiton : 2017-2020
5. Ponpes As-Sa' Adah : 2020-2021
6. UIN KHAS Jember : 2021- sekarang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER