

PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL ANGGKATAN 2016

Muh. Hasbi¹, A. Octamaya Tenri Awaru²
^{1,2}Pendidikan Sosiologi-FIS UNM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh antara konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif korelasi. Teknik dalam menentukan sampel menggunakan random sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 berjumlah 682. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 orang yang diambil dari 15% total populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang ditunjukkan dengan perolehan koefisien korelasi sebesar $r = 0,552$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai tingkat konformitas pada kategori sedang dan perilaku konsumtif rendah. Nilai R^2 (R Square) sebesar 0,304 artinya bahwa persentase pengaruh konformitas mampu menjelaskan 30,4% perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Konformitas, Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of conformity on the consumptive behavior of students of the 2016 Faculty of Social Sciences. The hypothesis proposed is that there is an influence between conformity to consumptive behavior of students of the 2016 Faculty of Social Sciences. This type of research is quantitative correlation. Techniques in determining samples using random sampling. The population in this study were students of the 2016 Faculty of Social Sciences totaling 682. The sample in this study amounted to 103 people taken from 15% of the total population. Data collection is done by using conformity scale and consumptive behavior scale. The data analysis technique used is simple linear regression. The result of data analysis shows that there is influence between conformity and consumptive behavior on the students of Faculty of Social Sciences class of 2016 which is shown by obtaining correlation coefficient of $r = 0,552$ with significance value $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Students of the Faculty of Social Sciences class of 2016 who became the sample of this study have the level of conformity in the medium category and low consumptive behavior. The value of R^2 (R Square) is 0.304 which means that the percentage of the influence of conformity can explain 30.4% of consumptive behavior, while the sisan is explained by other factors not explained in this study.

Keywords: Conformity, Consumptive

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa perubahan diberbagai aspek kehidupan manusia. Salah satunya, globalisasi memberikan kemudahan dalam mengakses informasi menjadi lebih cepat. Jarak tidak lagi menjadi hambatan dalam memperoleh informasi. Kemudahan akses yang diberikan mendorong semakin maraknya iklan iklan produk yang dipromosikan kepada masyarakat. Iklan ini dipromosikan melalui berbagai media, baik media cetak maupun media *online*. Iklan bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk yang diiklankan. Berbagai produk yang diiklankan sangat mudah didapatkan karena telah tersedia di pusat perbelanjaan seperti pasar, *mall*, *supermarket* dan ditempat perbelanjaan lainnya. Kemudahan dalam mendapatkan produk dan pengaruh dari promosi

iklan yang menarik membuat masyarakat tergiur untuk membeli produk yang diiklankan meskipun produk tersebut bukan kebutuhan masyarakat. Sehingga mendorong masyarakat untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Konsumtif disini apabila seseorang hanya membeli untuk mencapai kepuasan semata karena keinginannya bukan karena kebutuhannya. Perilaku konsumtif sudah menjadi salah satu *trend* dari kehidupan masyarakat sehari-hari yang menjerat seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya dialami oleh orang dewasa saja, akan tetapi remaja juga banyak yang terjebak perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena remaja sifatnya masih labil, suka ikut-ikutan teman, dan boros dalam menggunakan uangnya. Faktor-faktor yang menjadi penyebab perilaku konsumtif yaitu, keluarga, kepribadian, sikap dan keyakinan budaya, kelas sosial dan kelompok anutan.

Kelompok anutan merupakan faktor sosial yang mempengaruhi remaja dalam mengambil keputusan. Remaja cenderung mengikuri aturan-aturan yang ada dalam kelompoknya. Keinginan untuk mengubah keyakinan dan perilaku agar terlihat sama dengan temannya atau kelompoknya ini yang disebut konformitas. Konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Tendensi yang diberikan menuntun perubahan sikap dan perilaku individu agar sesuai dengan harapan yang dibentuk oleh kelompok. Tuntutan tersebut harus dipenuhi agar individu dapat diterima dan dapat bertahan di dalam kelompok tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2017), hasil penelitiannya menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja.

Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja banyak yang berperilaku konsumtif. Seperti yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar angkatan 2016. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial berjumlah 682 orang mahasiswa yang tersebar dalam sembilan Jurusan, yaitu Jurusan Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan 78 mahasiswa, Pendidikan Sejarah 75 mahasiswa, Sosiologi 60 mahasiswa, Pendidikan Sosiologi 76 mahasiswa, Pendidikan Antropologi 69 mahasiswa, Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial 75 mahasiswa, Pendidikan Administrasi Perkantoran 78 Mahasiswa, Ilmu Administrasi Negara 90 mahasiswa dan Ilmu Administrasi Bisnis 81 mahasiswa.

Berdasarkan observasi awal fenomena yang ditemukan di lapangan mahasiswa sebagai pelajar yang seyogyanya membelanjakan uangnya untuk membeli buku, alat-alat tulis dan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan untuk keperluan kuliah lainnya dan kebutuhan kehidupannya selama kuliah. Akan tetapi, pada kenyataannya karena perilaku konsumtif mahasiswa membelanjakan uangnya bukan untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi karena keinginan semata, seperti membeli *fashion* yang sedang *trend*, pergi jalan-jalan di *mall*, karaoke bersama teman, dan nongkrog di *cafe*. Berdasarkan Prasurey yang dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016 sebanyak 7 orang. 4 dari 7 mahasiswa melakukan pembelian karena adanya dorongan dari teman dan 5 dari 7 mahasiswa membeli suatu barang karena saran dari teman. Tentunya hal tersebut juga membuktikan bahwa para mahasiswa sudah terpengaruh dengan pola hidup konsumtif dengan indikator pengaruh pergaulan dan pembelian tidak rasional. Dari hasil penelitian terdahulu, prasurey dan observasi di atas, membuat penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif korelasi. Teknik dalam menentukan sampel menggunakan *random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 berjumlah 682. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 103 orang yang diambil dari 15% total populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji normalitas menunjukkan skor *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel perilaku konsumtif sebesar $p = 0,200$ dan $p = 0,200$. Jadi sebaran data perilaku konsumtif dan konformitas memiliki distribusi normal. Uji linearitas antara konformitas dan perilaku konsumtif menghasilkan $p = 0,0213$ ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif. Hasil regresi sederhana menunjukkan seberapa besar pengaruh antara konformitas terhadap perilaku konsumtif dengan perolehan koefisien korelasi sebesar $r = 0,552$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Terdapat pengaruh antara konformitas terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa konformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dengan koefisien regresi sebesar $r = 0,552$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ ($p < 0,05$). Nilai koefisien regresi dan nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara konformitas terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Abid Sidik mengenai “Analisis Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam” yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh William J. Stanton (Mangkunegara, 2012) yang mengungkapkan bahwa ada dua kekuatan yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan dan gambaran diri. Konformitas merupakan kekuatan sosial budaya dari kelompok anutan yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Pengaruh kelompok anutan ini mempengaruhi dalam menentukan produk dan merek yang konsumen gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok. Nugroho J. Setiadi berpendapat bahwa terdapat dua dimensi yang mempengaruhi keputusan pemilihan produk dan merek karena pengaruh kelompok anutan. Dimensi pertama, berkaitan dengan suatu produk dibutuhkan atau benda yang mewah. Dimensi kedua, adalah sejauh mana produk dan merek menarik atau dikenal oleh orang lain. Menurut Priede dan Ferrel mengatakan bahwa kelompok referensi atau kelompok anutan mempengaruhi keputusan pembelian

tergantung pada sejauh mana individu tersebut berkonform dan terpengaruh oleh kelompok serta kekuatan keterlibatannya dalam kelompok.

Masa Mahasiswa merupakan masa mencari jati diri, pencarian jati diri ini ditempuh melalui berbagai cara, salah satunya dengan berteman dan bergabung dengan suatu kelompok. Mahasiswa memilih bergabung dengan suatu kelompok karena memiliki kesamaan pandangan dengan kelompok tersebut. Dalam usaha untuk dapat diterima didalam kelompok, mereka harus mengikuti nilai dan norma yang ada dalam kelompok. Hal tersebut yang mendorong perubahan sikap, tingkah laku maupun penampilannya agar sesuai harapan anggota kelompoknya. Untuk itu mereka rela membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan mereka meskipun barang-barang mereka masih bermanfaat. Hal ini sesuai dengan pendapat Baudrillard yang mengatakan bahwa masyarakat konsumeris masa sekarang tidak didasarkan pada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya. Siapapun bisa menjadi bagian dari kelompok apapun jika sanggup mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Bagaimana, dengan siapa, dan dimana seorang bergaul menjadi symbol bahwa dirinya bagian dari kelompok sosial tersebut. Karena keinginan agar sesuai dengan pola dan harapan kelompok tersebutlah yang mendorong mereka berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian pada variabel konformitas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016 memiliki konformitas pada kategori sedang. Hal yang mendorong konformitas berada dikategori sedang yaitu sebanyak 68,9% atau 71 responden menjawab tidak setuju pada item X₇ yaitu mengenakan pakaian seperti yang dikenakan teman mereka yang merupakan sub indikator dari indikator kekompakan. Selanjutnya terdapat pula 67% atau 69 responden menjawab tidak setuju pada item X₄ yaitu membeli pakaian yang sedang digemari oleh teman mereka. Pada variabe konformitas indikator kesepakatan dan ketaatan nilainya lebih dominan yaitu 59,21% untuk indikator kesepakatan dan 59,95% untuk indikator ketaatan. Sedangkan untuk indikator kekompakan nilainya lebih rendah yaitu 52%. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial tidak mudah terpengaruh dengan teman dekat mereka dan kekompakannya lebih rendah dibandingkan kesepakatannya dan ketaatannya terhadap teman dekat mereka sehingga konformitasnya berada dikategori sedang.

Hasil penelitian pada variabel konformitas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016 memiliki konformitas pada kategori sedang. Hasil uji kategorisasi dari 103 mahasiswa terdapat 95 mahasiswa yang memiliki konformitas sedang dan sisanya 8 mahasiswa memiliki konformitas rendah. Hal yang mendorong konformitas berada dikategori sedang yaitu sebanyak 68,9% responden menjawab tidak setuju pada item X₇ yaitu mengenakan pakaian seperti yang dikenakan teman mereka yang merupakan sub indikator dari indikator kekompakan. Pada variabe konformitas indikator kesepakatan dan ketaatan nilainya lebih dominan yaitu 59,21% untuk indikator kesepakatan dan 59,95% untuk indikator ketaatan. Sedangkan untuk indikator kekompakan nilainya lebih rendah yaitu 52%.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial sebagian besar tidak mudah terpengaruh dengan teman dekat mereka. Kekompakannya berupa penyesuaian diri terhadap kelompok dan perhatian terhadap kelompok lebih rendah dibandingkan kesepakatannya berupa kepercayaan dan kesamaan pendapat dengan kelompok dan ketaatannya berupa kepatuhan dan kesediaan melakukan sesuatu yang menjadi aturan dan norma kelompok. Sehingga konformitasnya berada dikategori sedang.

Hasil penelitian pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016 dalam kategori rendah. Dari 103 mahasiswa terdapat 59 mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif rendah dan sisanya 44 mahasiswa memiliki perilaku konsumtif sedang. Hal yang mendorong tingkat perilaku konsumtifnya rendah yaitu dengan adanya persentase 77,7% responden menjawab tidak setuju untuk melakukan pembelian karena keinginan sesaat dan tanpa pertimbangan hal ini sesuai dengan nilai item tertinggi Y_1 . Selain itu terdapat 44 mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif kategori sedang. Hal yang mendorong perilaku konsumtif sedang yaitu adanya 24,3% yang menjawab sangat setuju untuk tidak membiasakan diri untuk hidup hemat jika memiliki banyak uang dan termasuk orang yang selalu mengikuti *trend* yang ada di masyarakat yang terdapat pada item Y_{12} dan Y_{14} yang merupakan indikator pembelian berlebih atau boros.

Pada variabel perilaku konsumtif indikator pembelian impulsif dan pembelian berlebih nilainya lebih dominan yaitu 48,89% untuk indikator pembelian impulsif dan 48,49% untuk indikator pembelian berlebih. Pembelian impulsif ini berupa pembelian karena keinginan sesaat dan tanpa pertimbangan sedangkan pembelian berlebih berupa pembelian yang boros. Untuk indikator pembelian tidak rasional nilainya lebih rendah yaitu 45,26% berupa pembelian untuk mencari kesenangan dan kepuasan serta mengikuti tren yang ada dalam masyarakat. Meskipun sebagian besar memiliki kategori rendah akan tetapi mahasiswa memiliki kecenderungan melakukan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian ini dikemukakan juga sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 30,4%. Sumbangan efektif dalam hal ini dapat dimaknai dengan adanya pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 30,4%, sehingga 69,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang masih perlu diteliti lebih lanjut.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang ditunjukkan dengan perolehan koefisien korelasi sebesar $r = 0,552$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang menjadi sampel penelitian ini mempunyai tingkat konformitas pada kategori sedang dan perilaku konsumtif rendah. Selain itu dapat dilihat juga koefisien determinasi R_{square} konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 0.304 yang berarti bahwa sumbangan efektif variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 30,4% sehingga terdapat 69,6% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial angkatan 2016 yang tidak dibahas dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK). 2018. Universitas Negeri Makassar.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. 2013. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50-65.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika.

- Pawanti, Mutiara Hastiti. 2013. *Masyarakat konsumeris menurut konsep pemikiran jean baudrillard*. Universitas Indonesia.
- Pride, William. M dan O. C. Ferrel, 1995. *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari*. Jakarta : Penerbit Binarupa Aksara
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Sidik, Muhammad Abid 2017. *Analisis Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015*. Skripsi S1. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Suyasa, P & Fransisca.2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198
- Taylor, Shelley E., Letitia Anne Peplau & David O. Sears. 2009. *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wardhani, Meida Devi. 2009. *Hubungan Antara Konformitas dan harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Skripsi S1. Universitas sebelas Maret Surakarta.