

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat merupakan sekumpulan individu yang saling berinteraksi atau bergaul, dalam istilah ilmiah disebut sebagai interaksi sosial. Suatu komunitas manusia dapat memiliki sarana atau infrastruktur yang memungkinkan anggotanya untuk berinteraksi (Koentjaraningrat 2009). Abdulsyani (2012) menjelaskan bahwa masyarakat atau *community* dapat dipandang dari dua perspektif; pertama, sebagai elemen yang statis, di mana komunitas terbentuk dalam suatu wadah atau tempat dengan batas-batas tertentu, yang mencerminkan bagian dari keseluruhan masyarakat dan dapat disebut sebagai masyarakat setempat, seperti kampung, dusun, atau kota kecil. Masyarakat setempat adalah suatu wilayah di mana sekelompok orang hidup dan berinteraksi, dengan adanya hubungan sosial yang kuat. Di dalamnya terdapat perasaan sosial, nilai-nilai, dan norma yang muncul sebagai hasil dari kehidupan bersama. Kedua, komunitas juga bisa dipandang sebagai elemen yang dinamis, yang melibatkan proses terbentuknya melalui faktor psikologis dan hubungan antar individu. Dalam konteks ini, komunitas dapat mencakup berbagai kepentingan, keinginan, atau tujuan fungsional. Sebagai contoh, masyarakat pegawai negeri, masyarakat ekonomi, atau masyarakat buruh.

Kehidupan bermasyarakat, individu saling berhubungan dan saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan ini menciptakan proses interaksi sosial. Soekanto (2009) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan dinamis antar individu, antar kelompok, maupun antara individu dengan kelompok. Kebutuhan manusia yang beragam dalam hidup bersama, serta keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, membuat alat pemuas kebutuhan, baik barang maupun jasa yang tersedia sangat terbatas. Hal ini mendorong manusia untuk melakukan konsumsi (Mangkunegara, 2002). Mangkunegara menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan individu yang terlibat langsung dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang dan jasa ekonomi, termasuk keputusan-keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

konsumtif ini dapat dilakukan oleh siapa saja. Oleh karena itu, perilaku yang berlebihan tidak hanya mencerminkan upaya manusia untuk dapatkan uang secara efisien, tetapi juga bisa menjadi cara untuk



menunjukkan eksistensi diri dengan cara yang kurang tepat. Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup (lifestyle) masyarakat Indonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan, terutama di kalangan generasi muda dan kelas pekerja. Perubahan ini sering kali berfokus pada konsumsi barang dan jasa yang lebih berorientasi pada status sosial dan keinginan pribadi, ketimbang kebutuhan dasar. Hal ini dikenal dengan istilah gaya hidup konsumtif, di mana seseorang lebih cenderung membeli barang atau jasa yang tidak begitu dibutuhkan, namun didorong oleh tren dan keinginan untuk tampil mengikuti arus mode (Kusumawati, L., & Prasetyo, A, 2021).

Fenomena gaya hidup konsumtif ini tidak hanya mempengaruhi kalangan masyarakat umum, tetapi juga melibatkan segmen pekerja, termasuk karyawan pabrik PT Sasl and Sons Indonesia. Karyawan yang bekerja di sektor industri atau manufaktur, meskipun sering kali memiliki penghasilan tetap, banyak yang terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Adanya tekanan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu seperti gadget terbaru, pakaian branded, atau kendaraan pribadi, turut memicu meningkatnya perilaku konsumtif (Suwandi, S, 2020). Karyawan pabrik PT Sasl and Sons Indonesia, terutama yang berpendapatan terbatas, gaya hidup konsumtif ini dapat menimbulkan masalah finansial yang serius. Mereka seringkali memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan dasar, sehingga berisiko terjebak dalam masalah utang atau kesulitan mengelola keuangan pribadi. Tidak jarang, mereka terpengaruh oleh gaya hidup teman sejawat atau iklan yang disebarluaskan melalui media sosial yang mengarah pada pemborosan dan kurangnya pengelolaan keuangan yang baik (Putri, D., & Setiawan, H, 2019). Perilaku konsumtif ini juga mendorong para karyawan PT Sasl and Sons Indonesia untuk menggunakan layanan pinjaman online yang sering menimbulkan permasalahan serius. Pertama, terdapat kewajiban membayar bunga dan biaya tambahan yang dapat menjadi beban jika tidak dikelola dengan baik. Pinjaman online (pinjol) legal biasanya menawarkan bunga yang lebih jelas dan terukur, tetapi jika tidak dilunasi tepat waktu, biaya bunga dan denda tambahan dapat bertambah signifikan. Kedua, bagi pengguna pinjol ilegal, bunga lebih besar karena bunganya terbilang sangat tinggi dan tidak wajar. Metode penagihannya pun kasar atau intimidatif. Ketiga, pelanggaran hukum saja terjadi, terutama pada pinjol ilegal. Terakhir, jika tidak mampu



melunasi pinjaman, hutang yang menumpuk berpotensi mempengaruhi reputasi kredit seseorang, “Bahkan dalam beberapa kasus di Indonesia bisa terjadi tindakan depresi hingga mengakhiri hidup,” (Wayan 2024).

Pemerintah telah melakukan tindakan pencegahan untuk memberantas praktik pinjaman online (pinjol ilegal). Di awal bulan Agustus 2024, publik dikejutkan dengan pemblokiran 8.271 pinjaman online (pinjol) ilegal oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Angka tersebut termasuk angka yang besar mengingat saat ini pinjol dirasa kian merebak dan meresahkan. Maraknya pinjol ilegal menimbulkan kekhawatiran serius karena praktiknya yang sering tidak transparan dan cenderung eksploitatif dengan jeratan bunga tinggi, penagihan yang tidak etis, dan pelanggaran privasi. Masih banyak masyarakat Indonesia yang justru terjebak di dalamnya, masalah ini semakin menjadi kompleks. Hal ini dikarenakan sistem upah disektor pabrik yang tidak selalu sebanding dengan kebutuhan hidup yang terus meningkat. Di sisi lain, pabrik sebagai tempat kerja juga harus memperhatikan kesejahteraan karyawan agar mereka dapat bekerja dengan baik dan menghasilkan output yang optimal. Oleh karena itu, penting untuk memahami hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan pengelolaan keuangan karyawan pabrik dan dampaknya terhadap produktivitas serta kesejahteraan mereka secara keseluruhan (Prasetyo, A, 2018).

Berawal dari fenomena sosial inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut agar dapat mengetahui sejauh mana perubahan perilaku konsumtif khususnya karyawan pabrik, setelah bekerja di perusahaan tersebut. Untuk mengukurnya peneliti telah menentukan beberapa indikator diantaranya adalah pola konsumsi karyawan, kepemilikan barang, dan perilaku berbelanja.

Berdasarkan data yang penulis peroleh di perusahaan tersebut, penulis masih menemukan gejala-gejala sebagai berikut:

1. Masih banyaknya karyawan membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan bukan kebutuhan.
2. Masih banyaknya karyawan yang tidak mempertimbangkan manfaat, kegunaan, resiko pada barang atau jasa yang dibeli.
3. Masih banyaknya karyawan yang hanya membeli produk untuk mencoba produk baru.



Berdasarkan penjabaran diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti perusahaan tersebut dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Terhadap Perilaku

Konsumtif Karyawan PT Sasl And Sons Indonesia Luwuk Banggai Sulawesi Tengah". Penelitian ini akan berfokus pada perilaku konsumtif pada karyawan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Bagaimana gaya hidup dan perubahan sosial karyawan PT. Sasl and Sons Indonesia?
2. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumtif karyawan PT. Sasl and Sons Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian, yaitu;

1. Menganalisis gaya hidup dan perubahan sosial karyawan PT. Sasl and Sons Indonesia.
2. Menganalisis bentuk-bentuk perilaku konsumtif karyawan PT. Sasl and Sons Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna secara akademik maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran dan memberikan pengetahuan serta pengalaman nyata tentang bagaimana gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku setiap individu dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan kampus.

b. Manfaat Praktis

- Bagi masyarakat penelitian ini kelak dapat memberikat masyarakat pengetahuan tentang dampak dari pola perilaku konsumtif yang berlebihan, baik itu secara positif ataupun negative.
- Bagi Institusi Pendidikan penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi untuk penelitian serupa.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Relevan

Berikut adalah penelitian terdahulu yang dipandang relevan dan dapat dijadikan pendukung dalam penelitian ini:

1. Pengaruh *Shopping Life Style Dan Fashion Involvement* Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya (Japariato dan Sugiharto; 2011) Dinamika perekonomian bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sehingga akan memicu perkembangan gaya hidup dan pola belanja masyarakat (konsumen) yang memiliki ekspektasi makin tinggi, meminta lebih banyak, menginginkan kualitas yang lebih baik dan konsisten. Permasalahan yang dihadapi, konsumen *high income* menunjukkan pola pengeluaran belanja yang fluktuatif, sering kali meleset dari perencanaan keuangan yang telah dibuat. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *shopping life style* dan *fashion involvement* terhadap perilaku *impulse buying* pada masyarakat *high income* Surabaya.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini menggunakan sampel yang tinggal di Surabaya, memiliki pendapatan sendiri, memiliki pengeluaran $\geq$ Rp 1,250,000.00, pernah berbelanja di Galaxy Mall, Lendmarc dan Grand City. Teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier* berganda, yang akan mempermudah untuk melihat peranan *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap perilaku *impulse buying* yang akan diuji. Hasil pengujian menunjukkan Variabel Moderator Variabel Bebas Variabel Tergantung 16 bahwa *hedonic shopping value* dan *fashion involvement* berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pada masyarakat high income Surabaya. Sedangkan dalam penelitian pengaruh gaya terhadap bentuk perilaku konsumtif karyawan PT Sasl and Sons indosenesia Luwuk Banggai Sulawesi Tengah. Penelitian menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan



wawancara mendalam terhadap 11 karyawan di berbagai divisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif karyawan lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan yang bersifat simbolis, seperti gaya hidup dan status sosial, dibandingkan kebutuhan fungsional. Faktor eksternal, terutama pengaruh teman kerja dan media, menjadi determinan utama dalam pola konsumsi.

2. Penggunaan Kartu Kredit Dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya Pada Risiko Gagal Bayar [Sumarto, Andi Subroto, Adil Arianto; 2011] Realisasi dari kartu kredit Non-Performing Loans (NPL) pada periode 2007 hingga 2010 telah mengalami tren peningkatan. Peningkatan NPL telah disebabkan oleh penggunaan kartu kredit dan pembelian kompulsif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan kartu kredit dan pembelian kompulsif terhadap risiko default. Variabel terdiri dari: penggunaan kartu kredit (variabel independen), pembelian kompulsif, dan risiko default (variabel dependen). Dengan menggunakan metode sampling purpose, responden dari penelitian ini adalah pengguna kartu kredit Bank X di Surabaya, dan jumlah sampel 120 responden.

Persamaan dan perbedaan Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan pendekatan statistik inferensial menggunakan pendekatan SEM. kesimpulan penelitian adalah: penggunaan kartu kredit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian kompulsif, penggunaan kartu kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap risiko default dan pembelian kompulsif berpengaruh signifikan terhadap risiko default. Sedangkan penelitian pengaruh gaya hidup terhadap bentuk perilaku konsumtif menjelaskan bahwa perilaku konsumtif karyawan ditinjau dari perspektif kebutuhan sejati dan kebutuhan palsu, serta bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal, seperti pengaruh lingkungan kerja, budaya perusahaan, dan promosi media, memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program edukasi keuangan dan strategi promosi internal yang lebih bertanggung jawab untuk



mengurangi dampak negatif dari perilaku konsumtif di kalangan karyawan.

3. *The Antecedents of Compulsive Buying Behavior: The Mediating Role of Intention to Use Credit Card and Materialism* (Sekarini; 2014) perilaku pembelian kompulsif semakin diakui sebagai masalah yang berkembang di kalangan konsumen pada umumnya. Dianggap sebagai efek samping dari sifat materialisme dan efek samping dari perilaku konsumen, pembelian kompulsif telah di amati oleh berbagai peneliti di sektor pelanggan serta pemasar karena memiliki dampak serius pada individu dan masyarakat.

Penentu utama dari perilaku pembelian yang kompulsif adalah kartu kredit dan materialisme. Kartu kredit sebagai fasilitator terhadap gaya hidup dan alat yang konsumen gunakan untuk mengelola dan mengatur gaya hidup mereka. Oleh karena itu, peningkatan penggunaan kartu kredit dalam gaya hidup konsumen dapat membawa efek ke perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini menganggap keinginan untuk menggunakan kartu kredit dan materialisme sebagai faktor penting bagi perilaku pembelian kompulsif. Nilai *percieved*, *orientasi fashion*, ciri-ciri keperibadian merupakan faktor penting yang menentukan keinginan untuk menggunakan kartu kredit dan materialisme.

Persamaan dan perbedaan penelitian yang ditulis oleh Sekarini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian ini dengan terlebih dahulu mengembangkan 17 kerangka penelitian yang komprehensif untuk perilaku pembelian kompulsif. Model penelitian akan dievaluasi melalui survei kuesioner dengan menargetkan sampel dari nasabah kartu kredit bank di Indonesia. Analisis Data multivariat termasuk SEM (*Structural Equation Model*), dan hirarchical regresi akan diadopsi untuk menguji secara empiris hipotesis penelitian dikembangkan. Hasil penelitian ini dari 343 sampel bahwa keinginan untuk menggunakan kartu kredit dan materialisme cenderung memiliki hubungan yang positif untuk perilaku pembelian kompulsif. Sedangkan peneltian pengaruh gaya hidup terhadap bentuk perilaku konsumtif di Luwuk Banggai Sulewesi Tengah. Hasil penelitian salah satu perubahan besar



yang terjadi adalah pergeseran dari konsumsi berbasis kebutuhan menjadi konsumsi berbasis keinginan dan pengaruh sosial. Karyawan kini tidak hanya mengonsumsi barang untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga untuk menampilkan citra diri atau status sosial di mata orang lain, terutama di media sosial. Produk-produk yang dahulu hanya tersedia untuk kalangan tertentu atau dikota-kota besar, kini dapat dibeli secara daring, dengan kemudahan pembayaran yang semakin beragam.

Studi di atas terdiri atas penelitian yang membahas tentang perilaku konsumtif. Selain itu penelitian ini membahas mengenai berbagai fenomena konsumtif yang terjadi di perusahaan. Fenomena penelitian ini menggunakan teori Herbert Marcuse mengenai perilaku konsumtif dan teori perubahan sosial oleh Auguste Comte, serta konsep gaya hidup yang dikembangkan oleh David Chaney.

Penelitian tentang perilaku konsumtif di Indonesia saat ini lebih didominasi oleh penelitian perilaku konsumtif berdasarkan perspektif psikologi sosial masyarakat maupun hukum. Padahal seperti fenomena lainnya, perilaku konsumtif dapat dipahami dalam multi perspektif. Saat ini sedikit sekali penelitian tentang perilaku konsumtif yang menggunakan perspektif sosial yang dapat ditemukan di Indonesia. Oleh karena itu peneliti melihat hal tersebut sebagai celah untuk meneliti perilaku konsumtif, khususnya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif karyawan yang dikembangkan oleh Herbert Marcuse. Peneliti juga menggunakan teori perubahan sosial oleh Auguste Comte serta gaya hidup oleh David Chaney. Sebagai pisau analisis.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Gaya hidup

Gaya hidup merupakan kata lain dari Life Style, yang didefinisikan sebagai bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah sesuai zaman atau keinginan seseorang untuk berubah gaya hidupnya. Gaya hidup dapat diketahui dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain sebagainya. Selain itu juga, gaya hidup

ilai relatif bergantung dari penilaian orang lain. Gaya hidup berkaitan erat perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.



Berdasarkan pengalaman sendiri yang diperbandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya sesuai dan mana yang tidak sesuai untuk ditampilkan dengan ruang sosial.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.

2.2.1.1 Jenis-jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor (2002), terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut:

- a. *Funcionalists* jenis gaya hidup ini akan menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
- b. *Nurturers* jenis gaya hidup ini banyak dilakukan oleh kaum muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
- c. *Aspirers* jenis gaya hidup ini berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.
- e. *Experientials* jenis gaya hidup ini membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan *convenience*. Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.



- f. *Succeeders* orang dengan gaya hidup ini memiliki rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
- g. *Moral majority* jenis gaya hidup ini memiliki pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap empty-nest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.
- h. *The golden years* orang dengan gaya hidup ini kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
- i. *Sustainers* gaya hidup ini biasanya dilakukan oleh kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
- j. *Subsisters* orang dengan gaya hidup ini memiliki tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

2.2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Amstrong (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan. Adapun penjelasan untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

- a. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.



- b. Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- c. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- d. Konsep Diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.
- e. Motif perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
- f. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2.2.1.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut Well dan Tigert (dalam Engel Dkk, 1994), terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

- a. Kegiatan *Activity* adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pasar perbelanjaan dan cafe.

Minat *Interest* diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap



suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

- c. Opini *Opinion* adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

2.2.2 Perubahan Sosial Teori Evolusi Auguste Comte

Perubahan sosial adalah perubahan unsur-unsur sosial dalam masyarakat, sehingga terbentuk tata kehidupan sosial yang baru dalam masyarakat. Perubahan dalam masyarakat dapat mengenai nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola-pola perilaku, organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial, dan lain sebagainya. Perubahan budaya adalah perubahan unsur-unsur kebudayaan karena perubahan pola pikir masyarakat sebagai pendukung kebudayaan. Unsur-unsur kebudayaan yang berubah adalah sistem kepercayaan atau religi, sistem mata pencaharian hidup, sistem kemasyarakatan, sistem peralatan hidup dan teknologi, bahasa, kesenian, serta ilmu pengetahuan, Comte (dalam Suryono, 2019). Perubahan sosial bukanlah sebuah proses yang terjadi secara tiba-tiba, terlebih lagi ketika perubahan sosial tersebut melibatkan individu atau kelompok sosial sebagai target perubahan. Munculnya gagasan-gagasan baru, temuan baru, atau munculnya kebijakan baru, tidak dapat diterima begitu saja oleh individu atau kelompok sosial tertentu. Perubahan sosial itu bersifat umum meliputi perubahan berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, sampai pada pergeseran persebaran umur, tingkat pendidikan dan hubungan antar warga. Dari perubahan aspek-aspek tersebut terjadi perubahan struktur masyarakat serta hubungan sosial.

Teori perubahan sosial ini menurut pendapat Gillin (dalam Jauhari 2014) mengatakan perubahan-perubahan sosial sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi penemuan-penemuan baru dalam masyarakat. Menurut Talcot Parsons masyarakat akan mengalami perkembangan menuju masyarakat ideal. Masyarakat akan mengalami perkembangan melalui tiga tingkatan



utama yaitu *primitive*, *advanced primitive and archaic*, *historis intermediate*, *seebed societies*, dan *modern societies*. Parsons (dalam Wirawan, 2012) meyakini bahwa perkembangan masyarakat berkaitan erat dengan perkembangan keempat unsur subsistem utama yaitu kultural (Pendidikan), kehakiman (integrasi), pemerintahan (pencapaian tujuan), dan ekonomi (adaptasi). Perubahan masyarakat perlu diketahui sebab-sebab yang melatarbelakangi terjadinya perubahan itu. Apabila diteliti lebih mendalam sebab terjadinya perubahan masyarakat, dapat terjadi karena adanya sesuatu yang dianggap sudah tidak lagi memuaskan. Atau karena ada faktor baru yang lebih memuaskan masyarakat sebagai pengganti faktor yang lama.

Penyebab yang bersumber dalam masyarakat itu sendiri antara lain yaitu bertambah atau berkurangnya penduduk, penemuan-penemuan baru, pertentangan-pertentangan dalam masyarakat, terjadinya pemberontakan atau revolusi di dalam tubuh masyarakat itu sendiri. Sedangkan sebab-sebab yang berasal dari luar masyarakat yaitu lingkungan fisik yang ada di sekitar manusia dan pengaruh kebudayaan masyarakat lain. Menurut teori evolusi, perubahan sosial pada dasarnya merupakan gerakan searah, linier, progresif, dan perlahan-lahan (evolutif) yang membawa masyarakat berubah dari tahapan primitif ke tahapan yang lebih maju dan membuat berbagai masyarakat memiliki bentuk dan struktur serupa. Teori ini berpendapat bahwa semua kelompok masyarakat memiliki arah yang tetap yang dilalui oleh semua kelompok masyarakat. Salah satu teoritikus yang termasuk kelompok ini adalah Comte (dalam Soekanto 1974). Cara merumuskan perkembangan masyarakat yang bersifat evolusioner menjadi tiga tahapan, yaitu:

- a. Tahap Teologis. Tahap teologis bersifat melekatkan manusia kepada selain manusia seperti alam atau apa yang ada dibalikinya. Pada zaman ini atau tahap ini seseorang mengarahkan rohnya pada hakikat batiniah segala sesuatu, kepada sebab pertama, dan tujuan terahir segala sesuatu. Pada tahap ini manusia dan semua fenomena diciptakan oleh zat adikodrati, ditandai dengan kepercayaan manusia pada kekuatan jimat. Periode ini dibagi menjadi tiga subperiode, yaitu *fetisme* (bentuk pikiran yang dominan am masyarakat *primitive*, meliputi kepercayaan bahwa semua benda memiliki kelengkapan kekuatan hidupnya sendiri), *politheisme* (muncul gapan bahwa ada kekuatan-kekuatan yang mengatur kehidupan atau



gejala alam), dan monotheisme (kepercayaan dewa mulai diganti dengan yang tunggal, dan puncaknya ditunjukkan adanya katolisme).

- b. Tahap Metafisika. Pada tahap ini manusia menganggap bahwa pikiran bukanlah ciptaan zat adikodrati, namun merupakan ciptaan kekuatan abstrak, sesuatu yang benar-benar dianggap ada yang melekat dalam diri seluruh manusia dan mampu menciptakan semua fenomena. Tahap metafisika atau abstrak, merupakan tahapan manusia masih tetap mencari sebab utama dan tujuan akhir, tetapi manusia tidak lagi menyandarkan diri pada kepercayaan akan adanya kekuatan gaib, melainkan kepada akalanya sendiri, akal yang telah mampu melakukan abstraksi guna menemukan hakikat sesuatu.
- c. Tahap Positivistik. Tahap positif merupakan tahap pemungkas dari hukum tiga tahap, atau bisa disebut tahap final. Tahap positif berusaha untuk menemukan hubungan seragam dalam gejala. Pada zaman ini seseorang tahu bahwa tiada gunanya untuk mempertanyakan atau pengetahuan yang mutlak, baik secara teologis ataupun secara metafisika. Orang tidak mau lagi menemukan asal muasal dan tujuan akhir alam semesta atau melacak hakikat yang sejati dari segala sesuatu dan dibalik sesuatu. Pada zaman ini orang berusaha untuk menemukan hukum segala sesuatu dari berbagi eksperimen yang akhirnya menghasilkan fakta-fakta ilmiah, terbukti dan dapat dipertanggung jawabkan.

Tahap positif atau riil merupakan tahap dimana manusia telah mampu berpikir secara positif atau riil atas dasar pengetahuan yang telah dicapainya yang dikembangkan secara positif melalui pengamatan, percobaan, dan perbandingan. Pada zaman ini menerangkan berarti: fakta-fakta yang khusus dihubungkan dengan suatu fakta umum. Segala gejala telah dapat disusun dari suatu fakta yang umum saja. Pada tahap ketiga itulah aspek humaniora dikerdilkan ke dalam pemahaman positivistik yang bercorak eksak, terukur, dan berguna. Ilmu-ilmu humaniora baru dapat dikatakan sejajar dengan ilmu-ilmu eksak manakala menerapkan metode positivistik. Di sini mulai terjadi metodolatri, pendewaan terhadap aspek metodologis. Dilihat dari sudut pandang teori evolusi yang dikemukakan oleh Comte (dalam Soekanto 1974), perubahan pada perilaku manusia dapat dipandang sebagai respons terhadap dinamika masyarakat modern yang bergerak menuju tahap positif. Dalam tahap ini,



teknologi, pasar global, dan modernisasi menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan, seperti tekanan finansial dan pergeseran nilai sosial, yang memengaruhi kesejahteraan karyawan. Pemahaman mendalam tentang dinamika ini dapat membantu perusahaan dan individu menciptakan keseimbangan antara konsumsi dan kesejahteraan ekonomi.

2.2.3 Teori Konsumtif

Kata 'Konsumtif' seringkali diartikan dengan 'Konsumerisme' karena memang arti dari keduanya yang tidak terlalu berbeda, bahkan cenderung mirip. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 2024) konsumtif diartikan dengan bersifat konsumtif (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) dan beruntung pada hasil produksi pihak lain. Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana masyarakat hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan. Istilah konsumtif biasanya pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan gejala konsumtif. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan *need* atau pembelian lebih didasarkan pada faktor keinginan *want*. Sejalan dengan Tambunan (dalam Thohiroh, 2015), perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan n. Seorang individu harus membuat keputusan untuk membeli sesuatu tak mengetahui konsekuensi pilihan tindakannya pada satu hal atas hal 1. Contohnya mode pakaian wanita merupakan bagian dari siklus



berkesinambungan yang memunculkan satu mode pakaian kemudian diganti oleh mode pakaian lainnya. Mode pakaian seseorang disesuaikan dengan respons pikiran orang lain.

Konsumerisme adalah paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang (mewah) sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya; gaya hidup yang tidak hemat. Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Konteks masyarakat kapitalis modern mengkritik konsumsi dalam masyarakat yang dikelola melalui produksi massal, media, dan teknologi untuk menciptakan kebutuhan palsu.

Berikut poin-poin penting teori Herbert Marcuse (2016):

1. Kebutuhan sejati dan kebutuhan palsu

- Kebutuhan sejati mencakup kebutuhan dasar manusia, seperti kebebasan, makanan, tempat tinggal, dan pengembangan diri.
- Kebutuhan palsu adalah kebutuhan yang diciptakan oleh sistem kapitalis melalui iklan dan budaya konsumtif. Produk-produk ini tidak benar-benar diperlukan untuk kesejahteraan manusia, tetapi dirancang untuk mempertahankan dominasi kapitalisme dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

2. Dominasi melalui konsumsi

- Masyarakat modern digerakkan oleh konsumsi yang dikendalikan oleh kebutuhan palsu. Konsumsi berlebihan menumpulkan kesadaran kritis masyarakat terhadap ketidakadilan sosial.
- Marcuse melihat budaya konsumsi sebagai alat dominasi yang menjauhkan manusia dari kebebasan sejati.

3. Reifikasi dan alienasi



Konsumsi menyebabkan reifikasi, di mana manusia memandang hubungan sosial dan diri mereka sendiri sebagai produk yang dapat diperdagangkan.

- Proses konsumsi ini mengalienasi individu dari potensi sejati mereka, membuat mereka merasa puas hanya dengan materialisme tanpa mempertanyakan realitas sosial.

4. Masyarakat satu dimensi

- Dalam masyarakat modern, individu menjadi "satu dimensi" karena pola pikir konsumtif membuat mereka terjebak dalam kenyamanan material tanpa menyadari dominasi sistem kapitalis.
- Pola pikir kritis dan refleksi terhadap kebebasan sejati digantikan oleh pencarian barang dan layanan yang menawarkan kepuasan instan.

5. Teknologi dan konsumsi

- Teknologi, alih-alih membebaskan manusia, digunakan untuk memperkuat pola konsumtif dengan menciptakan produk baru yang dianggap "dibutuhkan". Marcuse mengkritik bagaimana teknologi dimanipulasi untuk menciptakan ketergantungan pada konsumsi.

Gagasan Marcuse sangat relevan dalam era media sosial dan digital saat ini, di mana kebutuhan palsu terus-menerus diciptakan melalui iklan personalisasi, budaya selebriti, dan tekanan sosial. Konsumsi bukan hanya ekonomi, tetapi juga budaya dan psikologis, memperkuat dominasi kapitalisme global.

2.2.3.1 Indikator perilaku konsumtif

Menurut Sumartono, karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.



- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar kebutuhan atau manfaat). Pembeli cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu symbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
- f. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk. Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan diri.
- h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya. Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Berikut aspek-aspek yang terdapat dalam teori Erich Fromm (dalam Indriana, 2005): yang dapat disimpulkan karakteristik umum perilaku konsumtif yaitu:

- a. Pembelian yang impulsif



adalah pembelian yang dilakukan tanpa rencana. Pembelian itu dibagi menjadi dua, yaitu pembelian yang disugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian tanpa rencana berdasarkan ide saran orang lain. Sedangkan

pembelian pengingat adalah pembelian tanpa rencana yang didasarkan pada ingatan saja.

b. Pembelian yang tidak rasional

Menurut Loudon Bitta (1993) menunjukkan bahwa faktor emosional berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan, dan status sosial. Perbedaan dengan faktor rasional yang menekankan pada kebutuhan yang sesungguhnya.

c. Pembelian yang bersifat pemborosan Adalah pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar dari pada pendapatannya yang digunakan untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

2.2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

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

a. Faktor eksternal perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yaitu faktor kebudayaan dan faktor sosial.

1) Faktor Kebudayaan

a) Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

b) Subbudaya setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c) Kelas sosial kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.



2) Faktor Sosial

- a) Kelompok referensi kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok disasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu. Orang pada umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara, pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga memengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.
- b) Setiap keluarga dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
- c) Peran dan status seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.



Faktor internal juga terdiri dari dua, yaitu faktor pribadi dan faktor psikologi.

1) Faktor Pribadi

- a) Usia pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Remaja biasanya dengan mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.
- b) Pekerjaan seseorang dengan pekerjaan berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.
- c) Keadaan ekonomi orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.
- d) Kepribadian dan konsep diri kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumtif. Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.
- e) Gaya hidup gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

2) Faktor Psikologis

- a) Motivasi beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan diakui, kebutuhan harga diri, atau



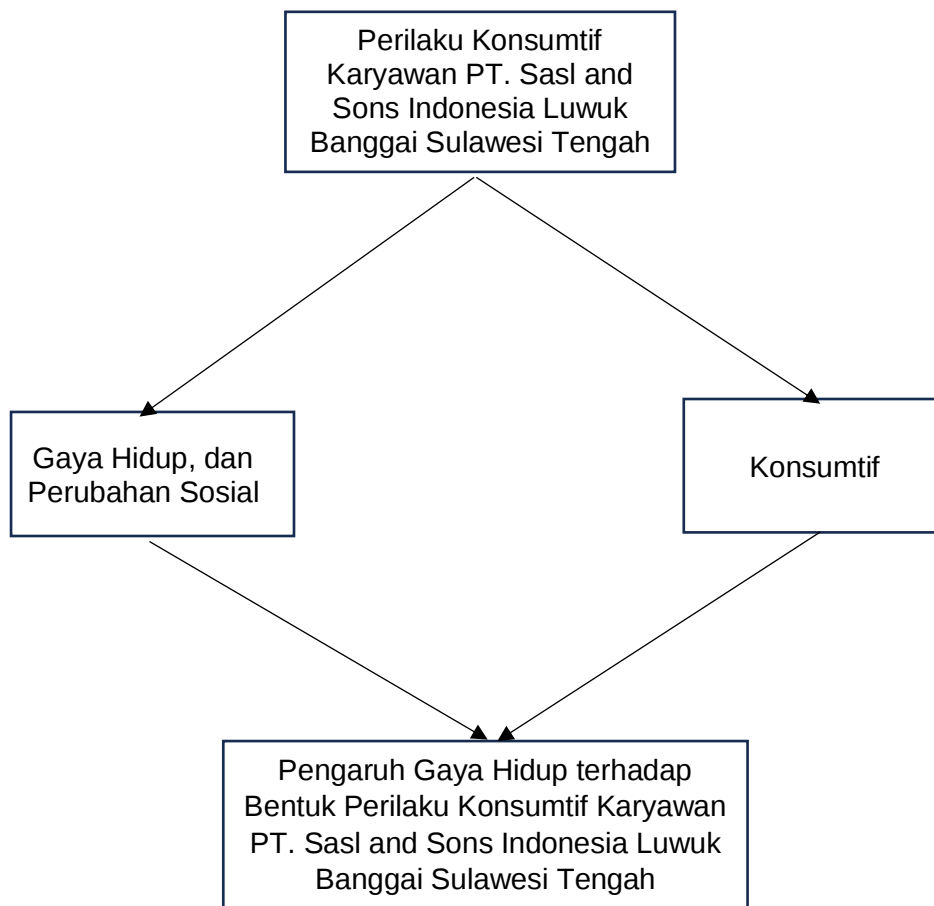
kebutuhan diterima. Motivasi dapat mendorong seseorang karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang/jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.

- b) Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Dengan persepsi yang baik maka motivasi bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.
- c) Kepercayaan dan sikap melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.



2.5. Kerangka Berpikir

Analisis mengenai pengaruh gaya hidup terhadap bentuk perilaku konsumtif Karyawan PT. Sasl and Sons Indonesia Luwuk Banggai Sulawesi Tengah ditentukan dengan menggunakan teori konsumtif, gaya hidup dan perubahan sosial. Lebih jelaskan alur penelitian ini akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pikir penelitian (Sumber: Data olahan peneliti)

