

**PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF KELOMPOK BURUH DI  
KECAMATAN TAMAN SIDOARJO**

**(Studi Konsumen JB Beauty)**

**Ditinjau Dari Teori Masyarakat Konsumsi Jean Paul Baudrillard**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam  
Bidang Sosiologi**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**Oleh :**

**ANNISA ULYA**

**NIM I93218063**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI FAKULTAS ILMU  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA JANUARI 2022**

## PERNYATAAN

### PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Ulya

NIM : I93218063

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di  
Kecamatan Taman Sidoarjo.

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 28 Januari 2022

Yang menyatakan



Annisa Ulya

I93218063

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah memeriksa dan memberikan arahan terhadap proposal skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Annisa Ulya

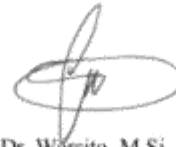
NIM : 193218063

Program Studi : Sosiologi

Yang Berjudul : **Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Kecamatan Taman, Sidoarjo**, saya berpendapat bahwa proposal skripsi saya dapat diajukan untuk diseminarkan.

Surabaya, 28 Januari 2022

Pembimbing



Dr. Warsito, M.Si

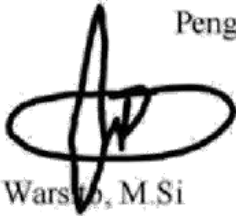
NIP : 195902091991031001

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Annisa Ulya dengan judul: **Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Kecamatan Taman, Sidoarjo** telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 02 Februari 2022

### TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Dr. Warsito, M.Si  
NIP: 195902091991031001

Penguji II



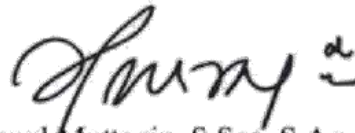
Dr. Amin Tohari, S.Ag, M.Si, M.Pd.I  
NIP: 197007082000031004

Penguji III



Amal Taufiq, S.Pd, M.Si  
NIP: 197008021997021001

Penguji IV



Husnul Muttaqin, S.Sos, S.Ag, M.S.I  
NIP: 197801202006041003

Surabaya, 11 Februari 2022

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Akh. Muzakki, Grad. Dip, SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.d

NIP: 19740209199803100



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

---

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Ulya  
NIM : I93218063  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial & Politik / Sosilologi  
E-mail address : annisaulya03@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Perubahan perilaku konsumtif kelompok buruh di Kecamatan Taman, Sidoarjo.

.....

.....

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Maret 2022

Penulis

( ANNISA ULYA )  
*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

**Annisa Ulya, 2022, *Perubahan Perilaku Konsumtif Kaum Buruh Pabrik di Taman Sidoarjo***, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

**Kata Kunci:** Perubahan perilaku, Konsumtif, Buruh Pabrik

Penelitian ini merupakan penelitian perubahan perilaku konsumtif pada kaum buruh, hal ini dipengaruhi oleh lingkungan social yang baru sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumtif pada kelompok buruh dan mengetahui dampak yang diperoleh kelompok buruh ketika mengalami perubahan perilaku menjadi konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu founder JB Beauty, CO-Founder Jb Beauty, Karyawan JB Beauty, dan Kelompok Buruh Pabrik yang berdomisili di daerah Taman Sidoarjo.

Teori yang digunakan dalam analisa fenomena perubahan perilaku konsumtif pada kelompok buruh adalah teori konsumsi milik Jean Paul Baudrillard. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Dari hasil penelitian diatas terkait perubahan perilaku konsumtif kelompok buruh menyatakan bahwa adanya unsur eksistensi yang terjadi pada suatu individu maupun kelompok sehingga sadar maupun tidak keberlangsungan perubahan perilaku konsumtif terjadi pada masyarakat buruh (2) Terkait dampak yang akan diterima bagi kelompok buruh yang memiliki perilaku konsumtif menyatakan bahwa dampak yang dirasakan kelompok buruh setelah melakukan perilaku konsumtif sangatlah berdampak bagi kehidupan di masa depan, namun kehadiran dampak negative tidak secara kontan dirasakan oleh pelaku perilaku konsumtif, namun dalam jangka panjang dirasakan secara signifikan, dampak perilaku konsumtif menyebabkan individu tidak memiliki dana darurat yang berguna di masa yang akan datang.

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>E. Definisi Konseptual</b> .....	<b>8</b>
<b>F. Sistematika Pembahasan</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II : KERANGKA TEORITIK</b> .....	<b>14</b>
<b>A. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>14</b>
<b>B. Kajian Pustaka</b> .....	<b>23</b>
<b>C. Kerangka Teori</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
<b>A. Jenis Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>B. Lokasi Dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>37</b>
<b>C. Pemilihan Subyek Penelitian</b> .....	<b>37</b>
<b>D. Tahap-Tahap Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>40</b>

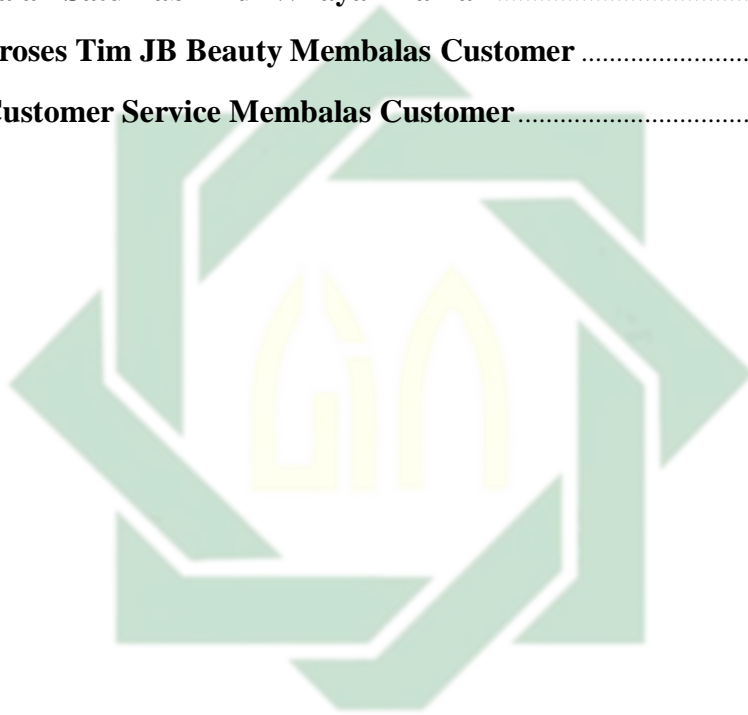
<b>F. Teknik Analisis Data</b> .....	<b>42</b>
<b>G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	<b>43</b>
<b>BAB IV : PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF KRLOMPOK BURUH DI WILAYAH TAMAN SIDOARJO</b> .....	<b>46</b>
<b>A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian</b> .....	<b>46</b>
<b>B. Sejarah JB Beauty</b> .....	<b>61</b>
<b>C. Perubahan Perilaku Konsumtif Krlompok Buruh Di Wilayah Taman Sidoarjo</b> .....	<b>66</b>
<b>1. Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh</b> .....	<b>66</b>
<b>2. Dampak Perilaku Konsumtif Bagi Kelompok Buruh</b> .....	<b>75</b>
<b>D. Perubahan Perilaku Konsumtif Krlompok Buruh Di Wilayah Taman Sidoarjo     (Ditinjau Dari Teori Konsumtif Jean Paul Baudrilliard)</b> .....	<b>81</b>
<b>BAB V : PENUTUP</b> .....	<b>84</b>
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>84</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>84</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>90</b>


  
 UIN SUNAN AMPEL  
 S U R A B A Y A



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 Tim JB Beauty</b> .....	<b>64</b>
<b>Gambar 4.2 Deretan Home Industry di Wilayah Taman</b> .....	<b>67</b>
<b>Gambar 4.3 Deretan Perusahaan Pabrik di Wilayah Taman</b> .....	<b>68</b>
<b>Gambar 4.4 Salah Satu Pabrik di Wilayah Taman</b> .....	<b>69</b>
<b>Gambar 4.5 Proses Tim JB Beauty Membalas Customer</b> .....	<b>72</b>
<b>Gambar 4.6 Customer Service Membalas Customer</b> .....	<b>78</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1 Daftar Informan .....</b>	<b>.....</b>
<b>Tabel 4.1 Luas Daerah dan Jumlah Pulau .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.2 Tinggi Wilayah dan Jarak ke Ibukota Kabupaten .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.3 Tabel Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4.4 Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan di Kabuten Sidoarjo</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.5 Tabel Dinamika Penduduk Menurut Kecamatan.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.6 Proyeksi Penduduk Kabupaten Sidoarjo Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.7 Tabel Jumlah Mini Market, Kelompok Pertokoan, Pasar Tradisional, dan Pasar Hewan .....</b>	<b>57</b>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Pertemuan dengan kebudayaan luar yang masuk Indonesia mempengaruhi proses asimilasi kebudayaan yang ada di Indonesia, proses asimilasi kebudayaan Indonesia memberikan dampak kepada budaya Indonesia menjadi lebih berkembang dan meluas. Budaya merupakan suatu identitas bangsa yang harus dijaga dan dilestarikan supaya kebudayaan tidak hilang dicuri atau pun memudar karena tidak ada penerus yang melestarikan. Kebudayaan perlu dijaga dan dilestarikan supaya menjadi warisan anak cucu kelak yang akan menjadi penurus bangsa Indonesia.

Menjaga dan melestarikan budaya merupakan salah satu tanggung jawab para generasi muda penerus bangsa, tidak hanya itu penerus muda juga harus selalu mensupport kebudayaan Indonesia agar selalu dikenang oleh masyarakat luas. Sudah banyak kasus yang membuktikan bahwa budaya kita banyak yang dicuri dan diambil alih oleh Negara lain, hal ini terjadi karena ketidakpedulian para generasi penerus bangsa. Kasus ini merupakan pelajaran yang berharga bagi masyarakat Indonesia, karena kebudayaan Bangsa Indonesia adalah harta yang memiliki nilai cukup tinggi di mata masyarakat Dunia.

Kesadaran masyarakat sebagai warga negara yang hidup dalam keberagaman dan lintasan negara dari berbagai budaya internasional, menjadikan budaya yang terbentuk dan memiliki keunikan tersendiri. Di sisi lain, hal ini menimbulkan tantangan dalam mempertahankan, tradisi, dan adat budaya di tengah maraknya modernisasi di Negara Indonesia. Yang diperlukan saat ini adalah sebuah kesadaran dari setiap individu akan pentingnya menjaga dan melestarikan suatu kebudayaan yang sudah ada, dengan mensupport dan mendalami kebudayaan tersebut maka akan tercipta kelestarian suatu budaya yang kelak akan diwariskan oleh penerus bangsa lainnya.

Seiring perkembangan zaman, saat ini perubahan pola hidup telah terjadi di seluruh dunia. Tidak hanya dalam sistem politik, perekonomian, ataupun teknologi, tetapi social budaya juga mengalami perubahan. Pemicu utama dalam perubahan bidang sosial budaya yaitu perubahan pesat dalam bidang teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Seluruh dunia dimudahkan oleh teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan. Perubahan pesat dalam bidang teknologi dan informasi ini hamper diterima oleh seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia. Tidak bisa dipungkiri kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi mampu menggerakkan segala aspek seperti, pendidikan, perekonomian dan sosial masyarakat.

Masyarakat memiliki sifat yang dinamis, artinya masyarakat selalu bergerak ke arah perubahan. Perubahan yang terjadi dapat berdampak besar sehingga berubah pula pada aspek-aspek sosial dalam masyarakat ataupun hanya berdampak kecil sehingga tidak mengubah tatanan yang ada di masyarakat. Perubahan di 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.<sup>1</sup>

Fajrun Haq (2017:1) Modernisasi lah yang berhasil melakukan perubahan, modernisasi berhasil membawa budaya barat masuk ke Indonesia sehingga masyarakat pun kesulitan untuk membedakan karena masyarakat saat ini tidak bisa memfilter budaya dari luar dengan budaya kita sendiri. Salah satu budaya turun temurun dan tetap bertahan di Indonesia yaitu budaya konsumtif. Budaya konsumtif memang tidak bisa dikatakan salah satu budaya Indonesia, tetapi budaya konsumtif sudah mendominasi sebagian besar masyarakat Indonesia yang bertinggal di perkotaan dan budaya tersebut sudah melekat pada masyarakat perkotaan.

Dalam kajian Sosiologi-Ekonomi, telah banyak terbukti bahwa yang namanya perilaku konsumsi masyarakat seringkali tidak sepenuhnya rasional, dan bahkan tak jarang irrasional. Artinya, ketika konsumen membeli sebuah produk, tidak selalu yang menjadi pertimbangan utama adalah kalkulasi untung-rugi dari segi ekonomis.

---

<sup>1</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2006), 22

Seseorang ketika membeli sebuah produk, selain mempertimbangkan kegunaan atau relevansi manfaat dari produk itu bagi kepentingan dirinya, yang tak kalah penting acapkali pula yang menjadi bahan pertimbangan adalah hal-hal di luar fungsi intrinsik produk itu, terutama dari perspektif *Cultural Studies* disebut gengsi, citra, dan berbagai hal yang berkaitan dengan gaya hidup (*life style*).

Masyarakat selalu mengalami perubahan sosial baik dalam nilai maupun struktur, baik secara revolusioner maupun evolusioner. Perubahan perilaku juga dipengaruhi oleh gerakan sosial individu dan kelompok sosial yang merupakan bagian dari masyarakat. Gerakan sosial dalam masyarakat dunia dapat muncul dalam berbagai bentuk kepentingan, seperti mengubah struktur hubungan sosial, mengubah pandangan hidup, dan kepentingan merebut peran politik (kekuasaan).<sup>2</sup>

Perubahan akibat pembangunan yang berlangsung dengan pesat, memberikan kemakmuran bagi masyarakat juga memberi pengaruh terhadap lingkungan social, dan ekonomi setempat. Oleh karena itu, setiap pembangunan industri harus memperhitungkan dampak yang mungkin ditimbulkan, yaitu berupa dampak positif dan juga dampak negative.

Dampak positif dari perubahan akibat adanya pembangunan industri di lingkungan masyarakat diharapkan dapat memberikan aneka ragam kehidupan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Artinya, kehadiran kawasan industri

---

<sup>2</sup> Novri Susan, *Pengantar Sosiologi Konflik*, (Jakarta: Kencana 2009), hal 19

akan menciptakan peluang kerja dari sector industry berupa buruh pabrik yang dapat mendorong peningkatan pendapatan masyarakat ke arah yang lebih baik dan lebih merata. Dampak negative dari adanya pembangunan industry yaitu adanya perubahan perilaku bagi masyarakat buruh sebagai pekerja dikawasan industry, yaitu perilaku konsumtif.

Dimensi-dimensi hubungan social dan gaya hidup di mulai berubah dan menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern sesuai kemampuan dan akses yang dimiliki.<sup>3</sup> Masyarakat mengalami perubahan perilaku terhadap kondisi social ke tahap berikutnya atau menuju taraf kehidupan yang semakin kompleks. Menurut Durkheim (dalam Beilhardz, 2005) mengungkapkan,

<sup>3</sup>HUXEDKDQ VRFLDO \DQJ WHUMDGL DNLEDW PRGHUQLWDV VHFDUD ODPEDW ODXQ

menggeser pola kehidupan social masyarakat secara perlahan, pembagian kerja karena proses industrialisasi, pencerahan dan individualism telah bergeser nilai-nilai social masyarakat khususnya pada ikatan-LNDWDQWUDGLVLRQDOPDV\DUDNDW´

Semakin berkembangnya zaman, perkembangan budaya konsumtif semakin menunjukkan pengaruh yang besar bagi masyarakat. Masyarakat semakin berlomba-lomba untuk mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern atau biasa disebut dengan modernitas. Maksudnya yaitu

---

<sup>3</sup> Raharj, pengantar Sosiologi Pedesaan dan Pertanian, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2010), hal 194

siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.<sup>4</sup>

Perilaku konsumtif yang terjadi dalam kehidupan saat ini merupakan suatu proses atau tindakan membeli barang tanpa pertimbangan dan tidak didasari dengan faktor kebutuhan. Masyarakat yang berperilaku konsumtif beranggapan melakukan hal tersebut untuk bertahan bahkan untuk menaikkan status sosial di lingkungan mereka.

Menurut Ainun (2017:94) Pada masa sekarang ini banyak masyarakat cenderung mempunyai sifat perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang terlalu berlebihan akan memberi dampak negatif seperti sifat boros, yang menghambur-hamburkan uang yang hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan saja.

Perilaku konsumtif dapat menunjukkan status sosial dan identitas diri, perilaku konsumtif banyak ditemui di daerah perkotaan dimana fenomena tersebut sudah menjadi ciri khas dari setiap daerah di perkotaan di Negara Indonesia. Faktor utama seseorang melakukan perilaku konsumtif yaitu berasal dari lingkungan sosialnya, apabila individu berada pada lingkungan sosial yang sangat memperhatikan style maka besar kemungkinan individu tersebut akan terpengaruh karena sebuah harga dirinya. Hal ini juga bergantung pada kuat tidak nya individu tersebut, apabila kondisi emosional tidak stabil dan tidak memiliki kekuatan yang mereka tanamkan, maka individu tersebut akan terjebak dalam perilaku konsumtif

---

<sup>4</sup> David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), hal 40



yang menghalalkan segala cara untuk keinginan dengan harapan akan mendapatkan kepuasan semata.

Saat ini sedang marak dengan produk kecantikan, dimana kualitas produk lokal saat ini tidak kalah dengan kualitas produk luar. Orang-orang yang memiliki kekuasaan dan kehidupan yang terjamin tentu berlomba-lomba untuk menciptakan suatu produk kecantikan yang bisa menarik masyarakat, tidak sedikit para artis ataupun public figure juga tertarik dalam membuat brand kosmetik sehingga menarik para fans nya untuk membeli produk kosmetik tersebut. Produk kecantikan merupakan produk yang paling penting di era saat ini, dimana semua masyarakat maupun individu yang akan dilihat paling pertama adalah penampilan. Sebuah produk kecantikan juga akan menunjang penampilan seseorang, banyak yang beranggapan bahwa individu yang cantik akan tetap menarik jika menggunakan apapun. Hal itu merubah pemikiran masyarakat dan mendorong masyarakat untuk berpenampilan supaya menarik dilihat.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti ingin mengetahui alasan individu yang melakukan pembelian barang secara berlebihan. Serta faktor apa yang menyebabkan individu untuk melakukan hal tersebut, maka peneliti tertarik XQWXN PHODNXNDQ SHQHOLWLDQ GHQJDQ MXGXO <sup>3</sup>Perubahan Perilaku Konsumtif Kaum Buruh di Kecamatan Taman, Sidoarjo.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana perubahan perilaku konsumtif dari kelompok buruh pabrik di Kecamatan Taman?
2. Bagaimana dampak yang akan diterima bagi kelompok buruh pabrik yang memiliki perilaku konsumtif?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perubahan perilaku konsumtif pada kelompok buruh di Kecamatan Taman
2. Untuk mengetahui dampak yang diperoleh kelompok buruh pabrik ketika mengalami perubahan perilaku menjadi konsumtif.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan bagi sosiologi ekonomi. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk wawasan dan acuan untuk referensi akademis.

2. Secara Praktis

Peneliti dapat mengimplementasikan kajian ilmu teoritis secara langsung dengan masyarakat. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif dengan mengonsumsi barang-barang ataupun produk-produk yang seharusnya bukan menjadi kebutuhan utama.

## **E. DEFINISI KONSEPTUAL**

Dalam penelitian ini perlu sekiranya diberikan pengertian ataupun istilah mengenai hal-hal yang akan diteliti. Hal tersebut ditujukan untuk memudahkan serta meminimalisir kesalahpahaman dalam mengartikan sebuah istilah.

### **1. JB Institute**

Jago Bisnis Institute merupakan perusahaan jasa konsultan bisnis, mulai dari scale up bisnis sampai cara mengubah sebuah bisnis menjadi autopilot. Jago Bisnis sendiri mengelola 4 macam bisnis yaitu, JB institute, Jago Digital, JB Beauty Shop, dan JB Herbal. Peneliti memfokuskan pada konsumen JB Beauty Shop yang menawarkan produk berupa kosmetik, jangkauan konsumen JB sendiri sangat luas hingga luar pulau jawa, peneliti mengambil informan konsumen yang berdomisili di jawa timur dan sesuai dengan kriteria subjek penelitian. Lokasi JB Institute sendiri berdomisili di Perumahan Pondok Buana blok B.8 Kel, Bluru Kidul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

## 2. Perubahan Perilaku

Manusia hidup dalam lingkungan dimana setiap lingkungan bukanlah lingkungan yang sama, oleh karena itu manusia berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Perubahan perilaku adalah anggapan bahwa manusia akan berubah sesuai dengan apa yang terlihat dalam beradaptasi dengan lingkungannya. Upaya ini dilakukan dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan individu.

Perubahan perilaku merupakan turunan dari perubahan sosial. Farley dalam sosiologi dalam perubahan sosial adalah bahwa perubahan sosial adalah perubahan pola perilaku, hubungan sosial, institusi dan struktur sosial pada waktu tertentu.<sup>5</sup> Mengalami perubahan perilaku terhadap lingkungan social terhadap lingkungan buruhnya di Kecamatan Taman.

## 3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi atau membeli barang tanpa batas, dan lebih mementingkan keinginan yang bercirikan hidup mewah dan berlebihan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, (Jakarta: Prenada, 2008), cet. 4, hlm. 5

<sup>6</sup> James S. Coleman, *Dasar-dasar Teori Sosial*, Cet IV, (Bandung: Nusa Media, 2011), hal 326

Perilaku konsumtif disini merupakan suatu perilaku yang ditujukan untuk menunjukkan status social dalam lingkungan masyarakat yang dicirikan dengan menggunakan suatu barang atau produk secara berlebihan tanpa didasarkan pertimbangan.

Menurut Dahlan (dalam Raymond Tambunan, 2001) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Kosmetik merupakan salah satu penunjang hidup, dimana target pasar konsumen JB Institute merupakan masyarakat dengan kelas menengah ke bawah. Mereka cenderung menggunakan kosmetik sebagai salah satu penunjang hidupnya yang semata-mata hanya untuk kepentingan sementara. Tentunya kelompok buruh yang berperilaku konsumtif cenderung dari masyarakat menengah ke bawah. JB institute sendiri berdomisili di Perumahan Pondok Buana blok B.8 Kel, Bluru Kidul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

## **F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Dalam penelitian tentang Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Wilayah Taman Sidoarjo, Studi konsumen JB Beauty. Jika penelitian dapat diselesaikan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka perlu ada susunan

sistematika pembahasannya. Sistematika penulisan ini Terdiri dari lima bab, setiap bab membahas masalah Keduanya berbeda tetapi terkait satu sama lain.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran umum tentang topik yang akan dibahas peneliti. Dalam bab ini peneliti menyajikan poin-poin pembahasan pendahuluan berupa latar belakang, Rumusan masalah dan tujuan serta manfaat penelitian. Dilanjutkan dengan pembahasan definisi konseptual dan sistematika pembahasan dalam penelitian.

## **BAB II : KAJIAN TEORITIK**

Pada bab ini berisi tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang masih relevan atau masih ada keterkaitannya dengan perubahan perilaku konsumtif, serta menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan untuk mengurai atau menganalisis topik pembahasan pada penelitian Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Wilayah Taman Sidoarjo. Dan landasan teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian perubahan perilaku konsumtif kelompok buruh di wilayah Taman Sidoarjo adalah Teori Konsumtif milik Jean Paul Baudrillard.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti menjelaskan metode penelitian yang digunakan, dilanjutkan dengan pendekatan dan jenis pendekatan yang digunakan, juga terdapat

lokasi penelitian, waktu penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data keabsahan data.

#### **BAB IV : PENYAJIAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini peneliti mendeskripsikan penjelasan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi hasil penelitian yaitu deskripsi mengenai Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Wilayah Taman Sidoarjo. Dalam bab ini peneliti juga menyajikan data secara keseluruhan baik data primer maupun data sekunder, data yang dicantumkan yaitu data yang berkaitan dengan Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Wilayah Taman Sidoarjo, tentang kondisi kelompok buruh, kondisi lingkungan, serta pihak yang berkaitan dengan Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh di Wilayah Taman Sidoarjo serta pendalaman data terkait topik penelitian.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini, peneliti memberikan kesimpulan secara menyeluruh dari hasil penelitian sehingga para pembaca laporan dapat mengetahui pokok-pokok penelitian.

Di sisi lain, peneliti juga memberikan saran kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



**BAB II**  
**KAJIAN TEORITIK**  
**PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF KELOMPOK BURUH DI**  
**WILAYAH TAMAN SIDOARJO**

**A. PENELITIAN TERDAHULU**

Dari beberapa judul penelitian yang pernah diteliti dan masih berkaitan dengan judul <sup>3</sup>HULODNX.RQVXPWLI0DVVDUDNDW<sup>7</sup>GLDQWDUDQD

1. Skripsi yang ditulis oleh A. Fajrul Haq (10538247512), mahasiswa prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017 dengan judul Budaya Konsumtif Masyarakat Sinjai. Penelitian ini memiliki rumusan masalah;

1. Bagaimana eksistensi pedagang kaki lima mendorong budaya konsumtif masyarakat sinjai di lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai?

2. Bagaimana bentuk budaya konsumtif masyarakat sinjai terhadap pedagang kaki lima di lapangan sinjai kabupaten sinjai

Penelitian yang dilakukan oleh A. Fajrul Haq menyimpulkan bahwa aktivitas masyarakat sinjai beralih ke aktivitas konsumtif. Aktivitas masyarakat sinjai menunjukkan fasenya dalam beraktifitas, dengan melahirkan masyarakat konsumtif. Sehingga memberikan dampak pada berkembangnya aktivitas masyarakat ke arah berbelanja untuk sekedar memenuhi kepuasannya.

Pemilik modal yang berupa Pedagang Kaki Lima (PKL) berhasil membentuk dan mentransformasikan nilai yang dibawa ke masyarakat agar mudah dikontrol, dikuasai, dan sehingga diterima oleh masyarakat sinjai. Fenomena yang menonjol dalam masyarakat sinjai yaitu budaya konsumsi yang sudah dijadikan sebagai gaya hidup. Masyarakat sinjai tidak dapat terlepas dari hasrat untuk pemenuhan dan kebutuhan hidup.

**Persamaan:** persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama- sama membahas mengenai perilaku konsumtif.

**Perbedaan:** penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan. Fokus penelitian ini yaitu keberhasilan para Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mendorong masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Para Pedagang Kaki Lima (PKL) memiliki cara tersendiri untuk menarik konsumen, tidak hanya menawarkan berupa barang ataupun jasa. Para PKL juga menawarkan dan menyediakan kenyamanan, tempat hiburan berupa tempat bernyanyi dan juga tempat bersosialisasi.

2. Skripsi yang ditulis oleh Mertisa Fardesi (160602073), mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020 dengan judul Analisis Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas. Penelitian ini memiliki rumusan masalah;

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal perilaku konsumtif dan gaya hidup santri Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh?
2. Bagaimana tinjauan perspektif religiusitas terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup santri Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh

Penelitian yang dilakukan oleh Mertisa Fardesi menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif santri Dayah Modern Darul Umum Banda Aceh disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal sendiri yaitu adanya acuan yang dimiliki dari lingkungan sekitar. Sedangkan faktor internalnya yaitu, adanya rasa ingin mengikuti gaya maupun perilaku agar memiliki kebanggaan atas penampilannya. Dalam Pesantren Dayah Modern Darul Umum tidak memiliki peraturan khusus untuk membatasi pengeluaran uang saku yang dikeluarkan untuk kebutuhan sehari-hari berupa makanan, santri bebas membeli makanan atau minuman diluar lingkungan pesantren. Dalam segi pakaian pun pesantren dayah tidak memiliki peraturan khusus dalam jumlah kepemilikan pakaian, sehingga muncul adanya perilaku konsumtif pada santri Dayah Modern Darul Umum.

**Persamaan:** persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama- sama membahas mengenai perilaku konsumtif.

**Perbedaan:** penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan. Fokus penelitian ini yaitu pada inti aktivitas pesantren, dimana pesantren

pada umumnya berfungsi untuk mentransfer nilai-nilai keagamaan maupun nilai religiusitas. Seiring kemajuan zaman yang terus mendorong perubahan terjadinya perubahan sistem terus-menerus, menyebabkan terjadi perubahan. Dalam kaitannya dengan kegiatan pada lingkungan pesantren, seharusnya terhindar dari yang namanya perilaku konsumtif para santrinya. Namun faktanya, tidak sedikit santri saat ini yang mengabaikan sisi religiusitasnya dan hanya fokus pada duniawi yang cenderung berperilaku konsumtif.

3. Skripsi yang ditulis oleh Desti Rohini (13720001), mahasiswa prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018. Dengan judul Pengaruh Belanja Online di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Muhammadiyah Imogiri Bantul. Penelitian ini memiliki rumusan masalah;

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal perilaku konsumtif dan gaya hidup santri Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh?
2. Bagaimana tinjauan perspektif religiusitas terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup santri Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh?

Penelitian yang dilakukan oleh Desti Rohini menyimpulkan bahwa munculnya perilaku konsumtif di kalangan siswa-siswi SMA Muhammadiyah Imogiri didasarkan oleh beberapa faktor, yaitu: factor social, factor pribadi, psikologis, dan factor iklan. Faktor sosial yang meliputi kelompok, keluarga,

peran dan status sosial. Faktor pribadi yang meliputi kondisi ekonomi keluarga, gaya hidup siswa-siswi, kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap. Munculnya motivasi karena adanya rangsangan dari orang lain yang mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan. Yang terakhir yaitu factor iklan, faktor iklan merupakan daya Tarik yang paling kuat apabila iklan tersebut dikemas dengan sangat menarik sehingga pesan dari iklan tersebut tersampaikan kepada masyarakat.

**Persamaan:** persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama- sama membahas mengenai perilaku konsumtif.

**Perbedaan:** penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan. Focus pada penelitian yaitu perilaku konsumerisme tidak lagi memandang usia dan status social, karena remaja merupakan salah satu contoh mudahnya terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif. Dimana usia remaja merupakan usia peralihan dan masa mencari jati diri, karena remaja juga sadar dukungan sosial dipengaruhi oleh penampilan yang menarik. Tidak heran saat ini usia remaja menjadi salah satu konsumen terbanyak yang berbelanja online seperti kosmetik, pakaian, dan aksesoris.

4. A. Nooriah Mujahidah dalam jurnal yang berjudul Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya. Pada penelitian ini menggambarkan perilaku konsumtif

yang tidak dapat menyeleksi barang kebutuhan, belanja secara berlebihan, serta tidak dapat mengatur keuangan dengan baik. Penanganan perilaku konsumtif pada konseli dilakukan menggunakan teknik *self management* yang membantu konseli dalam mengatur dan mengubah tingkah lakunya kearah yang lebih efektif melalui proses belajar tingkah laku yang baru.

Teknik *self management* dilakukan dengan lima tahap, yaitu *self monitoring*, *self contracting*, *stimulus control*, *self evaluation*, dan *self reward (reinforcement positive)*. Setelah intervensi ini dilakukan maka akan terjadi perubahan pada konseli yang ditunjukkan dengan berhasil mengurangi perilaku konsumtifnya dengan berbelanja ketika sedang dibutuhkan, mampu menahan diri ketika melihat barang bagus, mampu menyeleksi barang kebutuhan dan keinginan, berbelanja sesuai dengan kebutuhan, mampu mengatur keuangan dan belanja dengan baik, mulai menabung uang yang dimiliki sehingga sudah memiliki tabungan.<sup>7</sup> **Persamaan:** persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas mengenai perilaku konsumtif.

**Perbedaan:** Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan. Penelitian ini mengangkat teknik self management, teknik self management dianggap mampu untuk mengurangi perilaku konsumtif. Sebab masalah utama pada manusia yang melakukan perilaku konsumtif yaitu manusia

---

<sup>7</sup> A. Noorah Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya*, Indonesian Journal of School Conseling, (April: 2021) Vol 1 No. 1, hal 10

tidak dapat mengontrol diri mereka karena ketidakmampuan mereka dalam manajemen diri dengan baik, sehingga mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar untuk membeli barang tanpa planning yang hanya sekedar memberi kepuasan sesaat.

5. Chairul Fajar dan Pentrilia Zuliana Anggis Sadewi dalam jurnal yang berjudul Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Surakarta Angkatan 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Surakarta Angkatan 2017. Hasil temuan riset kebanyakan menunjukkan bahwa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di IAIN Surakarta tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Perilaku konsumtif pada mahasiswa penerima bidikmisi dapat dilihat dalam aktivitas sehari-hari, dengan melihat cara memanfaatkan waktu luang dan makanan yang disantap setiap harinya.

Mahasiswa melakukan penyesuaian dengan lingkungan perkuliahan secara berlebihan agar mereka mendapatkan pengakuan social. Demi pengakuan social tersebut, mahasiswa membeli apa yang mereka inginkan agar dapat menjadi salah satu penunjang dari pengakuan social tersebut. Mahasiswa menjadi berperilaku

konsumtif, membeli barang tidak berdasarkan kebutuhan supaya mahasiswa merasakan kepuasan.<sup>8</sup>

**Persamaan:** persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama- sama membahas mengenai perilaku konsumtif.

**Perbedaan:** Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan. Penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa yang menerima beasiswa bidikmisi, namun memiliki gejala konsumtif. Dana bantuan pendidikan berupa beasiswa bidikmisi diharapkan dapat dipergunakan secara bijak oleh mahasiswa yang benar-benar membutuhkan. Namun pada penelitian ini beasiswa bidikmisi disalahgunakan oleh mahasiswa yang belum bisa mengelola atau mengatur keuangan, dan terpengaruh oleh teman-teman yang berbelanja secara berlebihan.

6. Skripsi yang ditulis oleh Elsa Monica (071211433038), mahasiswa program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik universitas Airlangga, 2016. Dengan judul Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Perkotaan Dalam Penggunaan Produk Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan.

Penelitian ini memiliki rumusan masalah:

---

<sup>8</sup> Chairul Fajar & Pentrilia Zuliani, (Fajar & Zuliani, 2020) (Wirawan, 2012) (Moleong, 2016) (Arikunto, 2010) (Ashshofa, 2004) (Sugiyono, 2013), *Academica Jurnal of Multidisciplinary Studies* (Januari-Juni: 2020) Vol 4, No. 1, Hal 12



1. Bagaimana simulakra, simulasi, dan hiperrealitas membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di perkotaan dalam penggunaan produk perawatan wajah di klinik kecantikan?
2. Bagaimana identitas diri pada mahasiswa di perkotaan pasca mengonsumsi produk perawatan wajah di klinik kecantikan?

Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Monica menyimpulkan bahwa latarbelakang kondisi ekonomi mahasiswa Unair tidak bisa menjadi tolak ukur untuk mendapatkan perawatan wajah, adanya kelas ekonomi yang berbeda di kampus tersebut dapat dilihat berdasarkan jalur masuk Universitas Airlangga, faktanya dimana mahasiswa yang mendapatkan beasiswa bidik misi memiliki status kurang mampu justru memiliki kebutuhan yang sama yaitu mengonsumsi produk perawatan wajah.

7. Skripsi yang ditulis oleh Bingah Esa Nugraha (11140150000038), mahasiswa program studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019. Dengan judul Perubahan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perantauan.

Penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perubahan perilaku konsumsi mahasiswa perantauan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta?

## 2. Apa motivasi mahasiswa perantauan Universitas Islam Negeri Syarif

Hidayatullah Jakarta dalam berperilaku konsumtif?

Penelitian yang dilakukan oleh Bingah Esa Nugraha menyimpulkan bahwa mahasiswa merantau untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik, mahasiswa rantau sangat menyukai potongan harga sehingga memutuskan untuk pembelian suatu barang yang sebenarnya tidak dalam list kebutuhannya, pembelian suatu produk yang bernama yang dilakukan oleh mahasiswa hanyalah untuk mendapatkan apresiasi dan status social yang lebih tinggi dilingkungannya.

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini berupaya mengalih dan memahami perubahan perilaku konsumtif yang terjadi pada kaum buruh pabrik setelah mereka mendapatkan pekerjaannya dan setelah mereka beradaptasi kembali pada lingkungan social yang baru, yang dimana setelah mengalami adaptasi pada lingkungan yang baru mereka tanpa sadar akan mengikuti arus pada lingkungan social yang baru tersebut.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### 1. Perubahan Perilaku

#### A. Pengertian Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku adalah anggapan bahwa manusia akan berubah sesuai dengan apa yang terlihat dalam beradaptasi dengan lingkungannya. Upaya ini

dilakukan dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan individu. Perubahan perilaku merupakan turunan dari perubahan sosial. Farley dalam sosiologi dalam perubahan sosial adalah perubahan sosial adalah perubahan pola perilaku, hubungan sosial, institusi dan struktur sosial pada waktu tertentu.<sup>9</sup>

Perubahan perilaku adalah tindakan yang secara tidak sadar dialami setiap individu setelah mengalami pergantian lingkungan social atau individu tersebut berada pada lingkungan yang baru, perubahan perilaku terjadi apabila adanya proses interaksi dengan lingkungan yang baru yang dapat mempengaruhi perilaku dari individu itu sendiri. Menurut Notoatmodjo terbentuknya dan berubahnya tingkah laku akibat proses interaksi antara individu dengan lingkungannya melalui suatu proses, yaitu proses belajar.<sup>10</sup>

#### B. Proses Terjadinya Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku manusia sangat bervariasi tergantung pada konsep yang digunakan oleh para ahli dalam memahami perilaku manusia. Secara psikologis, proses perubahan perilaku manusia disebabkan oleh:

##### 1. Perubahan Secara Alamiah (Natural Change)

---

<sup>9</sup> Piotr Sztompka, Sosiologi Perubahan Sosial, (Jakarta: Prenada, 2008), cet. 4, hlm. 5.

<sup>10</sup> Soekidjo Notoatmodjo, Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), Cet. 1, hlm. 156.

Jika terjadi suatu perubahan dalam lingkungan sosial, budaya dan ekonomi, maka seseorang atau sekelompok orang juga cenderung mengalami perubahan. Misalnya, pada awalnya seseorang membuat jamu dan sekarang orang beralih ke obat-obatan modern.

#### 2. Perubahan Terencana (Planned Change)

Perubahan perilaku juga dapat terjadi sebagai akibat yang direncanakan sendiri. Misalnya, seorang wanita perokok ketika tidak hamil tetap merokok karena ingin hamil dan mendapatkan informasi tentang dampak negatif merokok berarti perubahan perilaku yang terencana sesuai informasi dan pengalaman.

#### 3. Penerimaan informasi atau pengetahuan

Banyaknya informasi atau pengetahuan yang diterima oleh seseorang atau sekelompok orang mempengaruhi perubahan perilaku. Misalnya, informasi KB untuk masyarakat perkotaan lebih banyak daripada masyarakat pedesaan.

#### 4. Perubahan kondisi fisiologis

Perubahan perilaku manusia juga dapat terjadi karena perubahan kondisi fisiologis, terutama yang berkaitan dengan kesehatan dan penyakit. Perubahan kondisi kesehatan fisik akan mempengaruhi kondisi

psikologis seseorang yang pada akhirnya membawa perubahan sikap dan perilaku.

#### 5. Kesiapan untuk berubah (Readiness to Change)

Jika ada inovasi dalam program pembangunan di masyarakat, sering terjadi perubahan perilaku. Akan terlihat perbedaan pola sikap dan perilaku masyarakat. Hal ini disebabkan adanya kesiapan dan kemauan untuk berubah karena perbedaan sikap, minat, dan kemampuan diri.<sup>11</sup>

### C. Faktor Terjadinya Perubahan Perilaku

#### 1. Emosi

Perubahan perilaku manusia juga dapat muncul sebagai akibat dari keadaan emosi seseorang. Emosi adalah reaksi kompleks yang berkaitan dengan aktivitas atau perubahan yang mendalam dan hasil pengalaman dari rangsangan dan keadaan eksternal.

#### 2. Persepsi

Persepsi yang dihasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, dan penciuman. Persepsi seseorang sangat dipengaruhi oleh minat, kebiasaan yang dipelajari, bentuk, latar belakang, kontur kejelasan dan kontur lokasi.

---

<sup>11</sup> Herri Zan Pieter dan Namora Lumongga, Pengantar Psikologi Untuk Kebidanan, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), Cet. 1, hlm. 51-53.

### 3. Motivasi

Dorongan batin untuk bertindak guna mencapai tujuan tertentu. Hasil motivasi akan dimanifestasikan oleh seseorang dalam bentuk perilakunya, baik itu terbuka maupun tertutup.

### 4. Belajar

Melalui belajar, seseorang mampu mengubah perilakunya dari perilaku sebelumnya atau dapat mempertahankan perilakunya.<sup>12</sup>

## 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, tetapi karena keinginan yang telah mencapai tingkat irasional. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai membeli barang yang sudah tidak diperhitungkan lagi sehingga menjadi berlebihan. Pola perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung didominasi oleh keinginan dan kesenangan duniawi.<sup>13</sup>

Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai kecenderungan perilaku seseorang dalam berbelanja secara berlebihan dengan tidak terencana. Akibatnya mereka

<sup>12</sup> Herri Zan Pieter dan Namora Lumongga, Op.Cit., hlm. 54-55.

<sup>13</sup> Dian Chisnawati, Sri Muliati Abdullah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian*, Jurnal Spiritis, 2011. Vol 2 No. 1, Hal 5

membelanjakan uangnya dengan tidak berpikir rasional tanpa mempertimbangkan apapun, hanya untuk mendapatkan barang-barang yang dianggap akan mendapatkan kepuasan tersendiri. Perilaku konsumtif juga dapat dianggap tindakan sesuatu tanpa mementingkan kebutuhan yang diperlukan sehingga menjadi berlebihan, dan didorong oleh adanya keinginan dan kesenangan untuk mencari kepuasan fisik, dan tidak didasari faktor kebutuhan.<sup>14</sup>

Perilaku konsumtif memang cenderung banyak memberikan dampak yang buruk untuk kita semua, karena mereka yang berperilaku konsumtif hanyalah mementingkan kondisi saat ini tanpa berfikir panjang untuk masa yang akan datang. Manusia berperilaku konsumtif hanya untuk kepentingan diri sendiri agar mereka dapat dipandang dengan manusia lainnya. Pengaruh lingkungan sangat kuat untuk mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif, bisa dilihat melalui cara menggunakan pakaian, mengkonsumsi makanan, hingga barang yang biasa mereka gunakan.

Perilaku konsumtif juga memiliki indikator perilaku konsumtif yang meliputi tiga aspek, yaitu:<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Ernawati E, *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja di SMP 1 Piyungan*. Jurnal Spirtis, II. 2011

<sup>15</sup> Eni Nur Aeni, *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sunan Walisongo Semarang*. Skripsi. Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019) hal 17-19

a. Aspek Pembelian Impulsif

Aspek pembelian impulsif terjadi apabila konsumen mengalami desakan secara tiba-tiba, yang mengharuskan konsumen untuk membeli produk tersebut.

b. Aspek Pemborosan

Aspek pemborosan merupakan salah satu perilaku yang mengarah pada perilaku konsumtif, perilaku yang menghabiskan banyak dana tanpa kebutuhan yang jelas.

c. Aspek Pembelian Tidak Rasional

Aspek pembelian irasional adalah perilaku konsumen yang muncul ketika membeli barang atau jasa dilakukan karena hanya mencari kesenangan.

Menurut Sumartono secara operasional indikator perilaku konsumtif terdiri dari 8 indikator, yaitu:<sup>16</sup>

1. Membeli produk dikarenakan adanya hadiah

Konsumen merasa diuntungkan apabila membeli suatu produk yang terdapat hadiahnya.

2. Membeli produk dikarenakan kemasannya yang menarik

---

<sup>16</sup> Ending Dwi Astuti, *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda* -Jurnal Psikologi, 2013. Vol. 1. No.2. hal 150-151



Konsumen merasa tergiur dengan kemasan yang menarik, padahal bisa jadi kualitas pada produknya semenarik yang ada pada kemasannya. Artinya konsumen mudah mudah terbujuk dengan kemasan yang menarik dibungkus dengan rapi agar menjadi daya Tarik konsumen.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Setiap konsumen memiliki ciri khas pada penampilannya, apabila keinginan membeli produk yang tinggi maka keinginan untuk menunjang penampilannya juga tinggi.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (tidak atas dasar kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai dengan adanya kemewahan, sehingga cenderung memakai hal yang berbau kemewahan.

5. Membeli produk hanya menjaga symbol atau status

Konsumen memiliki daya beli yang tinggi, baik dalam hal berpakaian, berdandan, dan sebagainya, sehingga hal ini dapat mendukung sifat eksklusif barang mahal yang memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Dalam hal ini, konsumen membeli produk hanya karena dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren di mata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan

Konsumen akan mengikuti perilaku karakter yang diidolakannya dalam menggunakan segala sesuatu yang digunakan idolanya.

7. Munculnya penilaian mengenai apabila membeli produk yang mahal maka rasa kepercayaan diri akan meningkat

Konsumen sangat percaya apa yang dikatakan oleh iklan, apabila menggunakan produk yang bernilai tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis

Konsumen cenderung menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain daripada produk yang digunakannya sebelumnya meskipun produk tersebut belum habis.

Factor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif:

#### A. Faktor Internal

##### 1. Faktor Psikologis

Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam gaya hidup konsumtif antara lain: motivasi, persepsi, sikap dan keyakinan.

##### 2. Faktor Pribadi

Faktor pribadi, keputusan membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan jenis kelamin.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif merupakan hasil dari adanya faktor dari lingkungan dan faktor dari pribadi, dimana hal tersebut merupakan pengaruh yang sangat kuat untuk mempengaruhi seseorang agar berperilaku konsumtif tanpa berpikir rasional, guna untuk memenuhi keinginan individu.

#### B. Faktor Eksternal / Lingkungan

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan tempat individu dilahirkan dan dibesarkan. Variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah budaya, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Apabila kita berada di lingkungan yang tidak sesuai dengan kelas kita, lambat laun kita akan terjerumus pada lingkungan tersebut. Kosmetik merupakan salah satu produk yang dengan mudah menarik minat masyarakat, dengan kosmetik masyarakat beranggapan dapat memperbaiki kelas mereka.

### 3. Buruh

### A. Pengertian Buruh

Buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Dengan mencocokkan istilah pekerja dengan buruh, itu adalah kompromi setelah waktu yang sangat lama, kedua istilah itu berjuang untuk diterima oleh masyarakat.<sup>17</sup>

### B. Bentuk-Bentuk Buruh

Buruh adalah orang yang bekerja pada orang lain yang mempunyai usaha dan kemudian mendapatkan upah atau imbalan sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Upah biasanya diberikan secara harian atau bulanan tergantung pada hasil yang disepakati.

Buruh terdiri dari berbagai macam, yaitu:

- a. Buruh harian, buruh yang menerima upah berdasarkan hari masuk kerja
- b. Buruh Kasar, buruh yang menggunakan tenaga fisiknya karena tidak mempunyai keahlian dibidang tertentu.
- c. Buruh musiman, buruh yang bekerja hanya pada musim- musim tertentu (misalnya buruh tebang tebu)
- d. Buruh pabrik, buruh yang bekerja di pabrik
- e. Buruh tambang, buruh yang bekerja di pertambangan

---

<sup>17</sup> Abdul Rahmad Budiono, Hukum Perburuhan, (Jakarta: PT.Indeks, 2009), Cet-1, h.5

f. Buruh tani, buruh yang menerima upah dengan bekerja di kebun atau di sawah orang lain.<sup>18</sup>

Buruh pabrik yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu buruh yang berada di Kecamatan Taman Sidoarjo, yang merupakan kawasan industri daerah pemukiman dimana banyak pabrik dan home industry di wilayah tersebut.

### C. KERANGKA TEORI

Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard memberikan penjelasan tentang nilai guna, nilai tanda, dan simulakra dalam setiap aktivitas konsumsi yang dilakukan.

Dermanto (2009:13) 3DGD PDV\DUDNDW NRQVXPHU 3NHEXWXKDQ DGD NDUHQD diciptakan oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud adalah klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, bukan objek itu sendiri sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda (systemic act of manipulation of signs). Dengan demikian apa yang dikonsumsi tersebut sebenarnya bukanlah objek itu sendiri melainkan sistem objeknya tersebut.

Dalam masyarakat konsumsi modern ini kita tidak hanya mengkonsumsi barang, tetapi juga jasa manusia dan hubungan manusia. Pada akhirnya, yang dikonsumsi dalam masyarakat konsumsi adalah konsumsi itu sendiri, misalnya iklan. Saat membaca atau menonton iklan orang mengkonsumsi iklan tersebut; maka sebenarnya mereka telah mengkonsumsi.

---

<sup>18</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, op.cit., h. 159

Baudrillard (2011:74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada pilihan-pilihan rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi.

Maraknya, fenomena masyarakat konsumtif saat ini dapat dilihat melalui komoditas yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang mereka konsumsi.

Sementara itu, Baudrillard dalam Suyanto (2013) menggambarkan kehidupan postmodern ini sebagai hiperrealitas. Media berhenti menjadi cermin realitas, tetapi justru menjadi realitas itu sendiri atau bahkan lebih nyata dari realitas itu. Disamping itu, penyebaran informasi melalui media cetak juga digalakkan biasanya diikuti dengan promo terkini bagi konsumen. Selanjutnya, Lingkungan terdekat informan dapat menjadi elemen paling memungkinkan dalam berperilaku konsumtif. Bagi Baudrillard, konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek. Konsumen atau masyarakat yang mengonsumsi produk kosmetik terhegomeni oleh promosi yang dikembangkan oleh kapitalis.

Kosmetik merupakan salah satu penunjang hidup, diawali dengan terbiasa melihat orang-orang disekitarnya seperti keluarga dan teman menjadikan informan sebagai konsumen memiliki pola konsumsi yang sama. Mereka cenderung

menggunakan kosmetik sebagai salah satu penunjang hidupnya yang semata-mata hanya untuk kepentingan sementara.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Sesuai dengan judul yang diangkat, maka peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang akan diamati.<sup>19</sup>

Sedangkan menurut Arikunto deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam laporan penelitian.<sup>20</sup> Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara rinci dan mendalam terkait konsumen JB Institute.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diartikan bahwa penelitian deskriptif ini berusaha menggambarkan objek penelitian secara fakta dan menghubungkan sesuai dengan data yang akan diteliti oleh peneliti sekaligus menganalisis dengan

---

<sup>19</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 4

<sup>20</sup> Arikunto, Suharmi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Reneka Cipta, 2010)



konsep-konsep yang sudah dikembangkan, sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan data sesuai dengan penelitian.

Metode penelitian kualitatif deskriptif dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan penelitian ini yang lebih mengarah kepada kondisi yang menggambarkan suatu fenomena yang timbul. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara yang dilakukan dengan mengisi form yang telah disediakan oleh peneliti kepada informan yang berkaitan penelitian yang terkait. Tujuan dari penggunaan metode penelitian ini adalah untuk menggali informasi secara mendalam sehingga informasi yang diperoleh menjadi informasi yang valid.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat di JB Institute, Perum Pondok Buana blok B.8 Kel, Bluru Kidul, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih dikarenakan peneliti mengambil objek yang berhubungan langsung mengenai JB Institute. Untuk memudahkan penelitian, maka peneliti mengambil data-data dari tempat tersebut.

Penelitian ini berlangsung pada tanggal 25 November 2021

#### C. Pemilihan Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan faktor penting dalam penggalan data secara mendalam agar data yang diperoleh menjadi data yang valid. Dalam penelitian yang diambil maka peneliti mengambil subjek konsumen JB Institute yang pernah

membeli dan memakai produk JB Institute dan melakukan transaksi lebih dari dua kali dalam sebulan. Dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling mengetahui tentang apa yang peneliti harapkan.<sup>21</sup>

*Purposive Sampling* yaitu pemilihan informan berdasarkan pada kriteria tertentu, yang diharap mampu mengenai topic yang akan diteliti oleh peneliti.

Informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Founder JB Institute
2. Kepala JB Institute
3. Karyawan JB Institute
4. Konsumen JB Institute

No.	Nama	Alamat	Usia	Pekerjaan
1.	Rofiq Bachtiar	Pondok Buana blok A-15	42thn	Founder JB Beauty
2.	Siti Khumayroh	Jln Rangkah Kidul	38thn	Kepala JB Beauty

<sup>21</sup>Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2008)

3.	Wahyu Hidayatul	Jln Keling, Desa Jumputrejo, Sukodono	24thn	Karyawan JB Beauty
4.	Utami	Jln Jenggolo, Desa Kemiri, Sidoarjo	26thn	Konsumen PT Jerindo
5.	Umriyah	Jln Raya Gilang No. 176, Taman, Sidoaro	32thn	Konsumen PT. Environex
6.	Mia	Jln Gading Bohar, Taman, Sidoarjo	34thn	Konsumen PT. Jerindo
7.	Nurul Gofany	Sambisari, Kapling Selatan, Taman, Sidoarjo	28thn	Konsumen JB Beauty

#### D. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada tiga tahapan yang perlu dilakukan sebelum pengambilan data:

##### 1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan ini merupakan penyusunan rancangan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, penyusunan rancangan tersebut meliputi perizinan penelitian dengan pihak terkait yaitu Jb Institute. Peneliti juga

menyiapkan berbagai pertanyaan dan konsep alur penelitian guna untuk menggali informasi dan data kepada informan yang terkait.

## 2. Tahap Lapangan

Tahap lapangan merupakan tahap lanjutan setelah menyelesaikan tahap pra lapangan. Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi atau turun lapangan secara langsung untuk proses pengumpulan data melalui wawancara dan juga dokumentasi. Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara melalui zoom ataupun google meet dengan narasumber yang terkait.

## 3. Tahap Penulisan Laporan

Tahap penulisan laporan merupakan tahap terakhir, pada tahap akhir ini peneliti menuangkan semua data yang sudah didapatkan dalam bentuk laporan. Dalam tahap penulisan laporan, laporan penelitian harus sesuai dengan data yang didapat melalui informan tanpa mengurangi atau menambahi sedikitpun. Pada tahap penulisan laporan juga perlu diperhatikan sistematika penulisan penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses yang paling penting dalam melakukan penelitian agar mendapatkan data yang valid dan sesuai dengan fakta. Adapun teknik pengumpulan data yang valid dan akurat sebagai berikut:

## 1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung.<sup>22</sup> Peneliti melakukan pengamatan mengenai situasi dan kondisi yang sebenarnya yaitu di Jb Institute Kecamatan Sidoarjo. Dengan melakukan pengamatan tersebut, peneliti menjadi memiliki gambaran mengenai alasan konsumen JB Institute tertarik dengan produk kosmetik yang ditawarkan, dan mengetahui factor konsumen melakukan *repeat order* pada JB Institute.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>23</sup> Wawancara digunakan peneliti sebagai teknik pengumpulan data jika ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam.<sup>24</sup>

Teknik wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang sudah disusun oleh peneliti melalui meet atau zoom, guna mendapatkan data dan informasi mengenai alasan konsumen JB Institute tertarik dengan produk kosmetik yang ditawarkan, dan mengetahui factor konsumen melakukan *repeat order* pada JB Institute.

---

<sup>22</sup> Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 26

<sup>23</sup> Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 186

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengambilan data dengan dokumen-dokumen yang ada di Jb Institute. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, ataupun karya-karya monumental.<sup>25</sup> Dokumentasi dapat dijadikan bukti bahwa peneliti telah melakukan proses penelitian pada konsumen JB Institute tanpa rekayasa mengenai judul terkait.

### F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, maka tahap peneliti selanjutnya yaitu menganalisis beberapa data yang ditemukan untuk dikumpulkan sehingga menjadi sebuah data yang diinginkan. Beberapa teknik untuk menganalisis data yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap dalam pemilihan data dalam penelitian, atau bisa disebut dengan penyederhanaan data yang sudah didapatkan melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tahap ini dimulai dengan mencari persamaan dan juga perbedaan dan membentuk deskripsi yang dapat dianalisis dan dikembangkan kemudian ditarik dengan kesimpulan.

#### 2. Penyajian Data

---

<sup>25</sup> ibid

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang telah terkumpul yang akan disusun dengan melakukan proses menghubungkan hasil penelitian dengan beberapa referensi atau dengan teori yang sesuai.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap dari analisis data. Dari fenomena yang sudah diteliti, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang didapatkan dari fenomena di lokasi penelitian.

### G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan menemukan keabsahan data jika telah dilakukan validitas yaitu ketepatan antara kenyataan yang terjadi di lapangan pada objek penelitian dengan data yang diperoleh dan dilaporkan oleh peneliti. Dengan kata lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai manfaat bagi masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Adapun penjelasan teknik triangulasi yaitu:

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu selain data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut yang telah diperoleh.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018) hal. 334 hal. 330

Data tersebut dapat dipengaruhi oleh kredibilitas informan, waktu pengungkapan, kondisi yang dialami dan sebagainya. Maka peneliti perlu melakukan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Jadi ada triangulasi informan, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.<sup>27</sup>

Triangulasi dibedakan menjadi tiga macam, yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi teori.

- a. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.
- b. Triangulasi sumber berarti peneliti menggunakan sumber yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dengan teknik yang sama.<sup>28</sup>
- c. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil akhir penelitian yang berupa rumusan informasi dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias dan subjektivitas peneliti atas temuan yang dihasilkan.<sup>29</sup>

Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara menggali informasi yang sesuai dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi

<sup>27</sup> *Ulin Sunan Ampel Surabaya*, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2013)

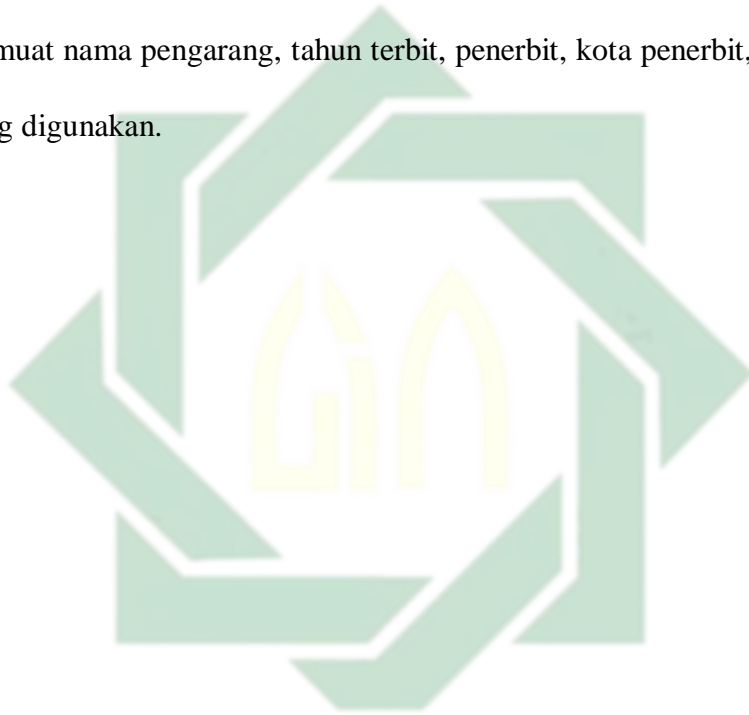
<sup>28</sup> *Ulin Sunan Ampel Surabaya*, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2013) hal 330

<sup>29</sup> Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011) hal.



ataupun hasil mewawancarai informan yang lainnya yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Daftar Pustaka berisi literatur berupa buku, jurnal, dan sumber perpustakaan lainnya. Disusun menurut format daftar pustaka suatu karya ilmiah yang memuat nama pengarang, tahun terbit, penerbit, kota penerbit, dan judul sumber yang digunakan.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF KELOMPOK BURUH DI KECAMATAN TAMAN SIDOARJO

#### A. Gambaran Umum

##### 1) Gambaran Umum Kecamatan Taman Sidoarjo

##### 1. Keadaan Geografis.

Tabel 4.1 Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kecamatan di  
Kabupaten Sidoarjo, 2020

Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas Total Area
Taman	-	31,54

Menurut tabel diatas menyatakan bahwa ukuran luas wilayah terbesar adalah kecamatan jabon dengan luas wilayah  $81,00 \text{ m}^2$  sedangkan luas wilayah yang paling kecil adalah kecamatan gedangan dengan ukuran  $24,06 \text{ m}^2$ , dan luas wilayah untuk kecamatan taman cenderung memiliki luas yang cukup kecil dengan ukuran luas  $31,54 \text{ m}^2$ , jadi dapat disimpulkan bahwa wilayah kecamatan yang memiliki luas ukuran yang cukup kecil mengalami status kepadatan penduduk, dengan seperti itu potensi konsumsi barang yang terjadi antara took JB Beauty dan konsumen menjadi tinggi.

## 2. Penduduk Kabupaten Sidoarjo

Tabel 4.3 Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo, 2020

Kecamatan	Penduduk (ribu)	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun 2019-2020
Taman	207,82	(0,12)

Jadi menurut data diatas menyatakan bahwa setiap kecamatan yang ada di kabupaten sidoarjo selalu mengalami jumlah pertambahan penduduk pertahunnya dan kecamatan yang mengalami peningkatan populasi penduduk yang paling banyak adalah kecamatan waru, sedangkan peningkatan jumlah penduduk yang paling sedikit terdapat pada kecamatan Tarik, jadi dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah penduduk pada setiap tahunnya dan di setiap kecamtannya mengalami peningkatan yang tidak signifikan, dan setiap laju pertumbuhan penduduk nyatanya sangat berdampak pada selera konsumtif pada masyarakat, karena memang jika suatu populasi masyarakat mengonsumsi suatu barang yang sama maka nilai barang tersebut akan memiliki image lebih pada masyarakat.

Kecamatan	Presentase Penduduk	Kepadatan Penduduk per km
Taman	10,22	6 588,93

Jadi menurut data diatas menyatakan bahwa tingkat padat penduduk yang paling banyak terjadi yaitu adalah pada kecamatan waru, sedangkan tingkat padat penduduk yang paling rendah terjadi pada wilayah kecamatan jabon, jadi dapat disimpulkan kepadatan penduduk yang terjadi pada suatu wilayah mempengaruhi kondusifitas gerak masyarakat dan memang kondusifitas masyarakat dapat menjadi parameter dalam mengidentifikasi potensi tinggi atau rendahnya selera konsumsi.

Tabel 4.4 Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo, 2020

Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Taman	104 753	103 062	207 815

Jadi menurut table data diatas menyatakan bahwa penduduk menurut jenis kelamin yang paling terbanyak yaitu pada kecamatan Taman dengan jumlah laki-laki 104.753 dan perempuan 103.062 dengan total jumlah 207.815, sedangkan menurut jenis kelamin yang paling sedikit yaitu pada kecamatan Jabon, dengan jumlah laki-laki 28.274, dan perempuan 27.992 dengan total jumlah 56.266. bisa dilihat bahwa

lokasi perdagangan JB Beauty sangat strategis karena memang Kecamatan Taman mengandung populasi masyarakat yang tinggi.

Tabel 4.5 Dinamika Penduduk Menurut Kecamatan yang Tercatat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo, 2020

<b>Kecamatan</b>	<b>Kelahiran</b>	<b>Kematian</b>	<b>Datang</b>	<b>Pindah</b>
Taman	1 852	349	3 087	1 871

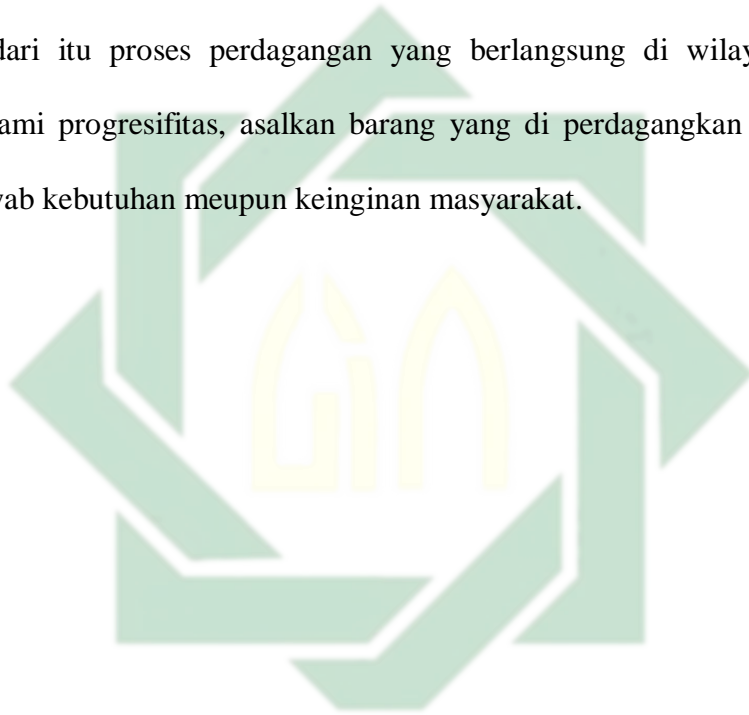
Jadi menurut data tabel diatas menyatakan bahwa dinamika penduduk dengan jumlah kelahiran terbanyak yaitu terdapat pada Kecamatan Sidoarjo, jumlah kematian terbanyak terdapat pada Kecamatan Waru, jumlah penduduk yang datang terbanyak terdapat pada Kecamatan Taman, dan jumlah penduduk yang pindah terbanyak terdapat pada Kecamatan Balong bendo.

Tabel 4.6 Proyeksi Penduduk Kabupaten Sidoarjo Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, Juni 2020

Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	99 298	93 852	193 150
5-9	100 171	94 436	194 607
10-14	92 589	87 173	179 762
15-19	91 699	88 758	180 457
20-24	98 330	95 234	193 564
25-29	100 009	100 797	200 806
30-34	102 942	108 303	211 245
35-39	104 330	106 585	210 915
40-44	99 148	96 188	195 336
45-49	79 966	79 595	159 561
50-54	64 15	61 845	126 010
55-59	46 313	42 295	88 608
60-64	26 104	26 109	52 213
65-69	18 946	21 370	40 316
70-75	12 150	15 674	27 824
75+	10 656	17 185	27 841
<b>Kabupaten Sidoarjo</b>	<b>1 146 816</b>	<b>1 135 399</b>	<b>2 282 215</b>

Menurut table diatas menyatakan bahwa proyeksi penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin yang tertinggi yaitu pada umur 30-34 tahun dengan

jumlah laki-laki sebanyak 102.942 dan jumlah perempuan sebanyak 108.303, dengan total jumlah 211.245 penduduk. Bisa disimpulkan bahwa dominasi jumlah masyarakat yang ada di Kabupaten Sidoarjo berstatus sebagai usia produktif. Status masyarakat dengan dominasi usia produktif dapat diartikan bahwa Kabupaten Sidoarjo adalah salah satu wilayah yang memiliki potensi pasar yang sangat besar, maka dari itu proses perdagangan yang berlangsung di wilayah tersebut akan mengalami progresifitas, asalkan barang yang di perdagangan tepat sasaran dan menjawab kebutuhan maupun keinginan masyarakat.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### 3. Perdagangan di Kabupaten Sidoarjo

Tabel 4.7 Jumlah Mini Market, Kelompok Pertokoan, Pasar Tradisional, dan Pasar Hewan Menurut Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo, 2020

<b>Kecamatan</b>	<b>Minimarket</b>	<b>Kelompok Pertokoan</b>	<b>Pasar Tradisional</b>	<b>Pasar Hewan</b>
Taman	55	-	1	-

Menurut tabel diatas menyatakan bahwa Kecamatan Taman termasuk pada wilayah yang dimana terdapat 55 minimarket dan 1 pasar tradisional, jumlah tersebut termasuk dalam kategori wilayah produktif untuk melaksanakan kegiatan jual beli atau perdagangan, disisi lain memang wilayah Taman mampu menjangkau beberapa jaringan perdagangan karena disana juga terdapat banyak pabrik produksi logistic. Pasar modern atau minimarket populasinya lebih tinggi dari pada pasar tradisional, karena memang trategi brandingnya sangat sesuai dengan standart masyarakat modern, contohnya berupa mengutamakan potongan harga, higienitas, dan tempat yang jauh lebih modern. Dan memang jauh dari stigma barang palsu.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



Tabel 4.8 Total Desa/Kelurahan di Kecamatan Taman, Sidoarjo

No.	Desa/Kelurahan	Kecamatan	Kota/Kabupaten
1.	Bebekan	Taman	Sidoarjo
2.	Bohar	Taman	Sidoarjo
3.	Bringinbendo	Taman	Sidoarjo
4.	Geluran	Taman	Sidoarjo
5.	Gilang	Taman	Sidoarjo
6.	Jemundo	Taman	Sidoarjo
7.	Kalijaten	Taman	Sidoarjo
8.	Kedungturi	Taman	Sidoarjo
9.	Ketegen	Taman	Sidoarjo
10.	Kletek	Taman	Sidoarjo
11.	Kramatjegu	Taman	Sidoarjo
12.	Krembangan	Taman	Sidoarjo
13.	Ngelom	Taman	Sidoarjo
14.	Pertapanmaduretno	Taman	Sidoarjo
15.	Sadang	Taman	Sidoarjo
16.	Sambibulu	Taman	Sidoarjo
17.	Sepanjang	Taman	Sidoarjo

18.	Sidodadi	Taman	Sidoarjo
19.	Taman	Taman	Sidoarjo
20.	Tanjungsari	Taman	Sidoarjo
21.	Tawang Sari	Taman	Sidoarjo
22.	Trosobo	Taman	Sidoarjo
23.	Wage	Taman	Sidoarjo
24.	Wonocolo	Taman	Sidoarjo

Menurut tabel diatas menyatakan bahwa Kecamatan Taman memiliki 24 kelurahan, yang dimana total tersebut merupakan jumlah yang sangat besar dan merupakan daerah yang sangat padat, sehingga adanya pabrik-pabrik atau home industry disekitar daerah Taman merupakan suatu hal yang cukup memadai untuk lapangan pekerjaan bagi masyarakat di daerah Taman. Dengan seperti itu secara tidak langsung banyak masyarakat yang bekerja sehingga nafsu dalam memenuhi kebutuhan hidup akan mengalami peningkatan standart.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## 2) Gambaran Umum JB Beauty

### a. Visi dan Misi JB

#### Institute Visi

Menjadi Jago Bisnis Management Group ( JMG ) sebagai Holding Company Terbaik yang menjadi solusi kebutuhan pengusaha dan partner strategis perusahaan di Indonesia.

#### Misi JB

- ξ Memprioritaskan kepuasan dan kenyamanan klien maupun customer dengan service excellent
- ξ Menjadikan team menjadi partner bertumbuhnya organisasi dengan bahagia dan agile
- ξ Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat indonesia untuk melek digital
- ξ Mendirikan pesantren manager sebagai legacy jago bisnis managment group

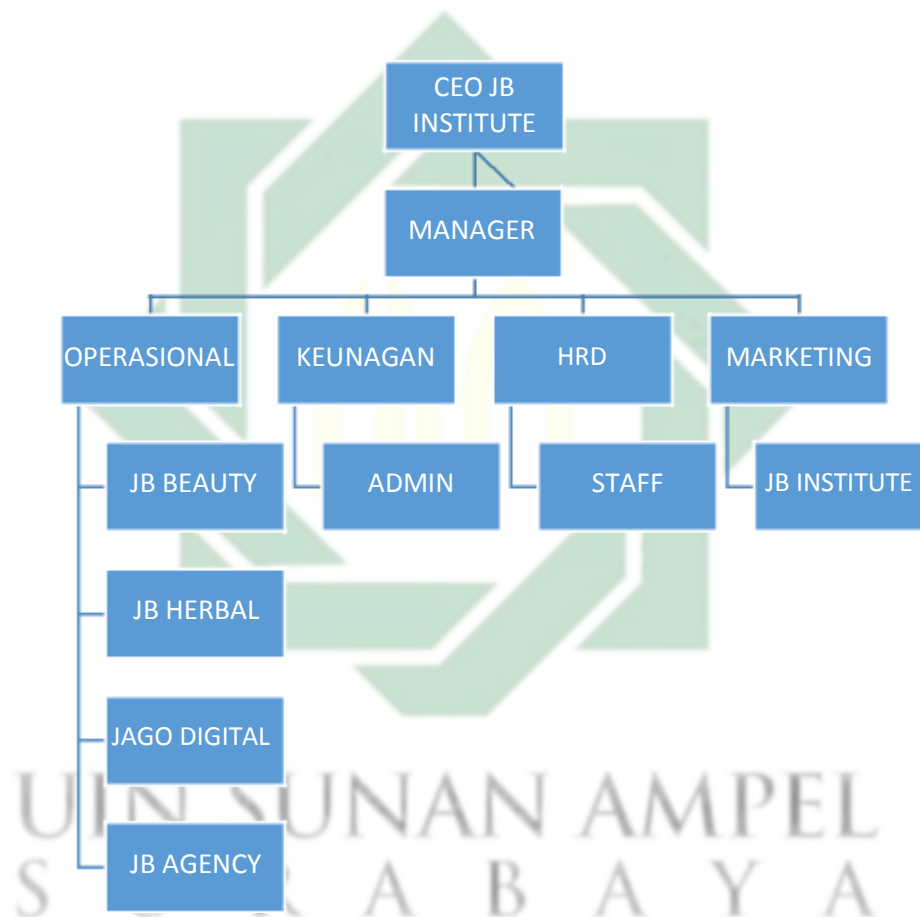
### b. Strategy

Menjadikan Jago Bisnis Management Group ( JMG ) Sebagai Holding Company terbaik ( JB Beauty, JB Institute, Jago Digital dengan 5000 anak magang, 1000 team operator, 200 team management 40 team konsultan

10 unit bisnis dengan omset 10 M tiap bulan atau 50 juta setiap team dan aset perusahaan 100M ditahun 2030.

### c. Struktur Organisasi

#### 🕒 Struktur Organisasi JB Institute



## 🕒 Struktur Organisasi JB Beauty



## B. Proses Pemasaran Produk JB Beauty

JB merupakan wadah suatu usaha produk kosmetik kecantikan yang dipasarkan melalui internet maupun media social, dimana antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung atau melakukan kontak secara fisik, JB beauty memperjualbelikan produk kosmetik melalui display dengan gambar yang ada di internet atau social media. JB Beauty melakukan pemasaran melalui platform facebook marketplace, tiktok, dan youtube, setelah diposting atau dipasarkan melalui media social customer menghubungi melalui Whatsapp untuk melakukan transaksi produk kosmetik yang customer pilih. Keunggulan JB beauty dalam transaksi jual

beli melalui media social ini yaitu adanya fitur pembayaran COD (*cash on delivery*), dimana customer dapat membayar setelah barang yang dipesan sudah mereka terima, namun dalam fitur cash on delivery ini memiliki resiko untuk para penjual, resiko tersebut yaitu barang diretur, penerima atau customer tidak menerima barang tersebut atau kata lain customer menolak paket dan barang dikembalikan.

Sebelum memasarkan produk kosmetik, JB Beauty melakukan riset pasar mengenai produk yang sedang ramai dan yang akan diincar oleh masyarakat. Dengan melakukan riset tersebut JB Beauty akan menemukan produk yang sedang viral, dimana kebanyakan masyarakat saat ini mudah tergiur dengan barang dan produk yang sedang viral. Masyarakat saat ini sangat mudah terkecoh dengan sesuatu yang sedang ramai dibicarakan tanpa memandang kegunaan dari barang atau produk yang sedang ramai tersebut, sehingga sangat mudah mendapatkan customer melalui produk atau barang yang sedang ramai dibicarakan.

Target customer JB Beauty adalah masyarakat menengah kebawah, dimana belum memiliki modal yang banyak tetapi ingin tampil cantik. Maka dari itu, JB Beauty memasarkan produk dominan pada facebook marketplace, dimana JB Beauty dapat menarget seluruh pengguna facebook. Tentu banyak penjual dengan produk yang sama melalui facebook marketplace, maka dari itu JB Beauty memiliki strategi untuk menarik customer agar tertarik dengan produk yang dipasarkan oleh JB Beauty,

yaitu dengan menggunakan content yang menarik dengan tampilan yang berbeda setiap harinya, lalu diselingi dengan diskon ongkir untuk setiap transaksinya.

### C. Sejarah JB Beauty

Kabupaten Sidoarjo termasuk bagian dari Surabaya Raya yang dimana termasuk dari tiga wilayah berstatus Kabupaten dan Kota yang cukup besar dengan seperti itu banyak berlangsung aktivitas perdagangan karena memang kebutuhan masyarakatnya pun tinggi, sehingga banyak bermunculan wadah dagang seperti salah satunya JB Beauty yang bertempat di Kabupaten Sidoarjo, berikut adalah sedikit sejarah JB Beauty yang dijelaskan oleh Ibu Siti Khumayiroh sebagai CO Founder JB Beauty:

<sup>3</sup>Lembaga pelatihan juga program pendampingan bisnis bergerak di digital marketing dan juga bisnis manajemen, karna ownernya seorang konsultan praktisi digital dan juga ceo JB persada asri blok TE No. 03, dan yang terakhir berupa outlet atau toko JB herbal di jln Institute, jb institute memiliki 2 devisi yaitu yang pertama institute dan juga consulting, dan yang kedua yaitu jago bisnis store. institute dan consulting ini bergerak untuk training dan juga untuk pendampingan, sedangkan untuk jago bisnis store atau JB Store membawahi beberapa unit usaha, yang salah satunya JB Beauty untuk menjual produ ritail skincare, jb herbal untuk menjual produk herbal dan madu, dan ada jb agency jasa kelola

akun sosial media bisnis berupa landing page, website, kelola instagram berupa branding instram klien ada di JB Agency, dan ada di jb agency dan ada kursus bimbel internet marketing namanya jago digital.



Total kantor kita ada 4, kantor utama ada di A 15, kantor kedua B 8, kantor 3 perumahan kemiri. awal berdiri JB ini dari awal magang dari smkn 1 surabaya, di didik dan dikasi materi, training dibekali ilmu digital marketing, setelah mereka sudah ada ilmunya waktu itu mencoba coba menjual skincare, karna pada saat itu pak rofiq selaku CEO sedang bersinergi dengan salah satu tempat bimbel yang kebetulan tempat tersebut riseller produk skincare. dengan profit dan margin seadanya, mulailah mereka berjualan produk skincare, lah kok rame, habis rame lah kok ketagihan, kenapa gak diseriusin aja waktu itu. nah akhirnya rekrut baru, orang baru



dari pola perorang kerja sendiri, cs sendiri, konten sendiri, publish sendiri, ya bisa cuman tidak maksimal akhirnya menggunakan sistem tim, satu tim dulu 5 orang dan kita menggunakan scrum, implementasi bisnis kerangka kerjanya menggunakan scrum, setelah pakai scrum, pakai agile tim mindset.

Sambil perjalanan, satu tim 5 orang kok terlalu gemuk, sehingga ada tim yang tidak berkontribusi maksimal, hanya datang dan pergi melakukan tanggungjawabnya hanya untuk posting posting tok, tim yang lain memikirkan strategi tetapi satu atau dua orang tdk ikut berkontribusi maksimal. sehingga kita mentransformasi tim dari satu tim 5 orang, menjadi satu tim 3 orang, dan sampai sekarang ini. jadi sekarang ini satu tim ada 3 orang, dan setiap tim ada 3 jobdesk, sebagai customer service, sebagai content creator, dan juga sebagai publisher. dan alhamdulillah saat ini kita sudah bekerjasama dengan beberapa distributor dan bahkan JB beauty ini kita langsung menggandeng distributor tunggalnya.



Gambar 4.1

Dimulai dari satu produk dulu hanya satu produk yaitu klinskin, dulu juga sempat scarlett, habis itu sekarang kita ada 5 brand yang aktif dipakai anak anak. harapannya setelah ini kalian akan terbiasa denga keluar masuknya produk baru, apapun itu silahkan welcome bukan masalah aduh ribet banget rek produknya ganti ganti yang penting itu di omset. yang penting omset, profit, kalian gaji, kalian dapat reward dan dapat bonus, udah selesai, gak penting produk apa selama sebulan main apa, kalo emang produk itu lagi happening yaudah kita mainkan. jadi jb institute itu lembaga pelatihan dan juga program pendampingan, bergerak di bidang digital

marketing dan juga bisnis management yang kebetulan jb institute ini memiliki beberapa unit bisnis dibawahnya.

Menurut keterangan informan yang bernama Siti Khumayroh berumur 32tahun sebagai CO Founder JB Institute , Jb Institute ini memulai kiprah pertamanya sebagai suatu lembaga bisnis yang menghasilkan produk perdagangan dalam berbagai sector, jadi bagi masyarakat yang ingin memulai usaha dagang namun disisi lain belum terbekali secara mendalam mengenai referensi manajemen bisnis, maka JB ini mampu menjadi educator dalam konteks jasa, seiring berjalannya waktu JB tersebut membenarkan diri untuk mentransformasi menjadi suatu perusahaan yang memiliki produk secara personal diberbagai sector yang cukup kompleks, beberapa produknya adalah JB Agency, JB Beauty, dan JB Herbal.

Disisi lain mereka juga mentransformasi sistem manajemen yang lebih terorganisir dengan harapan menuai kinerja secara cepat, optimal, kondusif, dan mendapatkan target sesuai proporsi.

JB Beauty ini tidak menargetkan semua kalangan masyarakat untuk menggunakan produk kosmetik yang ditawarkan, namun cenderung yang mengkonsumsi dan menggunakan produk kosmetik JB Beauty adalah masyarakat menengah ke bawah, dimana harga yang ditawarkan JB Beauty terbilang sangat terjangkau sehingga masyarakat menengah kebawah dapat membeli dan menggunakan produk kosmetik JB Beauty. Untuk kualitas tentu tidak jauh berbeda

dengan produk kosmetik masyarakat menengah keatas, dimana produk kosmetik JB Beauty ini memberikan dampak ketergantungan pada produk kosmetik, sehingga apabila customer memutuskan untuk menghentikan pemakaian kosmetik JB Beauty, akan memberikan efek kusam dan kembali pada kondisi wajah yang semula sebelum menggunakan kosmetik. Seperti yang dijelaskan lebih oleh Nurul Gofany selaku customer setia produk kosmetik JB Beauty:

<sup>3</sup>NHPDULQ DNX NDQ SHVHQ VHUXP GDUNVSRW LWXNDQ ELV  
 menghilangkan bekas jerawat, terus sebelum aku pake serum  
 itu aku pakai sabun espio produknya mba, dan sampai  
 sekarang aku cocok pakai espio. jadi gini mba kemarin-  
 kemarin aku pakai masker salah beli sampai keluar jerawat  
 terus kempis tapi bekasnya masih ada. Dan biasa aku pakai  
 sabun espio, lalu pakai serum darkspot langsung muncul  
 MHUDZDW

Sesuai dengan keterangan konsumen Nurul gofany selaku customer setia

#### **D. Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh Di Kecamatan Taman Sidoarjo, Studi Konsumen JB Beauty**

##### **1. Perubahan Perilaku Konsumtif Kelompok Buruh**

Keinginan dan kebutuhan adalah dua hal yang berbeda, keinginan adalah suatu gerakan dalam berasal dari diri manusia untuk memenuhi atau mencapai sesuatu yang

di anggap penting dan bersifat sekunder, sedangkan kebutuhan adalah suatu gerakan yang berasal dalam diri manusia untuk memenuhi atau mencapai sesuatu yang dianggap penting dan bersifat primer. Disisi lain dua hal tersebut akan bersifat sangat dinamis bergantung dari banyak factor dan beberapa hal nya adalah kemajuan zaman, perubahan social, ekonomi, dan masih banyak lagi, tekanan akan dirasa lebih tinggi khususnya pada wilayah besar, salah satunya seperti Kabupaten Sidoarjo yang dimana adalah bagian dari Surabayaraya dengan status metropolitan dengan pengertian suistanable development sangat maju dan jumlah populasi penduduknya juga tinggi. Indikator itu berdampak pada ketegangan perubahan perilaku konsumtif pada masyarakat, karena memang aktivitas dagang dan lifestyle yang berlangsung di wilayah besar cukup tinggi.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



*Gambar 4.2 deretan home industry di wilayah Taman*

Padatnya ruang produksi ataupun pabrik di daerah Taman Kabupaten Sidoarjo merupakan suatu aktivitas padat penduduk yang dilakukan oleh kelompok buruh, ruang produksi merupakan tempat kelompok buruh untuk mencari nafkah guna untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, buruh pabrik merupakan pekerja pada suatu perusahaan yang diberikan upah atau gaji dalam hitungan harian maupun bulanan.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



*Gambar 4.3 Deretan Perusahaan Pabrik di Wilayah Taman*

Kaum buruh sama halnya manusia lain pada umumnya, memiliki keinginan dan kebutuhan yang mendesak, mereka hanya terbatas pada ekonomi yang cukup dan bisa dibbilang pas-pasan, namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk kaum buruh mendapatkan perawatan, mendapatkan kosmetik yang layak, manusia sebagai makhluk hidup yang selalu berkelompok dan bermasyarakat, manusia yang hidup tentunya memiliki tingkah laku dalam pergaulan hidupnya.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A





*Gambar 4.4 Salah Satu Pabrik di Wilayah Taman*

JB Beauty adalah salah satu partisipan dalam proses aktivitas dagang yang berlangsung di Kabupaten Sidoarjo, Partisipan dagang seperti JB Beauty ini yang mempengaruhi tingkat perubahan perilaku konsumtif pada masyarakat, berikut dapat dijelaskan lebih objektif oleh informan bernama Siti Khumayroh berumur 32 tahun berstatus CO Founder JB Institute:

<sup>3</sup>-DGL NLWD \DQJ SHUWDPD KDUXV WDX GXOX EDJDLPDQD perilaku konsumen saat ini, jadi perilaku konsumen saat ini itu sudah serba digital ya artinya tidak mau ribet pengennya belanja terdekat tanpa keluar rumah, lalu caranya yang terdekat sehingga mereka tidak perlu kemana-mana atau bisa dibilang secara instan. Makanya Jb beauty ini kami hadir sebagai Online Shop yang kami ini bisa dijangkau walau tanpa harus



datang ke toko, nah untuk buruh-buruh saat ini juga kan sudah memegang Hp ya, beli apa-apa serban online, nah makanya hadirnya JB beauty ini sangat tepat, menyesuaikan dengan perilaku konsumen yang saat ini ada begitu, tidak ada masalah untuk saat ini, justru di era pandemic seperti ini kita lebih bisa memenuhi konsumen, tidak hanya buruh, jadi bisa juga untuk

Menurut keterangan informan yang bernama Siti Khumayroh yang berstatus sebagai CO Founder JB Institute, perilaku konsumen yang memiliki perilaku konsumtif merupakan keuntungan bagi perusahaan JB Institute, karena dengan konsumen yang memiliki perilaku konsumtif tersebut dapat menghasilkan omset atau profit bagi perusahaan. Status buruh sendiri tidak menjadi dampak yang buruk, karena perusahaan harus memiliki profesional tanpa memandang status konsumen. Begitu juga keterangan yang disampaikan Rofiq Bachtiar selaku Founder JB:

<sup>3</sup>i era sekarang zamannya adalah lincah, lincah itu ibaratnya agility kita gak pasti, era nya juga sekarang era after covid ini juga tidak jelas, dimana keputusan pembeli sering berubah-ubah, industri juga sering berubah-ubah bahkan banyak perusahaan-perusahaan yang bangkrut. Banyak perusahaan yang tutup karena pasca pandemi tentunya dengan dampak dari pasca pandemi ini banyak perubahan-perubahan. selain dari customer, mulai dari industri yang tutup yang

berkembang yang sebagainya itu banyak. tetapi disini pertanyaannya bagaimana menyikapi perubahan perilaku, saya selalau mengikuti perkembangan jaman, mengikuti pertumbuhan zaman ini dengan cara mengikuti pasar, contohnya ya kita sekarang buruh itu perilakunya sudah mulai online.

Perilaku belanja online itu sudah menjadi suatu kebiasaan yang dimana dipercepat oleh covid kemarin, yang dimana covid itu membuat orang jarang keluar rumah yang membuat mereka galau sehingga mereka mencari cari pekerjaan atau mencari kegiatan-kegiatan salah satunya adalah belanja, dan akhirnya berdampak belanja pada jb beauty, karena jb beauty sendiri ini memasarkannya khusus melalui media online dimana dengan mempunyai tim yang memiliki mental tim dengan lincah, tangkas, tidak saklek dan tidak monoton yang siap beradaptasi yang sesuai dengan market buruh tadi, sehingga dengan perubahan-perubahan yang terjadi kita bisa mengikuti dengan cara keburuhan customer apa kita siapkan maka kita bangun pasukan tim riset produk-produk yang viral.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



*Gambar 4.5 Proses membalas customer*

Produk yang memang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya bagi kaum buruh atau masyarakat menengah kebawah. dan yang menarik di masyarakat buruh sebenarnya mereka menengah kebawah dengan harga-harga yang tdk mahal dibawah 200 dibawah 150 bahkan itu sangat diminati, maka platform yang tepat untuk angka-angka seperti itu salah satunya menggunakan platform facebook marketplace sehingga kita tetap mengikuti kebutuhan-kebutuhan

PDVADUDNDWVDDWLQLPXQJNLQVHSHUWLLWXVLJDPEDUDQQAD

JB Beauty memiliki alasan yang cukup kuat untuk menjadi daya Tarik bagi masyarakat, khususnya bagi para kaum buruh, salah satu alasan untuk menjadikan JB Beauty ini menjadi daya Tarik yaitu produk yang ditawarkan oleh JB Beauty memang diriset untuk dijadikan sebagai produk yang viral. Dengan produk yang viral tersebut dapat menjadikan seseorang ataupun individu mengalami perubahan perilaku, yaitu perilaku konsumtif. Saat ini seluruh masyarakat di desain menjadi individu yang mengikuti perkembangan zaman, dimana perkembangan zaman juga diikuti dengan berbagai macam produk viral yang dipasarkan oleh media. Media melakukan pemasaran dengan semenarik mungkin sehingga masyarakat dapat tertarik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Rofiq Bachtiar selaku Founder JB Institute:

<sup>3</sup>.arena pertama harganya memang kita ambil market low ya, tau sendiri kalau buruh itu memang dia itu pengen keliatan cantik pengen keliatan elegan tapi dengan harga yang murah seperti itu, maka kita tidak cocok dengan menggunakan platform kayak instagram, nah kita menggunakan harga pun dengan harga-harga yang ekonomis nah salah satu daya tariknya adalah karena produk-produk yang kita jual di jb beauty ini merupakan produk-produk yang diriset viral, maka daya tariknya yaitu salah sah satunya murah, terjangkau, bisa cod dan tentunya bpom sudah diset produknya aman untuk masyarakat.'

Menurut keterangan informan Rofiq Bachtiar selaku Founder JB Institute dan juga JB Beauty, produk yang ditawarkan dan dipasarkan oleh JB beauty memiliki daya Tarik tersendiri bagi masyarakat khususnya kaum buruh, masyarakat saat ini sangat mudah tertarik dengan suatu barang ataupun produk yang viral maupun ramai di media social, JB sendiri selalu mengutamakan produk yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat sehingga hal tersebut merupakan hal utama yang menyebabkan JB Beauty memiliki daya Tarik bagi kaum buruh.

Masyarakat buruh sendiri juga tidak menyadari perilaku yang telah mereka lakukan, masyarakat buruh tanpa sadar telah terpengaruh pada lingkungan social mereka, dengan bersosialisasi dan berinteraksi satu sama lain tanpa sadar individu tersebut akan memiliki keinginan untuk mengikuti suatu *lifestyle* pada individu lainnya, sehingga tanpa sadar masyarakat buruh mengalami perubahan perilaku konsumtif. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Umriyah yang berstatus sebagai konsumen:

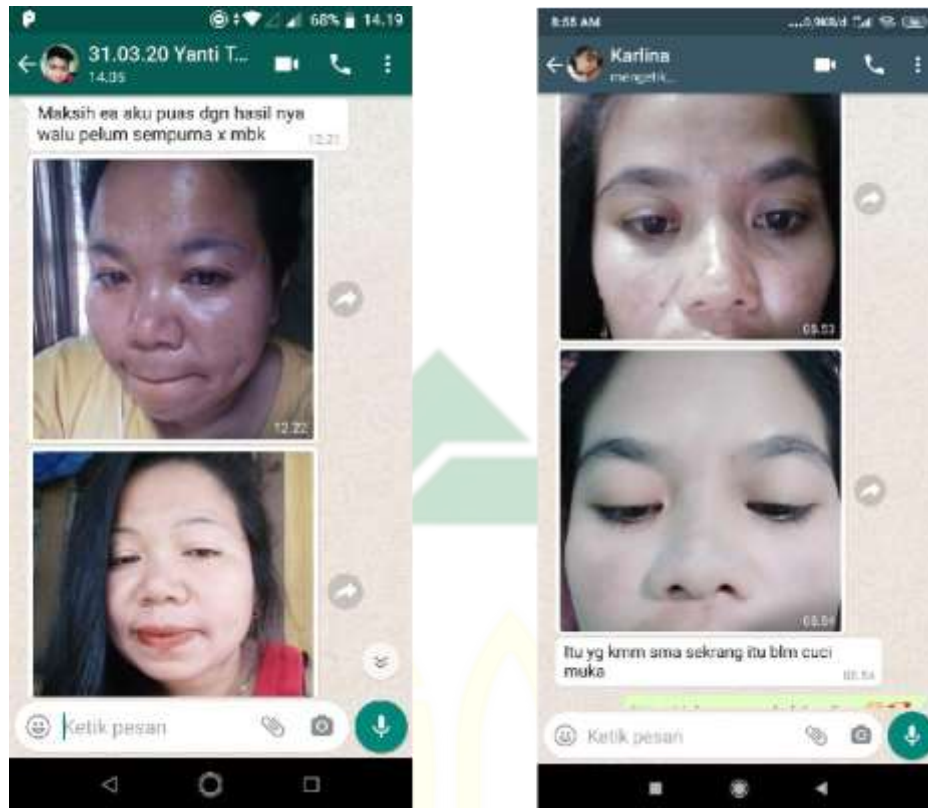
<sup>3\*</sup>aya hidup sebelum saya mendapatkan pekerjaan saya cenderung lebih hemat, namun setelah bekerja saya memegang uang, mendapatkan penghasilan secara mandiri dan saya memiliki mbanking di hp yang dapat memudahkan segala pembayaran terkadang juga membuat saya memiliki perilaku konsumtif apalagi kalau sudah gajian, mbanking yang memudahkan transaksi untuk pembelian secara online juga salah satu factor saya ketagihan dalam berbelanja dan check

out barang melalui media social. Sebelum menjadi buruh saya hanya membeli barang yang benar-benar saya butuhkan dan tidak mudah tergiur dengan iklan, sesudah saya mendapatkan pekerjaan sebagai buruh saya gampang tergoda dengan iklan, apalagi iklan saat ini sangat pintar membuat masyarakat dan orang-RUDQJDJDUWHUWDULN´

Menurut keterangan informan Umriyah yang berstatus sebagai konsumen sendiri mengakui telah mengalami perubahan perilaku, setelah ia terjun ke lingkungan social dan lingkungan pekerjaannya, beliau mengaku mudah tergiur untuk membeli barang ataupun produk secara online, tanpa disadari ia telah mengalami perubahan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh lingkungannya yang cenderung ingin memiliki lifestyle ataupun gaya yang sama dengan lingkungannya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



Gambar tersebut merupakan hasil pemakaian kosmetik pada kaum buruh, dimana awal mulanya belum mengetahui mengenai kosmetik dan belum paham mengenai cara merawat diri, setelah masuk pada lingkungan yang baru terjadilah interaksi dimana menyebabkan adanya ketertarikan sehingga mengalami perubahan perilaku. Yang awal mula tidak bisa mempercantik diri, bahkan dapat dikatakan acuh terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar, saat ini kelompok buruh jadi mengetahui cara untuk mempercantik diri, dan bahkan merubah penampilannya. Dari gambar diatas dapat disimpulkan perubahan wajah pada kaum buruh sangat signifikan dari sebelum



dan sesudah menggunakan produk kosmetik. Seperti yang disampaikan oleh informan Mia yang berstatus sebagai buruh:

<sup>3</sup>Produk ini memang paling ngetop, pakai produk ini muka saya awalnya jerawat, terus kayak kasar-kasar. Setelah dicoba dikit demi sedikit ternyata pelan-pelan menghilang bahkan jerawat yang setiap detik tumbuh pelan-pelan lenyap. Pokoknya gak perlu ragu lagi pakai produk ini, dan saya tidak mau pakai produk baru, karna yang ini sumpah ngetop banget. Saya juga takut kalau pakai produk baru lagi harus menyesuaikan lagi dan takutnya malah memperburuk

Menurut keterangan Mia yang telah menggunakan produk JB Beauty mengaku sangat puas dengan hasil dari pemakaian kosmetik tersebut, pemakaian kosmetik memberikan hasil yang sangat memuaskan dan dapat mempercantik diri yang memberikan hasil glowing dari sebelum pemakaiannya. Mia juga mengaku akan terus menggunakan produk kosmetik tersebut supaya hasil yang digunakan lebih maksimal, ia juga tidak ingin beralih ke produk lainnya karena menurut Mia apabila beralih menggunakan produk kosmetik yang berbeda akan memberikan efek samping maupun proses untuk penyesuaian pada kondisi wajahnya lagi.

## **2. Dampak Perilaku Konsumtif Bagi Kaum Buruh**

Suyasa dan Fransisca (2005:172) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi



keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013), Dalam memenuhi nafsu konsumtif maupun kebutuhan hidup secara realistis memang perlu mempertimbangkan kemampuan financial secara personal, jika pertimbangan tersebut tidak di perhitungkan maka akan banyak dampak negative secara individu maupun social, disisi lain atmosfir kehidupan social pada perkotaan memiliki intensitas tinggi secara kompleks sehingga akan menjadi suatu problem dalam jangka panjang jika kita tidak benar-benar mampu mengatur diri agar nilai konsumtif tidak mendominasi diri. Seperti yang dijelaskan informan bernama Mia yang berstatus sebagai konsumen yaitu:

<sup>3</sup>dampak jangka panjang perilaku konsumtif tentunya adalah pemborosan ya jadi uang yang harusnya untuk kebutuhan mendadak kadang udah habis duluan karna perilaku konsumtif yang hanya mementingkan kebutuhan sesaat, uang yang harusnya ditabung untuk dana darurat sudah tidak ada. Untuk jangka pendek juga sama mengurangi jatah dana yg akan digunakan pada dana-dana tabungan dana darurat dan dana di masa depan juga. Jangka panjang : menjadi sebuah *lifestyle* sehingga menghambat impian saya kedepan untuk membeli sesuatu berharga (rumah, mobil, dan barang lainnya yang bernilai besar) Jangka pendek : boros´

Tabel 4.8 Daftar Konsumen Buruh Selama Seminggu

No.	Nama	Produk	Status
1.	Fanni	Paket Aish Beauty	Konsumen Buruh
2.	Rika Jumiati	Paket Aish Ultimate	Konsumen Buruh
3.	Riyanti	Paket Rodeos Beauty	Konsumen Buruh
4.	Wery Indrawan	2 Serum NR	Konsumen Buruh
5.	Maina	Paket Glowing Tzuki	Konsumen Buruh
6.	Wati	2 Serum NR	Konsumen Buruh
7.	Ocsiandie Rizqaell	Paket Rodeos Beauty	Konsumen Buruh
8.	Subaida	Paket NR	Konsumen Buruh
9.	Suratmin	Paket Cream Tzuki	Konsumen Buruh
10.	Sela Suherna Sari	3 Sabun Tzuki	Konsumen Buruh
11.	Agif Nurohman	Paket Ultimate Rodeos	Konsumen Buruh
12.	Nuryanti	Paket Aish Beauty	Konsumen Buruh
13.	Ibu Siti	3 Sabun Tzuki	Konsumen Buruh
14.	Evi Nurkolyah	3 Sabun Rodeos	Konsumen Buruh

Menurut tabel tersebut menyatakan bahwa selama satu minggu JB Beauty mendapatkan konsumen yang berstatus buruh sebanyak 14 buruh pabrik, dan produk yang mereka beli merupakan produk paket lengkap dimana harga produk paket kisaran Rp. 200.000 hingga Rp. 300.000.



*Gambar 4.6 Customer Service Membalas Customer*

Keterangan informan yang bernama Mia berstatus sebagai konsumen menyatakan bahwa dampak perilaku konsumtif sangat berkepanjangan, karena berperilaku konsumtif hanyalah menyenangkan untuk sesaat tetapi memberikan dampak yang begitu signifikan bagi jangka panjang, informan juga mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat menghambat impian untuk masa depan, dengan mengikuti keinginan karena factor lingkungan atau lainnya dapat memberikan dampak yang cukup mengkhawatirkan.

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup masyarakat. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul karena adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai media yang menarik minat konsumen dalam membeli barang ataupun produk.

Perilaku konsumtif dalam konteks ini adalah suatu aktivitas sosial yang dilakukan individu kepada seluruh aktivitas sosial sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenali dirinya sendiri agar menarik pandangan orang lain terhadap dirinya. Perilaku ini merupakan suatu bentuk usaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain yang berada disekitarnya. Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional karena menggunakan suatu barang yang tujuannya bukan untuk mencukupi kebutuhannya, namun untuk memenuhi keinginannya. Dalam sosiologi ekonomi di era modern Bagong Suyanto berasumsi bahwa tindakan individu dalam bidang ekonomi di pengaruhi oleh ikatan sosial yang tidak selalu rasional dan tidak terlepas dari konteks struktur sosial kebudayaan di mana masyarakat hidup.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- modernisme*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Grup, 2013), Cet. 1, hlm. 22

Masyarakat buruh sendiri memiliki beberapa upaya untuk menanggulangi perilaku konsumtif agar tidak memiliki dampak buruk yang terlalu signifikan, upaya tersebut sebenarnya menjadi sangat penting karena memang realitasnya, dalam mengikuti alur konsumtif, kemampuan ekonomi atau finansial harus benar-benar memadai, namun faktanya masyarakat yang berstatus sebagai buruh, tidak benar-benar termasuk pada golongan masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi atau finansial yang kuat. Maka dari itu upaya efektif sangat diperlukan dalam meminimalisir dampak buruk yang terlalu signifikan dari perilaku konsumtif. Sesuai dengan keterangan informan Utami yang berstatus sebagai konsumen:

<sup>3</sup>Menahan diri dan menabung untuk keinginan kedepan, Cara yang paling ampuh adalah investasi, dengan investasi sejak dini dapat membuat saya lebih gemar menyisihkan uang untuk dana tabungan di masa depan. Tentunya ini menjadi hobi saya yg baru meskipun konsumtif namun tetap harus membagi-bagi dana-dana tabungan salah satunya untuk investasi dan dana-dana keperluan pokok harian Dan dana tabungan untuk keperluan shopping. Jadi meskipun konsumtif namun tetap dalam kategori aman dan tidak melupakan dana tabungan untuk investsi untuk di masa depan.

Menurut keterangan informan yang bernama Utami selaku konsumen JB Beauty upaya efektif untuk menanggulangi perilaku konsumtif saat ini yaitu dengan membagi kebutuhan pokok atau primer, untuk pembagian tersebut sisanya dapat

disisihkan dengan menabung atau investasi untuk dana darurat dan dapat digunakan untuk keperluan di masa yang akan datang, dengan menyisihkan uang dengan menabung dapat meminimalisir dampak buruk yang akan terjadi dikemudian hari.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **E. Data Tinjauan Konsumen JB Beauty dari Teori Masyarakat Konsumsi Jean**

### **Paul Baudrillard**

Perubahan perilaku konsumtif pada kelompok buruh memang tidak dapat kita pungkiri, hal ini dapat terjadi oleh semua kalangan, tanpa memandang kaum buruh, kaum buruh tergolong pada masyarakat menengah kebawah dimana mereka menginginkan sesuatu produk maupun barang yang dapat terlihat menaikkan status pada level di masyarakat, contohnya dengan penggunaan produk skincare atau kosmetik yang dapat membantu merubah penampilan.

Dengan kemudahan transaksi melalui media online atau internet saat ini merupakan salah satu factor pendukung untuk masyarakat khususnya kaum buruh untuk berperilaku konsumtif. Kaitannya dengan penelitian ini, peneliti berusaha mengurai dan menjelaskan mengenai perubahan perilaku dengan menggunakan kacamata teori konsumtif yang pencetusnya yaitu Jean Paul Baudrillard yang dimana akan ditemukan fenomena masyarakat konsumsi, saat ini bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, dimana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang dikonsumsi tersebut.

Baudrillard (2011, hlm. 74) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan

pada pilihan-pilihan rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi.

Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis. Teori tersebut memberi penjelasan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, dan simulacra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan.

Dalam hal ini nilai korelasi antara teori dan fenomena berupa adanya kegiatan konsumsi yang dilaksanakan oleh buruh pabrik, yang dimana para karyawan buruh pabrik tersebut memiliki anggapan dalam memenuhi kebutuhan primer adalah suatu hal yang penting bagi mereka, namun tidak disadari oleh mereka ternyata proses pemenuhan kebutuhan primer tersebut sebenarnya tidak benar-benar terjadi, karena memang ada sisi pertimbangan atas keinginan lebih dari mereka untuk mendapatkan barang tersebut, seperti ketika para buruh pabrik tersebut membeli produk kecantikan atau body care dengan kualitas baik sehingga mereka memilih membelinya di JB Beauty.

Disisi lain dalam memenuhi kebutuhan pokok terkait dalam hal apapun, tidak perlu adanya pertimbangan mengenai keinginan diluar fungsi objek yang sesungguhnya agar suatu individu atau kelompok tidak termasuk sedang melakukan perilaku konsumtif. Dan menurut teori konsumsi menurut Jane Paul, kegiatan perilaku konsumsi tidak secara kontan memberikan dampak negative pada pelakunya, namun dalam jangka panjang dari sisi negative atas perilaku konsumtif akan benar-benar dirasakan dan bersifat buruk.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari data yang sudah dipaparkan oleh peneliti diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diatas terkait perubahan perilaku konsumtif kelompok buruh menyatakan bahwa adanya unsur eksistensi yang terjadi pada suatu individu maupun kelompok sehingga sadar maupun tidak keberlangsungan perubahan perilaku konsumtif terjadi pada masyarakat buruh.
2. Dari hasil penelitian diatas terkait dampak yang akan diterima bagi kelompok buruh yang memiliki perilaku konsumtif menyatakan bahwa dampak yang dirasakan kelompok buruh setelah melakukan perilaku konsumtif sangatlah berdampak bagi kehidupan di masa depan, namun kehadiran dampak negative tidak secara kontan dirasakan oleh pelaku perilaku konsumtif, namun dalam jangka panjang dirasakan secara signifikan, dampak perilaku konsumtif menyebabkan individu tidak memiliki dana darurat yang berguna di masa yang akan datang.

#### **B. Saran**

Berdasarkan data peneliti yang diperoleh dari proses penelitian, peneliti memiliki saran antara lain sebagai berikut :

1. Stabilitas bermasyarakat akan teraktualisasikan dengan baik dengan muatan yang kompleks, salah satunya adalah ekonomi, dan lifestyle, dalam memenuhi kebutuhan konsumsi harus benar-benar mempertimbangkan dengan baik agar tidak mengalami dampak buruk.
2. Tantangan proses social akan beriringan dengan kemajuan zaman, ketika kita tidak mampu mengatur diri maka nafsu yang akan mendominasi diri, maka dari itu agar dampak buruk tidak benar-benar berdampak, perlu banyak pertimbangan dalam melakukan atau mengambil suatu keputusan, dengan seperti itu, kemajuan zaman dan pertumbuhan nilai diri akan beriringan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Ashshofa, B. (2004). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Memberi Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi Vol.1 No. 2*, 150-151.
- Asyari, S. I. (1983). *Pengantar Sosiologi*. Surabaya: Usaha nasional.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirtis Vol 2 No. 1, 5*.
- Coleman, J. S. (2011). *Dasar-dasar Teori Sosial*. Bandung: Nusa Media.
- E, E. (2011). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja di SMP 1 Piyungan. *Jurnal Spirtis*.
- Fajar, C., & Zuliani, P. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Bidikmisi IAIN Surakarta Angkatan 2017. *Academica Jurnal of Multidisciplinary Vol. 4 No. 1*, 12.
- Gazalba, S. (1976). *Masyarakat Islam, Pengantar Sosiologi & Sosiografi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Gunawan, A. H. (2000). *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Koentjaraningrat. (1979). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.

- Lestarina, E. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia Vol.2 No. 2, 4*.
- Mardiah, A. (2017). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad Edisi 13 Vol. II , 3*.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya. *Indonesia Journal of School Conseling Vol. 1 No. 1, 10*.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Soelaiman, M. M. (n.d.). *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Sosial*. Bandung: Eresco.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susan, N. (2009). *Pengantar Sosiologi Konflik*. Jakarta: Kencana.
- Wirawan. (2012). *Teori-teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana.