

Perilaku Konsumtif Keluarga Tukang Parkir di Kota Makassar

Indri Inraswari¹, Firdaus W Suhaeb², Ashari Ismail³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Makassar

indryindraswary@gmail.com¹, firdaus.w.suhaeb@unm.ac.id², ashariismail272@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian kali ini bertujuan agar mengetahui perilaku konsumtif keluarga tukang parkir dan faktor pendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir di Kota Makassar. Penelitian ini mengambil penelitian jenis deskriptif kualitatif. Dalam memilih informan teknik yang dipakai yaitu purposive sampling melalui penentuan kriteria yaitu seseorang yang telah berprofesi sebagai tukang parkir minimal selama 3 tahun, seorang tukang parkir yang sekaligus kepala keluarga, anggota keluarga tukang parkir dan seseorang yang berprofesi sebagai tukang parkir di Kota Makassar. Jumlah informan 20 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan cara untuk menganalisis data.

Dari hasil temuan yang diperoleh maka: (1) Perilaku konsumtif keluarga tukang parkir di Kota Makassar menunjukkan perilaku: (a) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, perilaku konsumtif keluarga tukang parkir dalam menjaga penampilan diri dan gengsi lebih memilih membeli barang seperti pakaian, sepatu, maupun tas untuk menumbuhkan kepercayaan dirinya. (b) mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda dengan manfaat yang sama), perilaku yang ditunjukkan keluarga tukang parkir membeli barang yang manfaatnya sama seperti pakaian dan lebih membeli ketika terjadi diskon. (c) membeli barang diluar kemampuan diri, perilaku ini ditunjukkan dengan membeli barang seperti motor, laptop, maupun hp dengan menggunakan cara cicil. (d) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, perilaku ini ditunjukkan keluarga tukang parkir dengan membeli barang-barang yang menyangkut idolanya. (e) membeli produk karena kemasannya menarik, perilaku konsumtif ini ditunjukkan oleh keluarga tukang parkir dalam membeli mainan anak. (2) Faktor pendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir di Kota Makassar yaitu (a) Faktor internal meliputi tiga yaitu motivasi, mereka melakukan aktivitas konsumsi didorong oleh keinginan mereka sendiri, gaya hidup, pada keluarga tukang parkir mereka membeli barang bermerek, dan keadaan ekonomi, keluarga tukang parkir biasanya melakukan kegiatan konsumtif ketika pendapatannya dirasa banyak (b) Faktor eksternal meliputi dua yaitu keluarga, perilaku konsumtif tukang parkir didorong oleh istri yang sebagai eksekutor, dan kelompok acuan, perilaku konsumtif tukang parkir di dorong oleh tetangga dan teman sebaya.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Faktor Pendorong, Tukang Parkir

ABSTRACT

This study aims to determine the consumptive behavior of parking attendant families and the factors driving the consumptive behavior of parking attendant families in Makassar City. This study took the type of qualitative descriptive research. In the selection of informants, the technique used was purposive sampling through the determination criteria, namely someone who has worked as a parking attendant for at least 3 years, a parking attendant who is also the head of the family, a parking attendant family member and someone who works as a parking attendant in Makassar City. The number of informants is 20 people. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data reduction, data presentation, and drawing conclusions are ways to analyze data.

From the findings obtained, then: (1) Consumptive behavior of parking attendant families in Makassar City shows the following behaviors: (a) Buying products to maintain appearance and prestige,

consumptive behavior of parking attendant families in maintaining appearance. and prestige preferring to buy goods such as clothes. , shoes, and bags to grow his confidence. (b) trying more than two similar products (different brands with the same benefits), the behavior shown by the parking attendant's family to buy goods that have the same benefits as clothes and buy more when there is a discount. (c) buying goods beyond the ability, this behavior is shown by buying goods such as motorbikes, laptops, or cellphones in installments. (d) using the product because of the suitability of the advertised model, this behavior is shown by the parking attendant's family by buying goods related to their idol. (e) buying the product because the packaging is attractive, this consumptive behavior is shown by the parking attendant's family in buying children's toys. (2) The factors driving the consumptive behavior of parking attendant families in Makassar City are (a) Internal factors include three, namely motivation, they carry out consumption activities driven by their own desires, lifestyle, in parking attendant families they buy branded goods, and economic conditions, parking attendant families usually carry out consumptive activities when the income is felt a lot (b) External factors include two, namely the family, the parking attendant's consumptive behavior is driven by the executor's wife, and the reference group, the parking attendant's consumptive behavior is driven by neighbors and peers.

Keywords: *consumptive behavior, push factor, parking attendants.*

PENDAHULUAN

Kota Makassar berpotensi sebagai kota bisnis dan perdagangan, sehingga dapat dikatakan bahwa kota makassar merupakan kota metropolitan dengan tingkatan penduduk padat sehingga menyebabkan jumlah kendaraan pun ikut meningkat, banyaknya kendaraan dapat menimbulkan ketidaknyamanan dalam memarkir mengakibatkan kebutuhan masyarakat akan lahan parkir semakin bertambah. Kondisi tersebut menjadi peluang untuk masyarakat menegah kebawah yang minim atau tidak memiliki pekerjaan dalam mengambil kesempatan untuk menjadi tukang parkir sehingga dapat memberikannya keuntungan dan menjadikannya sebagai profesi.

Di kota Makassar sendiri data sementara menunjukkan bahwa tukang parkir yang ada di wilayah tersebut sebanyak 2.068 orang yang dikutip dari info Republika.co.id. Tukang parkir dapat dikatakan sebagai salah satu profesi yang bertugas menciptakan kondisi dan suasana yang aman dan nyaman pada wilayah tertentu. Tukang parkir juga dapat dikatakan sebagai salah satu profesi yang mudah untuk dikerjakan, tetapi jika dianalisis profesi tukang parkir akan sulit, apabila mengelola kendaraan dalam jumlah banyak, apalagi pada saat kendaraan keluar masuk secara bersamaan, serta resiko jika kehilangan baik itu helm ataupun kendaraan. Namun, banyak yang beranggapan bahwa profesi sebagai tukang parkir lebih dari ciri kumuh sebuah kota. Maksudnya, profesi tersebut dinilai masih sangat rendah dilihat dari tingkat ekonominya, sebagian besar masyarakat yang berprofesi sebagai tukang parkir memiliki perilaku konsumtif atau gaya hidup. Kondisi tersebut terbentuk diakibatkan oleh benturan modernisasi telah memasyarakatkan hingga menyebabkan gaya hidup serta konsumtivisme sehingga tidak jarang mengundang keperihatinan.

Perilaku konsumtif mempunyai definisi berbeda-beda, salah satunya perilaku konsumtif dikatakan penggunaan barang atau jasa dalam bentuk belum selesai digunakan, maksudnya belum habisnya barang atau jasa digunakan, individu sudah memakai *product* dengan brand berbeda, dengan fungsi yang sama (Lodeng, 2018). Pemenuhan kebutuhan hidup terbagi dari beberapa jenis kebutuhan yaitu kebutuhan pokok, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Menurut Arifin (2009) dapat di definisikan sebagai berikut: Pertama, Kebutuhan Primer, dalam pemenuhannya harus diutamakan karena merupakan kebutuhan prioritas atau dasar setiap individu ataupun masyarakat dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, kebutuhan primer sering juga dikatakan sebagai kebutuhan pokok, misalnya sandang,pangan,papan. Kedua, Kebutuhan Sekunder dapat dikatakan kebutuhan

pelengkap tetapi dalam pemenuhannya sunnah atau tidak wajib untuk dipenuhi. Ketiga, Kebutuhan Tersier dapat digolongkan sebagai kebutuhan manusia dengan kategori mahal, dalam pemenuhannya dapat dikonsumsi ketika kedua kebutuhan diatas sudah terpenuhi (Septianingsih, 2018).

Perilaku Konsumtif juga dikemukakan oleh Hamilton dkk (2005) yaitu sebagai berikut: Perilaku konsumtif disebut dengan istilah *wasterful consupction* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan (Suminar & Meiyuntari, 2015). Pelaku perilaku konsumtif tidak hanya melulu pada kelas menengah keatas, tetapi dapat juga terjadi hingga kelas menengah kebawah. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Destisya, Hendarso, dan Yusnaini bahwa: Perilaku konsumtif pada umumnya berada dilingkungan yang berstatus ekonomi tinggi namun saat ini orang dari kalangan menengah ataupun dari kalangan ekonomi kelas bawah pun sudah mengikuti perilaku konsumtif tersebut (Destisya et al., 2019).

Kebutuhan keluarga sangat beraneka ragam dan setiap individu memiliki sikap berbeda dalam proses melakukan konsumsi. Saat pemenuhan kebutuhan hidup dilakukan, tiap-tiap orang mempunyai cara berbeda-beda dalam mencari nafkah. Dalam tingkatan keluarga, ayah berperan selaku penanggungjawab keluarga dalam pemenuhan kebutuhan keluarganya, tetapi dalam keluarga biasanya terjadi kerjasama dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Seperti halnya keluarga tukang parkir, dimana bukan hanya kepala keluarga yang mencari nafkah tetapi hal tersebut dilakukan pula oleh anggota keluarga lainnya yang mampu untuk bekerja. Secara umum keluarga tukang parkir berada pada kelas sosial bawah, karena pendapatan yang didapatkan tukang parkir tidak menetap atau konsisten, apalagi anggota keluarga yang banyak menyebabkan kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan yang banyak jenisnya, semakin banyak jumlah anggota keluarga pengeluaran biaya juga semakin banyak.

Dari hasil pengamatan pada keluarga tukang parkir di Kota Makassar, ada beberapa keluarga yang melakukan kegiatan konsumsi diluar batas kewajaran yang dimana notabenenya seorang keluarga tukang parkir berstatus ekonomi rendah dapat berbelanja diluar dari batas kewajaran, seperti membeli sebuah produk bukan atas kebutuhan prioritas dan dapat mengkonsumsi barang-barang yang bersifat kebutuhan sekunder hingga kebutuhan tersier, berupa handphone android, racing motor, dan barang-barang elektronik dan sebagainya. Sehingga, peneliti terdorong mengangkat masalah terkait perilaku konsumtif dengan objeknya keluarga tukang parkir, dengan judul “Perilaku Konsumtif Keluarga Tukang Parkir Di Kota Makassar”. Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan masalah : 1) Perilaku konsumtif keluarga tukang parkir, 2) Faktor pendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan menggambarkan dan menganalisa kegiatan sosial berupa permasalahan ataupun fenomena di masyarakat yang akan diteliti dengan cara melakukan penelusuran dan penyeledikan agar dapat memperoleh informasi mengenai data dan fakta yang terjadi terkait masalah Perilaku Konsumtif Keluarga Tukang Parkir Di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif keluarga tukang parkir dan faktor pendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir. Dalam memilih informan tehnik yang dipakai yaitu purposive sampling melalui penentuan kriteria yaitu seseorang yang telah berprofesi sebagai tukang parkir minimal selama 3 tahun, seorang tukang parkir

yang sekaligus kepala keluarga, anggota keluarga tukang parkir dan seseorang yang berprofesi sebagai tukang parkir di Kota Makassar. Jumlah informan 20 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan cara untuk menganalisis data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini teori yang digunakan untuk menjadi rujukan yaitu Teori Tindakan Sosial oleh Max Weber. Tindakan sosial weber dikemukakan oleh Wadiyo (Basid & Niswah, 2018) adalah Tindakan sosial menurut Weber adalah suatu tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Tindakan sosial dapat berupa tindakan yang bersifat membatin atau bersifat subjektif yang mungkin terjadi karena pengaruh positif dari situasi tertentu atau merupakan tindakan perulangan dengan sengaja sebagai akibat dari pengaruh situasi yang serupa atau berupa persetujuan secara pasif dalam situasi tertentu. Menurut Max Weber, tindakan sosial bukan hanya dalam ranah yang bersifat rasional tetapi dapat juga bersifat non-rasional, seperti yang di kemukakan (Damsar, 2015) sebagai berikut : “Weber menemukan bahwa tindakan sosial tidak selalu memiliki dimensi rasional tetapi terdapat berbagai tindakan nonrasional yang dilakukan oleh orang, termasuk dalam tindakan orang dalam kaitannya dengan berbagai aspek dari kehidupan, seperti politik, sosial, dan ekonomi (Damsar, 2015).

Jadi dapat dilihat bahwa tindakan sosial terbagi atas dua, pertama, tindakan sosial bersifat rasional, meliputi tindakan rasional instrumental, dan tindakan rasional berorientasi nilai, kedua tindakan sosial bersifat non-rasional, meliputi tindakan afektif dan tindakan tradisional. Menurut Johnson terdapat empat tindakan sosial, berikut penjelasannya:

1. Pertama, tindakan rasional instrumental adalah tindakan yang ditujukan pada pencapaian tujuan-tujuan yang secara rasional telah diperhitungkan si aktor bersangkutan. Di dalam tindakan ini si aktor telah mendefinisikan apa yang mau dicapai melalui tindakan itu dan apa instrumen, alat, atau *means* untuk mencapai tujuan tersebut.
2. Kedua, tindakan rasional yang berorientasi nilai. Tindakan jenis ini berkaitan dengan pertimbangan-pertimbangan yang didasarkan pada nilai-nilai.
3. Ketiga, tindakan non-rasional yang bersifat tradisional. Dalam tindakan ini orang melakukan sesuatu hanya karena kebiasaan atau sudah terwarisi dalam tradisi.
4. Keempat, tindakan non-rasional afektif. Tindakan ini ditandai oleh dominasi perasaan atau afeksi tanpa perlu banyak melakukan pertimbangan-pertimbangan rasional (Raho, 2007).

Dari kutipan tersebut dapat dipahami bahwa sesuatu tidak akan dikatakan tindakan sosial jika individu tersebut tidak mempunyai tujuan dalam melakukan tindakan tersebut. Weber melihat bahwa sebuah tindakan sosial berkaitan dengan interaksi sosial. Seseorang dalam bertindak tidak hanya sekedar melaksanakan, tetapi juga menempatkan diri dalam lingkungan berfikir dan perilaku orang lain. Apa yang diutarakan oleh Max Weber terkait alasan dari sebuah tindakan berhubungan dengan interaksi sosial dapat dilihat dari hasil penelitian dimana selain faktor pendapatan keluarga dan ekonomi, yang dapat mengakses berbagai barang, perilaku konsumtif keluarga tukang parkir merupakan upaya untuk berbaur secara sosial melalui simbol yang digunakan.

1. Perilaku Konsumtif Keluarga Tukang Parkir

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (Murwanti, 2017) “dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas”, dapat dilihat dalam Perilaku konsumtif keluarga tukang parkir yaitu tindakan membeli barang dilakukan dengan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya memiliki fungsi yang sama dengan harga berbeda, maupun mengkonsumsi sebuah barang meskipun bukan kebutuhan utama.

Konsumtif menurut Barry (Pambayun, 2017) diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengosumsiian suatu barang yang bersifat tuntutan gengsi dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan, seperti yang dikemukakan tadi perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh keluarga tukang parkir yang ditemukan dilapangan yaitu: pertama, mereka membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Adapun kutipan wawancaranya sebagai berikut :

“barang-barang yang sering kubeli biasanya pakaian, sama sepatu, merek sepatuku itu all star karena bagus juga kualitasnya supaya percaya diriku juga (kerentoh)” dan “saya itu dirumah, punya alat elektronik kayak tv lcd merek samsung 14 inc, tas pesta yang harga 200-san supaya bagus-bagus tongki dilihat”

Narasumber mengatakan bahwa bentuk perilaku konsumtif yang ia tunjukkan lebih mengarah untuk menjaga penampilan diri dan gengsinya, yang berupa membeli barang-barang perlengkapan fashion agar mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya terkait apa yang ia gunakan.

Berikutnya perilaku konsumtif keluarga tukang parkir yang ditunjukkan yaitu membeli barang diluar kemampuan diri dan dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut :

“saya pernah membelikan anak saya handphone dan laptop diluar kemampuan diri saya, tapi menggunakan cara cicil yang tidak langsung dibayar semua” dan “pernah ja beli dek barang di luar kemampuanku semacam motor, tapi kubeli secara cicil ji”

Dari hasil kutipan wawancara diatas dapat dilihat, bahwa apabila pendapatan belum dirasa cukup atau belum mampu untuk melakukan kegiatan konsumsi namun sangat tergiur dengan barang-barang yang digunakan maka mereka akan membeli dengan sistem cicil, bukan membeli secara tunai dengan kata lain hasrat untuk memenuhi keinginan, selalu bisa terealisasi dikarenakan keadaan ekonomi selalu bisa diwadahi oleh pasar.

Selanjutnya, perilaku konsumtif keluarga tukang parkir yang ditunjukkan yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda dengan manfaat yang sama), adapun kutipan hasil wawancara seperti berikut :

“saya pernah beli barang merek berbeda tapi manfaatnya sama, yang sering itu semacam sepatu, apalagi kalau lagi banyak diskon. Merek sepatu kayak vans sama allstar” dan “belanja ka kak tapi sepatu sama tas ku beli, dirumah tas ku ada tiga, tas ransel, kayak merek rei untuk kupake ganti-ganti kalau kesekolah”

Dari kutipan diatas narasumber melakukan aktivitas membeli barang secara berlebihan yang dilihat dari kepunyaan barang yang lebih dari beberapa buah, jika terus menerus dilakukan akan menimbulkan perilaku boros nantinya, sehingga dapat dikatakan bentuk atau indikator perilaku konsumtifnya merupakan tindakan membeli barang dengan manfaat yang sama, seperti yang dikatakan oleh Setiaji (1995) bahwa “tindakan konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana” (Elnino et al., 2020).

Berikutnya, perilaku konsumtif yang ditunjukkan keluarga tukang parkir yaitu membeli produk karena kemasannya menarik, adapun kutipan hasil wawancaranya sebagai berikut :

“Belika barang yang berkemasan menarik selalu, tapi yang paling sering paling mainan untuk anakji kubeli”

Dari kutipan diatas narasumber membeli suatu barang karena melihat dari sisi *packingan* atau bungkus dari barang yang diajakan sehingga menarik perhatian si narasumber tersebut. Adanya strategi yang diterapkan oleh pasar terkait kemasan suatu barang dapat menyebabkan aktivitas konsumsi khususnya pada keluarga tukang parkir menjadi berlebihan.

Terakhir, perilaku konsumtif tukang parkir dapat dilihat dari memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, adapun kutipan wawancara sebagai berikut :

“saya suka sama salah satu artis dan pernah beli barang yang diiklankan sama Bassi Toya yang artis Makassar, yang saya beli kayak case hp, power bang, pakaian dan lain-lain”

Dari kutipan narasumber tersebut ia mengatakan bahwa perilaku konsumtifnya terjadi ketika sang idola mempromosikan suatu barang sehingga ia tertarik untuk terus membeli barang-barang yang digunakan ataupun dipromosikan oleh sang idola.

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh tukang parkir yang ditemukan dilapangan yaitu tujuan informan mengkonsumsi berbagai jenis barang ataupun brand didorong agar dirinya semakin percaya diri serta menjaga penampilan maupun gengsi. Ukuran kepercayaan diri diambil dari penilaiannya terhadap situasi dilingkungannya. Seperti seseorang akan tampil keren jika menggunakan barang mahal ataupun bermerek seperti sepatu allstart, vans, menggunakan baju merek eiger, rei dan handpone merek tertentu ataupun kendaraan merek tertentu. Dengan mengomsumsi atau menggunakan barang yang juga digunakan oleh publik figure atau memang sedang ramai dipasarkan, dirasa dapat meningkatkan kepercayaan diri. Kemudian hasrat untuk membeli barang-barang khususnya yang memiliki merek terkenal yang ramai dipasarkan atau digunakan oleh seseorang publik figure akan semakin menemukan momenya apabila pasar menawarkan harga diskon. Adanya diskon juga menyebabkan seorang individu berbelanja diluar perencanaan belanjanya, maksudnya mereka dapat sewaktu-waktu melakukan aktivitas berbelanja tanpa menentukan waktunya, seperti yang ditemukan dilapangan perilaku konsumtif informan meningkat ketika terjadi diskon besar-besaran yang ditawarkan oleh pasar.

Apabila pendapatan belum dirasa cukup atau belum mampu untuk melakukan kegiatan konsumsi namun sangat tergiur dengan barang-barang yang digunakan maka mereka akan membeli dengan sistem cicil, bukan membeli secara tunai dengan kata lain hasrat untuk memenuhi keinginan, selalu bisa terealisasi dikarenakan keadaan ekonomi selalu bisa diwadahi oleh pasar Selain dari penilaian terkait aktor terhadap kondisi sosial secara individu, perilaku konsumtif juga berkaitan dengan adanya kebutuhan di unit keluarga untuk mendapatkan penghargaan untuk sebuah status sosial. Data yang ditemukan dilapangan, memaparkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dilakukan secara individu oleh tukang parkir, namun juga terjadi ditingkat keluarga, seperti hasil wawancara yang menunjukkan tindakan membeli barang tertentu di luar kemampuan diri terjadi apabila barang tersebut berkaitan dengan kebutuhan keluarga, istri ataupun anak. Dimana istri menjadi eksekutor untuk aktifitas belanjanya.

2. Faktor Pendorong Perilaku Konsumtif Keluarga Tukang Parkir

Dalam bertindak, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi atau mendorong seseorang melakukan hal tersebut, seperti pada tindakan proses konsumsi yang berlebihan mengakibatkan perilaku konsumtif, jika diamati pelaku menunjukkan beberapa alasan seorang individu melakukan kegiatan konsumtif. Menurut Soebiyakto (1988) ia mengemukakan: Perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringnya konsumen

sering membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan (Pratiwi, 2015). Pada keluarga tukang parkir alasan mereka melakukan perilaku konsumtif karena di dorong oleh beberapa faktor, pada hasil temuan dilapangan faktor yang mempengaruhi keluarga tukang parkir berperilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor eksternal, yang meliputi faktor internal yaitu keadaan ekonomi, berikut kutipan wawancara sebagai berikut:

"itu pi di pergi belanja – belanja kalau banyak – banyak lagi penghasilan, kalau kurang lagi rejeki paling kebutuhan sehari – hari dulu kayak makanan" dan "biasa belanja begituka kalau sudahpi kubagi untuk kebutuhannya adekku, begitumi tergantung pendapatanku iyya lagi"

Dari hasil wawancara diatas narasumber mengatakan bahwa ia melakukan aktivitas konsumsi dipengaruhi oleh faktor internal keadaan ekonomi, yang dimana ia berperilaku konsumtif setelah menganggap pendapatan yang ia dapatkan banyak dan telah menyisihkan sebagian untuk keluarga sehingga sisanya digunakan untuk memenuhi keinginan belanjanya.

Selanjutnya faktor pendorong perilaku konsumtif yaitu faktor internal meliputi gaya hidup, hal tersebut merupakan faktor pendorong bagi keluarga tukang parkir, berikut kutipan hasil wawancara :

"kalau barang bermerek yang saya punya itu eiger, kaya pakaian sama sepatu, kalau motor itu yang saya punya ada tiga dirumah mio, yamaha, sama mio soul" dan "belanja ka kak tapi biasa kukondisikan, kan menabungka kalau ada lagi kumau beli dari tabunganku ji kuambil, kan kadang-kadang banyak lagi pendapatanku jadi itu kutabung kak, jadi kalau ada mau kubeli uang tabunganku kupake, seperti tas, pakaian sama sepatu"

Hasil wawancara diatas mengatakan bahwa faktor pendorong ia berperilaku konsumtif didorong oleh gaya hidupnya, yang dimana kebiasaan dalam berbelanja mempengaruhinya sehingga perilaku konsumtifnya selalu terealisasikan, meskipun awalnya pendapatan yang didapatkan tabung.

Berikutnya dari hasil wawancara yang ditemukan faktor pendorong perilaku konsumtif di dorong oleh faktor internal motivasi, adapun kutipan hasil wawancara sebagai berikut :

"dorongan karena diri sendiri kalau beli barang-barang begituka" dan belanjaka baju untuk anakku karena keauan ku sendiri"

Dari kutipan diatas, narasumber mengatakan faktor yang mempengaruhi melakukan tindakan konsumtif dikarenakan diri sendiri atau karena motivasi dalam dirinya yang ingin membeli barang tersebut. Sehingga faktor pendorong perilaku konsumtif didorong oleh faktor internal yang meliputi; keadaan ekonomi, gaya hidup, serta motivasi.

Selanjutnya faktor pendorong perilaku konsumtif bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal tapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu faktor lingkungan sekitar, dalam hasil temuan dilapangan faktor eksternal perilaku konsumtif didorong oleh keluarga, berikut kutipan hasil wawancaranya:

"sebenarnya dek istrikuji selalu belikanka, kayak inimi yang kupake sekarang, tapi kalau sepatu biasa samaka pergi beli ditoko" dan "saya itu jarang pergi beli sendiri untuk perlengkapan saya, yang biasa itu istri saya yang belikanka semacam pakaian,baju, celana, topi, kadang juga jam tangan kalau banyak lagi rejeki"

Dari hasil wawancara dengan informan, ia mengatakan bahwa perilaku konsumtifnya didorong oleh istrinya yang dimana dalam keluarga istri merupakan eksekutor, karena ketika mereka telah mencari nafkah kebutuhan akan pakaian atau fashion sang istrilah yang

membelikkannya, sehingga faktor eksternal perilaku konsumtif sangat dipengaruhi atau didorong oleh keluarga.

Kemudian, perilaku konsumtif juga didorong oleh faktor eksternal yaitu kelompok acuan yang meliputi tetangga, berikut kutipan wawancaraanya:

“kenapaka belanja pakaian, tas, tv lcd merek samsung, karena biasa natawarika tetangga. biasa juga natanyaka kalau ada diskon”

Dari kutipan diatas ia melakukan aktivitas berbelanja dan berperilaku konsumtif dikarenakan mendapatkan informasi dari tetangga dan dipengaruhi ataupun mengikuti apa yang tetangganya beli.

Selanjutnya, perilaku konsumtif juga didorong oleh faktor eksternal teman sebaya, seperti yang dikemukakan oleh informan dalam kutipan wawancara berikut :

“kalau pergi belanja karena keinginanku jarangka, itupi saya pergi beli-beli pakaian kalau temanku ajakka” dan “biasa kemauanku sendiriji, biasa juga temanku yang ajakka”

Dari kutipan narasumber tersebut, dalam berperilaku konsumtif ia dipengaruhi oleh teman-temannya atau teman sebaya, rasa berbelanja yang tadinya tidak ada, dapat muncul kembali ketika disugesrti atau diajak oleh temannya. Sehingga perilaku konsumtif didorong oleh faktor eksternal meliputi: keluarga dan kelompok acuan (tetangga dan teman sebaya). Sebuah tindakan tidak akan muncul dengan sendirinya, tanpa ada yang mempengaruhinya, begitupun dengan perilaku konsumtif tukang parkir serta keluarganya, ada beberapa faktor yang menimbulkan perilaku tersebut. Menurut Sumartono (2002) “munculnya perilaku konsumtif di sebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal” yang dikutip dari (Haryono, 2014). Perilaku yang dialami oleh keluarga tukang parkir didorong oleh beberapa faktor, sehingga membuatnya berperilaku konsumtif seperti yang ditemukan dilapangan bahwa faktor yang mendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir didorong oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Berdasarkan pemaparan data yang dilakukan, ditemukan faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir di Kota Makassar. Diantaranya faktor internal meliputi motivasi, gaya hidup dan keadaan ekonomi. Ketika pendapatan sudah dirasa memenuhi kebutuhan pokok seperti sadang dan mapan, maka komsumsi barang-barang sekunder seperti barang elektronik (HP, TV, dan lain-lain), dan pakaian pada umumnya, menjadi rasional. Adanya pendapatan yang dirasa lebih, mendorong hasrat untuk memenuhi gaya hidup. Menurut Weber (George Ritzer & Barry Smart, 2012) mengatakan “bahwa komsumsi terhadap suatu barang merupakan gambaran gaya hidup tertentu dari kelompok status tertentu” (Tarigan, 2015). Dari kutipan diatas dapat dilihat bahwa memang perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh gaya hidup, konsumsi terhadap barang merupakan landasan bagi penjenjangan dari kelompok status. Sehingga situasi kelas ditentukan oleh ekonomi sedangkan situasi status ditentukan oleh penghargaan sosial. Selain ekonomi, motivasi, gaya hidup, dan pasar, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor eksternal keluarga dan kelompok acuan. Baik relasi antara keluarga, tetangga maupun teman sebaya. Kelompok acuan mendorong tukang parkir yang dipaparkan beberapa narasumber mengatakan bahwa keinginannya untuk mengkonsumsi sebuah barang yang bukan merupakan kebutuhan utama atau di luar kemampuan secara ekonomi, terkadang disebabkan oleh informasi yang didapatkan dari tetangga maupun teman sebaya. Seperti yang dikatakan oleh (Murwanti, 2017) “bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh teman sebaya”. Informasi mengenai suatu barang yang didapatkan dari teman sebaya, yang telah lebih dulu menjadi konsumen atas suatu barang, menjadi daya tarik tersendiri. Misalnya informasi terkait kualitas, keunikan. Dan status sosial dari sebuah brand misalnya, mendorong hasrat

untuk mengkonsumsi barang yang sama atau serupa. Meskipun barang tersebut bukan kebutuhan prioritas.

Selain itu, relasi sosial antara tetangga dan teman sebaya menjadi perantara informasi yang disediakan oleh iklan. Seseorang tidak atau belum mengakses iklan melalui beragam media (tv, media sosial dan sebagainya) sebuah barang bisa didapatkan melalui relasi sosial tersebut. Dengan kata lain, tetangga dan teman sebaya secara tidak langsung menjadi *sales* dari sebuah barang atau produk. Perilaku konsumtif ditingkat unit keluarga, berdasarkan temuan dilapangan, didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan sosial di lingkungannya. Kondisi ini banyak dipengaruhi oleh hubungan antara tetangga. Ada rasa gengsi tersendiri apabila seorang tetangga memberikan informasi terkait sebuah barang ataupun brand.

Serupa dengan tindakan individu untuk mencapai apa yang menjadi penilaian terhadap fakta sosial. Bedanya dalam hal ini tujuan dan motivasi terhadap apa yang akan dicapai bukan sekedar menempatkan seorang individu dalam sebuah kondisi sosial. Namun, menempatkan sebuah kolektifitas yaitu keluarga kedalam lingkungan berpikir dan berperilaku orang lain. Kehidupan sosial ekonomi tukang parkir berada pada kelas menengah kebawah dikarenakan faktor pendidikan yang rendah, seperti yang dikemukakan oleh (Siswanto & Agung, 2017), juru parkir pada umumnya berasal dari kelas sosial dan ekonomi menengah kebawah dikarenakan kebanyakan dari mereka notebenanya berpendidikan rendah. Dari hasil temuan lapangan tukang parkir kebanyakan berpendidikan SD, SMP dan SMA dan juga ada yang tidak bersekolah, seperti yang dikategorikan oleh Zahra (2011) “dalam pendidikan masyarakat kelas bawah adalah tamatan SMA, SMP, SD dan buta huruf (Chairunnisa, 2016)”.

Pelaku perilaku konsumtif tidak hanya pada kelas menengah keatas saja, tetapi juga dapat dilakukan oleh kelas sosial yang lainnya meskipun tingkatan perilaku konsumtifnya yang berbeda-beda, seperti yang dikatakan (Destisya et al., 2019) bahwa perilaku konsumtif pada umumnya berada dilingkungan yang berstatus ekonomi tinggi namun saat ini orang dari kalangan menengah ataupun dari kalangan ekonomi kelas bawah pun sudah mengikuti perilaku konsumtif tersebut (h. 128). Ditemukan dilapangan menurut strata sosial ekonomi keluarga tukang parkir berada pada kelas bawah yang dilihat dari ranah pendidikan dan pekerjaan serta tingkat kesejahteraan keluarga berada pada tahapan pertama, sehingga dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif menyasar pada segala lapisan sosial, semua kalangan dapat berperilaku konsumtif tergantung dari individunya. Tingkatan perilaku konsumtif pada keluarga tukang parkir berada pada tingkatan perilaku konsumtif sedang, yang dimana dari hasil temuan dilapangan narasumber masih dapat mengontrol diri dan masih menerapkan skala prioritas dalam berbelanja tetapi tidak konsisten, seperti yang dikemukakan oleh Saidek, dkk (2020) bahwa “perilaku konsumtif yang sedang adalah mereka yang memiliki untuk membeli suatu barang namun masih bisa mengontrol diri dan menerapkan skala prioritas dalam membeli barang”.

PENUTUP

Perilaku konsumtif yaitu tindakan membeli barang dilakukan dengan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya memiliki fungsi yang sama dengan harga berbeda. Maupun mengkonsumsi sebuah barang meskipun bukan kebutuhan utama. Adapun perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh keluarga tukang parkir ditemukan dilapangan yaitu tujuan informan mengkonsumsi berbagai jenis barang ataupun brand didorong agar dirinya semakin percaya diri serta menjaga penampilan maupun gengsi, perilaku yang ditunjukkan juga membeli barang diluar kemampuan diri, membeli barang karena kemasannya menarik,

membeli barang karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan serta membeli barang berbeda merek dengan manfaat yang sama.

Selanjutnya, perilaku yang dialami oleh keluarga tukang parkir didorong oleh beberapa faktor, sehingga membuatnya berperilaku konsumtif seperti yang ditemukan dilapangan bahwa faktor yang mendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir didorong oleh faktor internal dan faktor eksternal. faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif keluarga tukang parkir di Kota Makassar. Diantaranya faktor internal yang meliputi motivasi, gaya hidup dan keadaan ekonomi. Ketika pendapatan sudah dirasa memenuhi kebutuhan pokok seperti sadang dan mapan, maka konsumsi barang-barang sekunder seperti barang elektronik (HP, TV, dan lain-lain), dan pakaian pada umumnya, menjadi rasional.

Selain ekonomi, motivasi, gaya hidup, dan pasar, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor eksternal keluarga dan kelompok acuan. Baik relasi antara keluarga, tetangga maupun teman sebaya. Keinginannya untuk mengkonsumsi sebuah barang yang bukan merupakan kebutuhan utama atau di luar kemampuan secara ekonomi, terkadang disebabkan oleh informasi yang didapatkan dari tetangga maupun teman sebaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basid, A., & Niswah, S. K. (2018). Tindakan Sosial Tokoh Husna Dalam Novel Lovely Hana Karya Indra Rahmawati Berdasarkan Perspektif Max Weber. *Lingua: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 1–8.
- Chairunnisa, N. (2016). *Perbedaan Persepsi Masyarakat Kelas Menengah dengan Kelas Bawah terhadap Pendidikan sebagai Investasi Ekonomi dan Investasi Sosial (Studi di Masyarakat Kelurahan Kamal kalideres Jakarta Barat)*. Jakarta: FITK UIN Jakarta.
- Damsar, D. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: PT Aditya Andrebina Agung.
- Destisya, J., Hendarso, Y., & Yusnaini, Y. (2019). Peran Peer Group dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 126–139.
- Elnino, S. R., Lesawengen, L., & Lasut, J. J. (2020). Tindakan Konsumtif Dalam Aktivitas Belanja Online Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas SAM Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.
- Haryono, P. (2014). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(4).
- Lodeng, A. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Murwanti, D. (2017). Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya dan Budaya Kontemporer terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 38–51.
- Pambayun, A. M. (2017). *Perilaku Konsumtif Atlet (Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knights Kota Surabaya)*. Universitas Airlangga.
- Pratiwi, G. I. (2015). Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club (BKRC) Chapter Malang). *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 1(5).

- Raho, B. (2007). *Teori sosiologi modern*. Prestasi Pustaka.
- Septianingsih, E. (2018). *Strategi Pemenuhan Kebutuhan Hidup dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Beberapa Keluarga Muslim di Kelurahan Purwosari Kecamatan Natar Lampung Selatan)*. IAIN Metro.
- Siswanto, R. A., & Agung, L. (2017). Keindonesiaan Dalam Stiker Soekirman Tukang Parkir. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 2(1), 49–62.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Tarigan, D. I. M. (2015). Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang kota Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(4).