

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia sebagian besar tinggal di wilayah perdesaan dan menekuni sumber mata pencaharian di sektor pertanian. Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2010 ada sebanyak 50,21 persen (119.321.070 jiwa) dari 237.641.326 jiwa penduduk Indonesia yang tinggal di perdesaan yang bekerja di sektor pertanian. Badan Pusat Statistik tahun 2012 mencatat sekitar 36,5 persen (41,20 juta orang) dari 112,80 juta jiwa penduduk yang bekerja di sektor pertanian termasuk sebagai buruh tani. Karena itu sektor pertanian tetap penting bagi perekonomian rakyat Indonesia.

Salah satu sektor yang dikembangkan oleh pemerintah dan cukup besar peranannya dalam pertanian adalah sektor perkebunan. Sub sektor perkebunan menunjukkan ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi. Hal ini karena hasil dari sub sektor perkebunan mengalami peningkatan harga sebagai dampak dari perbedaan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Sejak pertengahan tahun 1970-an pertumbuhan sektor perkebunan terus dipicu melalui berbagai kebijakan baik produksi, investasi, ekspor, dan berbagai kebijakan lainnya. Hal ini dilakukan karena dengan sumberdaya domestik yang dikandungnya, sektor perkebunan ini dinilai

memiliki keunggulan komparatif di pasar domestik dan internasional (Siyamitri.2009: 2).

Sektor perkebunan yang berkembang dan mendunia di Indonesia saat ini menurut BPS 2013 yaitu perkebunan rempah-rempah, perkebunan kakao, perkebunan karet, perkebunan kopi, perkebunan teh, perkebunan tembakau dan perkebunan kelapa sawit. Salah satu perkebunan terpenting di Indonesia adalah perkebunan kelapa sawit. Pada tahun 2012 saja perkebunan kelapa sawit telah mencapai seluas 9,230,100 Ha ( Afrizal 2015 : 241).

Sekarang pasar untuk kelapa sawit telah tumbuh dengan pesat, terutama di sejumlah negara seperti India, Cina dan negara Eropa Timur. Untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut, produksi kelapa sawit diperkirakan akan berlipat ganda dalam kurun waktu dua puluh tahun kedepan yang tentu saja memerlukan pertambahan lahan perkebunan. Perkebunan kelapa sawit di Indonesia tidak hanya bertambah luas wilayahnya namun juga mengalami perubahan yang cukup besar dalam hal pemilikan. Pada awal perkembangannya, perkebunan kelapa sawit dikelola secara dominan oleh negara (BUMN) yang pendanaannya bersumber dari pinjaman yang diperoleh dari Bank Dunia, Uni Eropa dan Bank Pembangunan Asia (ADB). Selama dekade 1970-an dan 1980-an, perluasan perkebunan kelapa sawit terfokus pada pembangunan perkebunan yang terdapat dalam program pemerintah di bidang transmigrasi (PIR-Trans), di mana badan usaha memiliki negara mengontrol

perkebunan inti yang dikelilingi oleh wilayah perkebunan plasma seluas 2 sampai 5 hektare, yang dikelola oleh para transmigrasi.

Pertanian menjadi pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat pedesaan, terutama pada masyarakat Desa Sumber Mulya. Masyarakat setempat umumnya mempunyai sumber pencarian bertani yaitu pertanian kebun kelapa sawit dan karet. Salah satu subsektor yang cukup besar perannya dalam pertanian adalah subsektor perkebunan. Sub sektor perkebunan menunjukkan ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi.

Masyarakat desa Sumber Mulya kehidupan perekonominya bertumpu pada pertanian yaitu pertanian kebun kelapa sawit dan kebun karet, namun yang mendominasi adalah perkebunan kelapa sawit. Pada tahun 1990-an masyarakat desa Sumber Mulya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani sawah, setelah masuknya program pemerintah dengan kebijakan PIR (Perusahaan Inti Rakyat) tersebut menyebabkan terjadinya perubahan terhadap sumber mata pencaharian, menjadi petani kelapa sawit. Kelapa sawit merupakan salah satu usaha tani dalam bidang perkebunan yang berorientasi ekspor. Permintaan terhadap komoditas kelapa sawit tingkat internasional dan nasional masih tinggi. Karena itu usaha tani kelapa sawit banyak dilakukan oleh masyarakat maupun pengusaha untuk mendapat keuntungan yang tinggi. Pada mulanya usaha tani kelapa sawit dilakukan oleh perusahaan dalam upaya pemerataan penduduk melalui kegiatan transmigrasi. Usaha tani kelapa sawit pelaksanaannya berupa program pola Perusahaan Inti Rakyat

(dikenal dengan pola PIR). Dalam kegiatan tersebut perusahaan yang bergerak di usaha tani kelapa sawit membangun kebun inti untuk perusahaan dan kebun plasma untuk masyarakat transmigrasi.



Masyarakat yang ikut dalam program perkebunan kelapa sawit disebut petani plasma. Peserta petani plasma adalah masyarakat Jawa yang ikut transmigrasi ke daerah Kuamang Kuning pada tahun 1980. Pada awalnya masyarakat transmigrasi tersebut diberikan 2 Ha lahan kebun, 0,75 Ha lahan pangan, dan 0,25 Ha lahan pekarangan termasuk rumah tempat tinggal peserta transmigrasi tersebut. Awal kegiatan usaha tani kelapa sawit, setiap peserta plasma bergabung dengan perusahaan inti untuk melakukan kegiatan perkebunan kelapa sawit. Selama 4 tahun pertama petani kelapa sawit yang belum menghasilkan hasil produksi, peserta transmigrasi (petani) tersebut diharuskan berkerja sebagai karyawan Perusahaan Inti Rakyat yang bertanggung jawab terhadap kebun masing-masing. Setelah 4 tahun saat kebun sudah mulai menghasilkan, lahan yang diperuntukan untuk transmigrasi dikonversi menjadi hak milik masing-masing. Sejak lahan dikonversi kepada masing-masing petani, untuk selanjutnya tanggung jawab penuh berada pada masing-masing petani, antara lain: perawatan kebun, pemupukan, penyediaan sarana produksi, penyediaan mesin dan alat pertanian, panen tandan buah segar (TBS). Sementara biaya pembangunan kebun yang dilakukan oleh perusahaan dicicil oleh petani setiap bulan melalui pemotongan penjualan buah (TBS). Setiap bulan penghasilan dipotong oleh

perusahaan sebesar sepertiga dari penghasilan kebunnya, hal tersebut berjalan sampai hutang petani lunas.

Karena itu, perkebunan kelapa sawit menjadi alternatif pekerjaan dan penghasilan di perdesaan. Di perkebunan kelapa sawit orang bisa bekerja di sektor seperti menebas, menyemprot, memupuk, menunas kelapa sawit dan memanen. Untuk kategori ini biasanya tidak memerlukan ijazah karena bekerja hanya memerlukan tenaga dan keseriusan.

Penelitian ini tentang perilaku konsumtif petani kelapa sawit. Saat ini tidak hanya orang kota yang berperilaku konsumtif, namun masyarakat desa juga mulai melakukan perilaku konsumtif terhadap barang-barang yang dibelinya. Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Pengertian perilaku konsumtif tersebut sejalan dengan pendapat Dahlan yakni suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (dalam Sumartono, 2002:54).

Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai sosial ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural,

pentingnya peran model yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala *sosiopsikologis* berupa keinginan meniru sehingga manusia berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”.

Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

**Tabel 1.1**

**Macam-macam Kebutuhan Berdasarkan Intensitas Kegunaan**

No	Kebutuhan	Contoh
1	Primer	Baju, makanan, tempat tinggal atau rumah
2	Sekunder	Peralatan rumah tangga seperti: tempat tidur, meja, kursi, radio, buku alat tulis dll.
3	Tersier	Mobil ferrari, berwisata ke luar negeri, kapal persiar, apertemen, pesawat pribadi, pilau pribadi, helikopter pribadi dll.

**Tabel 1.2**

**Macam-macam Kebutuhan Berdasarkan Waktunya**

No	Kebutuhan	Contoh
1	Kebutuhan Sekarang	Obat, oprasi.
2	Kebutuhan yang akan datang / masa depan	Tabungan, perlengkapan bayi bagi ibuk hamil, orang tua mempersiapkan pemenuhan anaknya yang akan masuk kedunia pendidikan, asuransi.
3	Kebutuhan tidak terduga	Konsultasi kesehatan

**Tabel 1.3**

**Macam-macam Kebutuhan Berdasarkan Subyek yang dibutuhkan**

No	Kebutuhan	Contoh
1	Kebutuhan Individu	Kebutuhan cleaning service, kebutuhan presiden dengan kebutuhan pelayan.
2	Kebutuhan Kolektif/kelompok	Pasar, jalan, rumah sakit, jembatan, angkutan umum, dan sekolah.

Sumber: [www.artikelisana.com/2015/01/pengertian-macam-macam-kebutuhan-contoh.html?m=1](http://www.artikelisana.com/2015/01/pengertian-macam-macam-kebutuhan-contoh.html?m=1)

Adanya pergerakan makna dalam pengonsumsiannya dalam suatu barang yang mana bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia, sebagai alat pemuas keinginan yang didalamnya terdapat berbagai simbol mengenai peningkatan status, prestise, kelas, gaya, citra-citra yang ingin ditampilkan dalam melalui pengonsumsiannya suatu barang merupakan adanya indikasi perilaku konsumtif. Realitas semua yang sengaja digembar-gemborkan oleh berbagai media massa mengenai produk-produk baru yang ditayangkan dalam televisi telah mendorong mereka untuk memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu yang menghabiskan barang atau jasa dengan tujuan untuk memuaskan keinginannya saja namun sebenarnya tidak terlalu bermanfaat untuk berpengaruh besar bagi kehidupannya.

Seperti yang terjadi pada kalangan masyarakat petani kelapa sawit di desa Sumber Muliya sekarang ini. Banyak mereka yang merasa tertarik untuk membeli barang-barang produk baru yang ditawarkan oleh media massa ataupun sales-sales yang berkunjung ke rumah mereka. Dengan diiming-imingi suatu penawaran yang dijanjikan oleh penjual. Misalnya sales tersebut menawarkan apabila mereka membeli barang tersebut dua maka harganya akan dikurangi dari harga yang mereka tawarkan sebelumnya. Maka penawaran tersebut akan membuat mereka tertarik untuk membeli barang-barang produk baru yang telah ditawarkan oleh penjual ataupun sales-sales tersebut.

Konsumsi adalah sesuatu kegiatan yang berkegiatan bertujuan mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan konsumen adalah orang yang mengonsumsi barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhannya.

Fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat konsumen, juga sangat diwarnai dengan kegembiraan kegiatan konsumsi. Bagi masyarakat konsumen, saat ini hampir tidak ada ruang dan waktu tersisa untuk menghindari diri dari sebuah berbagai informasi yang berurusan dengan kegiatan konsumen. Di rumah, kantor, atau kampus, kita tak henti-henti disodori berbagai informasi yang menstimulasi konsumsi melalui iklan di tv, koran maupun majalah-majalah. Di jalan, selain terus melewati perkotaan dan pusat perbelanjaan, kita terus dihadapi dengan pemandangan alternatif dari promosi media luar rumah yang menghiasi jalan-jalan dan berbagai sudut strategis kota.

Fenomena masyarakat konsumsi tersebut, yang telah melanda sebagian besar wilayah di dunia, saat ini juga sudah terjadi pada masyarakat Indonesia. Konsumsi berarti mengorbankan sejumlah uang yang tidak akan pernah kembali (Tanuwidjaja, 2008:36-37). Apabila hal tersebut terus menerus dilakukan para ibu maka akan mengakibatkan tindakan pemborosan, dan mengakibatkan tidak terkontrolnya keuangan keluarga. Pembelian barang yang tidak berdasarkan pada kebutuhan tentunya akan berakibat kurang baik bagi keperluan rumah tangga, tindakan tersebut apabila dilakukan terus menerus dan tidak adanya kontrol pada diri individu tersebut

sudah pasti akan merugikan terutama pada rumah tangga dikarenakan banyaknya keperluan maupun kebutuhan rumah tangga itu sendiri serta kebutuhan lainnya yang bersifat jangka panjang seperti misalnya biaya kebutuhan masa depan anak, kesehatan, tabungan untuk hari tua dan lain sebagainya.

Berhubungan dengan sesuatu yang dapat memuaskan mereka dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengarkan, memperhatikan, dan lainnya. Salah satu manfaat yang ditawarkan merek kepada konsumen adalah manfaat simbolis. Manfaat simbolis mengacu pada dampak psikologi yang akan diperoleh konsumen ketika ia menggunakan merek tersebut artinya merek tersebut akan mengkomunikasikan siapa dan apa konsumen pada konsumen lain (Ferrinandewi Erna, 2008:2). Dengan demikian tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataannya menggunakan waktu luang, mendengar radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton randai, membeli komputer untuk mengetik tugas kuliah atau mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah tempat tinggal, dan lain sebagainya.

Salah satu masalah di Indonesia saat ini adalah kita selalu terikat dengan kegiatan konsumsi, dan secara fisik kita hanya bisa bertahan melalui konsumsi. Selain itu, kita semua adalah konsumsi. Meskipun memang konsumsi adalah aktifitas kita yang tak terletakkan, namun ada beberapa pengembangan luar biasa yang harus

kita waspada berkenan dengan aktifitas tersebut. Budaya konsumsi kini sudah melekat pada kehidupan manusia. Budaya konsumsi ini sangatlah susah di hindari dari kehidupan bermasyarakat. Meskipun barang-barang yang di konsumsi tersebut tidak begitu penting dibutuhkan, namun budaya konsumsi ini sangatlah susah untuk dihindari apa lagi kita berada dalam kehidupan bermasyarakat. Terutama tentang terbentuknya suatu bentuk kehidupan sosial baru yang menjadi konsumsi sebagai pusatnya, sehingga kemudian justru muncul banyak masalah yang semakin nyata dan meresahkan bagi kita semua.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Prilaku konsumsi adalah prilaku yang diperhatikan konsumsen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan Prilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan, barang-barang atau jasa-jasa (Loudon dan Della, 1993). *Consumer behavior* dijelaskan sebagai upaya konsumen untuk membuat keputusan tentang suatu produksi yang dibeli dan dikonsumsi (Ebert dan Griffin, 1995).

Sumber: [psikologikartinaningsih.blogspot.co.id/2010/01/factor-faktor-yang-mempengaruhi.html](http://psikologikartinaningsih.blogspot.co.id/2010/01/factor-faktor-yang-mempengaruhi.html)

Konsumen mengambil banyak macam keputusan membeli setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Faktor budaya memberikan pengaruh lebih luas dan dalam perilaku konsumen. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

Tujuan utama *cultural studies* adalah terbangunnya perspektif kritis, yang didalamnya konsep kebudayaan dapat dilihat sebagai produk, dan respons terhadap kondisi sosial dari satu kurun waktu tertentu. Kebudayaan dengan demikian didefinisikan sebagai 'level di mana kelompok-kelompok sosial mengembangkan pola-pola khas kehidupannya, dan memberikan bentuk ekspresif kepada pengalaman kehidupan sosial dan material mereka (Hall, *et al.*, 1976: 10 dalam Martyn J Lee 2006: 70). Menurut Raymond (dalam Martyn J Lee, 2006: 33) istilah kebudayaan menggambarkan cara hidup tertentu, mengekspresikan makna dan nilai-nilai tertentu, tidak hanya dalam seni dan pembelajaran namun juga dalam institusi dan perilaku sehari-hari. Kebudayaan menjadi respon khas suatu kelompok, dan efek yang terinternalisasi dari lokalitas sosial tertentu. Kebudayaan bukanlah produk perilaku yang sepenuhnya rasional atau perilaku penuh perhitungan oleh kelompok-kelompok

sosial dalam mengekspresikan cara hidup mereka, dan bukan pula sekedar hasil nilai kepercayaan dan sistem makna yang berasal dari kepentingan-kepentingan sosial tertentu, baik ditanamkan ataupun dipaksakan (Martyn, 2006: 71)

Kelas sosial adalah masyarakat yang relatif permanen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan prilaku yang serupa. Kelas sosial bukan ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur dari kombinasi pendapatan, pekerjaan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Dengan adanya, prilaku konsumen mengalami perubahan. Dengan memahami beberapa bentuk budaya dari masyarakat, dapat membentuk pemasaran dalam memprediksi penerimaan konsumen terhadap suatu barang. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Pengaruh budaya sangat alami dan otomatis sehingga pengaruhnya terhadap perilaku sering diterima begitu saja.

Budaya konsumen merupakan bentuk khusus dari budaya materi yang telah berkembang dalam masyarakat Eropa- Amerika pada paruh kedua abad ke-20. Menurut Strathern (dalam Martyn J Lee, 2006:10) Konsumsi yang dirujuk melalui budaya konsumen dari lensa budaya materi dapat dilihat sebagai konversi, atau lebih tepatnya, 'perilaku manusia yang mengubah benda-benda untuk tujuan-tujuan mereka sendiri'. Konsumsi dipahami sebagai penggenapan proses produksi di pasar, dan sekaligus konsumsi dipandang sebagai hal sekunder, responsif atau derivatif (Celia Lury, 1998:5).

Proses produksi untuk pasar sering dianggap sebagai satu-satunya sistem ekonomi yang beroperasi dalam masyarakat Eropa-Amerika, bukan hanya dalam makna yang lazim tetapi juga dalam ilmu-ilmu sosial. Sebuah kajian terbaru mengenai perluasan kemiskinan di Inggris menunjukkan bahwa, hampir 3,5 juta orang tidak mempunyai barang-barang tahan lama seperti karpet, mesin cuci atau kulkas karena tidak mempunyai uang; sekitar 3 juta orang tidak dapat merayakan Natal atau membeli hadiah untuk keluarga setahun sekali; dan hampir setengah juta anak tidak bisa makan tiga kali sehari karena orangtua mereka begitu pas-pasan Mack dan Lansley 1985: 90 (dalam Celia Lury 1998:12). Menurut Appadurai (dalam Celia Lury 1998:21) kemiskinan membatasi kemampuan untuk memilih, dengan demikian hal tersebut merupakan indeks fundamental mengenai kemampuan untuk berpartisipasi dalam konsumsi. Budaya konsumen muncul untuk menggapai 'turnamen nilai' yang memamerkan politik ketidak seimbangan ini.

Mulanya belanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan untuk sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi pada konsep belanja sekarang ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat.

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. *Shopping* secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola

konsumerisme yang tidak akan ada habisnya. Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (Agustina, 2002:27). Pendapat lain dikemukakan oleh Suprana (Agustina, 2002: 27-28), yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah semakin membaiknya keadaan sosial ekonomi sebagai masyarakat, membanjirnya barang-barang produksi, efektifnya sarana periklanan termasuk didalamnya media massa berkembangnya gaya hidup, mode, masih tebalnya sikap gengsi, status sosial. Adapun faktor penyebab terbentuknya perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup.

Perilaku konsumtif petani kelapa sawit ini adalah sebuah masalah bagi kehidupan yang dikemudian hari didalam kehidupan masyarakat dan khususnya pada remaja, karena cenderung para remaja tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat, dan sifat produktif, dari hidup berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar nilai negatif contohnya antara lain :

1. Sifat boros, yang hanya menghambur hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.

2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.

3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.

4. Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

Saat ini, kegiatan konsumtif yang dilakukan petani kelapa sawit tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tersebut. Akan tetapi, juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Hal itu semakin banyaknya penawaran produk terbaru yang promosinya dilakukan melalui media cetak maupun elektronik bahkan melalui penjualan langsung ditempat yang membuat seseorang menjadi mudah terpengaruh untuk mencoba ataupun membeli barang tersebut walaupun sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan.

Dalam kehidupan modern ini, petani kelapa sawit di desa Sumber Mulya menuntut untuk bergaya konsumsi, karena pengaruh media elektronik dan kehidupan lingkungan mereka, dengan penghasilan yang tinggi dari hasil kelapa sawit mereka menggunakan uangnya untuk belanja. Barang belanjaan yang mereka beli tidak hanya

satu, namun bisa sampai dua bahkan tiga barang. Misalnya mereka membeli baju, mereka membeli baju di tempat berbelanja produk-produk yang berkualitas, terlihat modern dan sesuai dengan selera dan keinginan bahkan baju yang mereka beli tidak cukup hanya satu pasang, namun bisa sampe dua ataupun tiga pasang baju.

Penghasilan perekonomian yang mereka dapatkan dari hasil panen kelapa sawit cukup untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka bahkan mereka mampu menyekolahkan anaknya kependidikan yang lebih tinggi dari mereka. Dalam proses penjualan dari hasil buah sawit yang sudah masak, dijual di tengkulak sawit. Tengkulak sawit di daerah desa Sumber Mulya bukan hanya satu saja tapi banyak. Harga tandan buah segar (TBS) pada tahun 2015 berkisar Rp.1450 per kilogram. Selain itu dilihat dari kualitas buah sawitnya apakah buah tersebut sudah benar-benar masak atau masih mengkal. Namun kini harga kelapa sawit menurun drastis, harga tandan buah segar (TBS) saat ini hanya Rp.800 per kilogramnya.

Dalam pembelian pupuk untuk kebun kelapa sawitnya tersebut masyarakat setempat membeli pupuk di KUD (Kantor Unit Desa). KUD di desa Sumber Mulya masih berjalan dengan baik sehingga memudahkan masyarakat setempat untuk membeli bahan-bahan yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Namun selain itu masyarakat ada juga yang membeli diluar dari KUD (Kantor Unit Desa). Pupuk yang digunakan oleh masyarakat stmpat berbagai macam jenis pupuk, seperti pupu orea, TS, dan ada juga pupu dari hasil kotoran sapi.

Dapat dilihat tabel di bawah luas lahan perkebunan kelapa sawit yang dimiliki oleh masyarakat Desa Sumber Mulya

**Tabel 1.4**  
**Luas Lahan dan Penghasilan Perbulan Petani Sawit Desa Sumber Mulya**  
**Tahun 2015**

Tingkatan	Luas Area	Penghasilan perbulan bruto	Penghasilan perbulan netto
Tinggi	3 Kapling (6Ha)	Rp.12.000.000	Rp.9.000.000
Sedang	2 Kapling (4Ha)	Rp.8.000.000	Rp.6.000.000
Rendah	1 Kapling (2Ha)	Rp.4.000.000	Rp.3.000.000

*Sumber: Data Primer*

Luas lahan kebun kelapa sawit yang dimiliki oleh masyarakat Desa Sumber Mulya berbeda-beda, tapi rata-rata luas lahan yang dimiliki oleh warga stmpat 2 Ha. Tinggi rendahnya pendapatan masyarakat Desa Sumber Mulya dapat dilihat dari luas lahan yang dimiliki masing-masing. Selain dilihat dari luas lahan dapat dilihat dari bagaimana mereka merawat dan memanjakan perkebunan yang mereka miliki tersebut.

Rata-rata penghasilan yang didapat oleh masing-masing pemilik perkebunan kelapa sawit di Desa Sumber Mulya adalah Rp. 3.000.000 per bulan sekali panen, namun itu belum termasuk dari pembelian pupuk, alat-alat yang diperlukan untuk perkebunan yang mereka miliki dan upah dari pekerja sebagai pemanen kelapa sawit (mendodos) ataupun mengangkut (melangsir) kelapa sawit yang dipanen, ini baru

pendapatan atau penghasilan kotor (Brutto) mereka. Jika dihitung dari pengeluaran pembelian pupuk untuk petani yang memiliki luas lahan 1 kapling (2ha) kurang-lebih mereka menghabiskan biaya sekitar Rp.2.000.000 pertiga bulanya. Dalam membeli pupuk mereka membayarnya tidak secara cash. Tetapi mereka bayar secara angsur, dalam tiga bulan mereka membayar 2-3 kali tergantung dari pendapatan yang mereka dapatkan. Untuk upah melangsir (membawa TBS dari kebunnya ke pinggir jalan besar dengan menggunakan kendaraan berpengerak roda dua/motor) yaitu sebesar Rp.100.000 perbulannya. Sedangkan untuk upak pemanen kelapa sawit sebesar Rp.400.000 dalam satu bulan. Jadi dapat dilihat dari penghasilan bersih (Netto), perbulannya mereka mendapatkan penghasilan kira-kira berkisar kurang-lebih sampai Rp.3.000.000-an setelah dipotong dari pengeluaran per bulannya, untuk biaya perawatan kebun kelapa sawit dan upah pekerja mereka.

Berikut tabel di bawah merupakan perubahan harga kelapa sawit per tahun.

**Tabel 1.5**

**Daftar Harga Sawit Per Tahun Desa Sumber Mulya**

TAHUN	HARGA (Rp/kg)
2011	1,876
2012	1,532
2013	1,813
2014	1,206
2015	1,637
2016	8,00

Sumber : *Primer*

Sumber mata pencaharian petani kelapa sawit di desa Sumber Mulya selain perkebunan kelapa sawit yaitu perkebunan karet.

**Tabel 1.6**  
**Perubahan Harga Karet Per Tahun**

TAHUN	HARGA KARET KERING (Rp/kg)	HARGA KARET BASAH (Rp/Kg)
2011	18.900	17.900
2012	15.300	14.700
2013	20.000	19.000
2014	9.500	8.000
2015	15.300	14.700
2016	6.000	5.000

Sumber: *Primer*

## 1.2 Rumusan Masalah

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya. Saat ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang bisa mendatangkan kepuasan.

Manusia sering dihadapkan pada persoalan untuk memenuhi kebutuhannya dan mempertahankan kehidupannya. Oleh karena itu, manusia harus melengkapi kebutuhannya tersebut. Pada masa awal peradaban manusia, segala kebutuhan tersebut langsung dipenuhi sendiri dengan jalan memproduksi atau menghasilkan

berang yang dibutuhkannya secara langsung. Misalnya jika seseorang membutuhkan sesuatu untuk melindungi tubuhnya dari hawa dingin, maka ia akan berburu mencari kulit binatang untuk digunakannya sebagai penghangat tubuh. Jadi segala usaha, jerih payah dan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukannya adalah untuk langsung mencukupi kebutuhan-kebutuhan hidupnya.

Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri. Contoh: Seorang ibu rumah tangga yang ingin terlihat fashionable sehingga selalu membeli segala sesuatu aksesoris maupun pakaian yang mahal yang bahkan terkadang tidak terlalu dibutuhkan olehnya.

Budaya dan cara hidup masyarakat modern saat ini sudah sangat berubah, mulai dari gaya hidup, pendidikan, bahkan kekuasaan. Dalam gaya hidup, masyarakat modern saat ini menjadi sangat konsumtif. Sadar atau tidak pola hidup seperti ini sedang terjadi di masyarakat kita, sekitar kita bahkan diri kita sendiri. Prilaku konsumtif ini ternyata bukan hanya milik golongan menengah keatas (orang kaya) melainkan ditiru oleh golongan menengah kebawah. Mungkin ini penyebab dari globalisasi, perkembangan informasi dan teknologi, dimana media seperti TV, radio ataupun media cetak lainnya, iklan atau yang lainnya telah berperan aktif dengan membujuk, atau merayu guna men-stimuli budaya konsumsi di masyarakat. Seperti

masyarakat desa Sumber Mulya kini mereka telah mengikuti zaman modern, mereka melakukan gaya hidup yang berlebihan membeli barang tidak cukup satu. Misalnya seperti membeli televisi, mereka sudah mempunyai televisi model lama dengan merek SHARP, namun dengan adanya televisi keluaran baru dengan model baru mereka mempunyai keinginan untuk membeli televisi model dan keluaran baru tersebut. Hal ini terjadi karena pengaruh lingkungan dan media sosial yang ada dalam masyarakat. Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka terdapat permasalahan yang dapat dibahas dalam penelitian ini yaitu :

*Bagaimana perilaku konsumtif petani kelapa sawit di desa Sumber Mulya?*

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada judul dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

#### **1.3.1. Tujuan Umum:**

Mendeskripsikan perilaku konsumtif petani kelapa sawit di desa Sumber Mulya.

#### **1.3.2. Tujuan Khusus:**

1. Mengidentifikasi barang-barang yang dimiliki oleh petani kelapa sawit
2. Mendeskripsikan barang-barang tersebut dimanfaatkan secara rutin atau digunakan hanya sesaat saja

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Akademis**

Secara akademis berguna untuk menambah pengetahuan mengenai masalah perilaku konsumtif masyarakat desa Sumber Mulya Kecamatan Pelepat Ilir Kabupaten Muara Bungo serta sebagai bahan masukan disiplin ilmu sosiologi khususnya studi sosiologi ekonomi.

### **1.4.2 Aspek praktis**

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan informasi tentang perilaku konsumtif petani kelapa sawit.

Secara praktis diharapkan dapat menjadikan bahan masukan bagi masyarakat umum dan pihak-pihak yang terkait.

## **1.5. Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 Pendekatan Sosiologi**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dengan tokohnya yaitu George Herbert Mead. Mead mengatakan, bahwa manusia mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak-pihak lain, dengan perantaran lambang-lambang tertentu yang dipunyai bersama dengan perantaran lambang-lambang tersebut, maka manusia memberikan arti pada keinginan-keinginannya (Soekanto, 1984: 8). Manusia mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak-pihak lain, dengan prantaran lambang-lambang tertentu yang dipunyai bersama dan dengan itu manusia mengartikan tindakannya serta dapat

menafsirkan keadaan dan prilakunya. Mead menyatakan bahwa dengan lambang-lambang tersebut manusia mungkin saja bicara dengan dirinya sendiri dan menjawab pertanyaannya sendiri. Dengan demikian seseorang menyesuaikan prilakunya dengan perilaku pihak lain (Soekanto, 1984:8).

Sebagai makhluk sosial, manusia cenderung untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya dan tidak lepas dari semuanya. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dan kekurangan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Kimbal Young, manusia berinteraksi dengan sesamanya. Berinteraksi adalah kunci dari semua kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan ada kehidupan bersama (Soekanto, 1984 : 75).

Hal tersebut diatas dijelaskan lebih lanjut oleh salah seorang pengikut Mead, Herber t Blumer yang melihat dan menjelaskan perilaku sosial individu dalam teori ini dikemukakan tiga (3) premis:

1. Suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang individu/kelompok berdasarkan “makna” yang terdapat pada sesuatu itu bagi mereka.
2. Makna tersebut berasal dari “Interaksi Sosial seseorang dengan orang lain”
3. Makna-makna tersebut disempurnakan disaat proses “Interaksi Sosial berlangsung (Poloma, 2000: 258)

Dalam buku Sosiologi Kontemporer Margaret, M. Polomal Blumer mengatakan bahwa “Tindakan manusia bukan disebabkan oleh beberapa kekuatan dari luar dan kekuatan dari dalam diri individu tersebut, tetapi individu tersebut yang menentukan tindakannya. Aktor memilih, memeriksa, berpikir, mengglomponkan dan mentransformir makna dalam hubungannya dengan situasi dimana individu berada dan arah tindakannya.

Dengan demikian manusia merupakan aktor yang sadar dan reflektif dalam proses komunikasi yang sedang berlangsung dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberinya makna dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna tersebut. Proses ini terjadi dalam konteks sosial dimana individu mencoba mengantisipasi tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan dengan tindakannya (Poloma, 2000: 261).

Interaksionisme Simbolik mempelajari tindakan sosial dengan mempergunakan tindakan introspeksi untuk dapat mengetahui barang sesuatu yang melatarblakangi tindakan sosial itu dari sudut aktor (Ritzer, 2003:51). Penjual atau pedagang menjual produk melalui interaksi dengan petani kelapa sawit. Mereka menawarkan produk tersebut melalui media elektronik ataupun media cetak, bahkan mereka menawarkan secara langsung.

Mereka akan menawarkan kepada pelanggan dengan DP (uang muka) lebih murah namun biaya perbulannya lebih besar atau uang mukanya lebih besar namun

biaya perbulanya lebih kecil. Berbagai macam cara akan dilakukan oleh penjual untuk menarik pelanggan. Sehingga petani kelapa sawit di Desa Sumber Mulya tertarik dengan penawaran-penawaran yang di tawarkan oleh penjual tersebut.

## 1.5.2 Kajian Teori

### 1. Teori Konsumsi

a. Herbert Marcuse mengembangkan beberapa argument mengenai konsumsi, untuk menunjukkan bahwa ideologi konsumerisme mendorong kebutuhan palsu dan bahwa kebutuhan ini bekerja sebagai satu bentuk kontrol sosial: Orang-orang mengenali diri mereka di dalam komoditas mereka; mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, perangkat *hi-fi*, rumah mewah, perlengkapan kecantikan dan sebagainya. Mekanisme itu sendiri yang mengikat individu pada masyarakatnya, telah berubah; dan kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang telah dihasilkan. Jadi, menurut Marcuse adanya iklan merupakan dorongan akan kebutuhan palsu (John Storey, 2006: 145).

b. Pierre Bourdieu (dalam John Storey, 2006: 46), mengungkapkan pendapatnya bahwa apa yang dilakukan konsumsi terhadap kita, menjadi bagaimana kita menggunakan konsumsi untuk tujuan pembedaan sosial. Ia berargumen bahwa budaya hidup (gaya hidup, dan lain-lain) adalah suatu area penting bagi pertarungan di antara perbagai kelompok dan

kelas sosial. Bagi Bourdieu, konsumsi budaya itu cenderung, sadar dan disengaja atau tidak, mengisi suatu fungsi sosial berupa melegitimasi perbedaan-perbedaan sosial. Misalnya, budaya digunakan untuk oleh kelas dominan, menurut Bourdieu untuk memastikan reproduksinya sebagai kelas dominan (John Storey, 2006:146). Kata dominan yang dimaksudkan oleh Bourdieu bukan terbatas pada dominan dalam hal jumlah, melainkan lebih pada kekuasaan atas kontrol.

## A. Tinjauan Perilaku Konsumtif

### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 1056) perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (Depdiknas, 2008: 728). Sependapat dengan Tambunan, Asry (Asry, M., 2006) juga mendeskripsikan perilaku konsumtif sebagai berikut ini: Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok. Hempel (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 21) menggambarkan

perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 22) menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

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.

Dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell, dan Miniard (1995: 46-57) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif antara lain:

### a. Faktor Internal

1. Motivasi
2. Kepribadian
3. Konsep Diri
4. Pengalaman Belajar
5. Gaya Hidup

b. Faktor Eksternal

1. Kebudayaan
2. Kelas Sosial
3. Kelompok Referensi
4. Situasi
5. Keluarga

Berdasarkan uraian di atas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif dibedakan menjadi dua yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal antara lain : motivasi, kepribadian, konsep diri, pengalaman belajar dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal antara lain : kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, dan keluarga.

3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 26-27), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Dalam penelitian ini, perilaku petani kelapa sawit di desa Sumber Mulya tidak sama, mereka membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas adasar manfaat), adapula membeli produk karena iming-iming hadiah dan membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

### 1.5.3 Penelitian Relevan

Dari hasil pengamatan oleh peneliti sarjana Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas ditemukan beberapa skripsi yang relevan dengan penelitian ini. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh **Ria Ayu Fidada** (2008) yang berjudul alasan-alasan mengonsumsi fast food bagi keluarga yang berpendapatan rendah sebuah studi konsumen California fried chicken. Kota Padang. Penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana makan mengonsumsi fast food bagi keluarga yang berpendapatan rendah.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kecenderungan gaya hidup masyarakat belakangan ini makin mengarah ke hal-hal yang praktis, tak terkecuali pada pola makanannya, mereka mulai gemar menyantap makanan yang serba instan, dan ini banyak dilakukan oleh mereka yang berasal dari kalangan menengah atas yang sibuk dengan aktivitas pekerjaannya yang menyita waktu, tapi kegiatan seperti ini banyak ditiru mereka yang berasal dari kalangan menengah bawah yang berpendapatan rendah.

Penelitian juga pernah dilakukan oleh **Vinia Monika** (2007) yang berjudul alasan orang Minang mengonsumsi pecel lele. Konsumsi pecel lele di jalan Ratulangi. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah apa alasan orang Minang mengonsumsi pecel lele.

Berdasarkan hasil penelitian, kebutuhan akan makan merupakan kebutuhan yang utama atau pokok bagi masyarakat. Penentuan makanan dipilih oleh masyarakat didasarkan atas kebiasaan-kebiasaan yang terdapat dalam kehidupannya. Konsumsi masyarakat dalam memilih makanan sehari-hari juga dipengaruhi oleh identitas kultural daerahnya. Seperti etnis Minang yang biasa dikenal dengan “orang Padang”. Pada dasarnya orang Minang identik dengan makanan yang bersantan dan berselera pedas. Hal tersebut dapat kita temukan di Rumah Makan Padang yang menyajikan masakan Minang . Ternyata setelah adanya jenis makanan baru yang berasal dari luar Minang banyak bermunculan di Kota Padang, membuat orang minang tertarik untuk mengonsumsi makanan tersebut. Dari sekian banyak jenis makanan yang dijual di pasaran ternyata pecel lele sebagai masakan khas asal Lamongan Jawa Timur banyak diminati orang dan realitasnya menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pecel lele tersebut adalah orang minang.

#### **1.5.4 Arti Budaya**

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Budaya bukan hanya yang bersifat abstrak, seperti nilai, pemikiran, dan kepercayaan; budaya bisa berbentuk objek material. Rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian adalah contoh-contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya suatu masyarakat. Undang-undang, makanan, minuman, musik, teknologi dan bahasa adalah beberapa contoh lain dari budaya suatu masyarakat. Suatu nilai-nilai bisa dianggap sebagai

makna budaya (*cultural meaning*) jika semua orang dalam sebuah masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut.

Unsur-unsur budaya adalah nilai, norma, mitos, dan disimbolkan. Nilai adalah kepercayaan atau segala sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang atau suatu masyarakat. Norma lebih spesifik dari nilai. Norma akan mengarahkan seseorang tentang perilaku yang diterima dan yang tidak diterima. Norma adalah aturan masyarakat tentang sikap baik dan buruk, tindakan yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam masyarakat. Norma terbagi ke dalam dua macam yaitu yang pertama adalah norma (*enacted norms*) yang disepakati berdasarkan aturan pemerintah dan ketatanegaraan, biasanya berbentuk peraturan dan undang-undang. Norma yang kedua disebut *creative norm*, norma yang ada dalam budaya dan bisa dipahami dan dihayati jika orang tersebut berinteraksi dengan orang-orang dari budaya yang sama. *Creative norm* terbagi menjadi tiga tipe yaitu kebiasaan, larangan, dan konvensi.

Kebiasaan adalah berbagai bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya. Kebiasaan tersebut diturunkan dari generasi ke generasi secara turun menurun. Kebiasaan juga menyangkut berbagai jenis perayaan yang terus menerus dilakukan secara rutin, seperti upacara perkawinan, upacara pemakaman, upacara pelantikan pejabat, upacara ulang tahun, dan upacara keagamaan.

Larangan adalah berbagai bentuk kebiasaan yang mengandung aspek moral, biasanya berbentuk tindakan yang tidak boleh dilakukan oleh seseorang dalam suatu masyarakat. Pelanggaran terhadap larangan tersebut akan mengakibatkan sanksi

sosial. Larangan yang berlaku di masyarakat Indonesia bisa bersumber dari budaya atau dari nilai-nilai agama.

Konvensi menggambarkan norma dalam kehidupan sehari-hari. Konvensi menggambarkan ajaran atau kebiasaan bagaimana seseorang harus bertindak sehari-hari, dan biasanya berkaitan dengan perilaku konsumen yaitu perilaku rutin yang dilakukan oleh konsumen. Beberapa contoh konvensi adalah makan bubur dengan sambal, minum teh dan kopi selalu dengan gula.

Produk dan jasa memainkan peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi budaya, karena produk mampu membawa pesan makna budaya. Makna budaya adalah nilai-nilai, norma-norma, dan kepercayaan yang dikomunikasikan secara simbolik. Makna budaya akan dipindahkan keproduk dan jasa, dan produk kemudian akan dipindahkan kekonsumen. Makna budaya atau makna simbolik yang telah melekat kepada produk akan dipindahkan kepada konsumen dalam bentuk pemilikan produk (*possession ritual*), pertukaran (*exchange ritual*), pemakaian (*grooming ritual*), dan pembangunan (*divestment ritual*).

Masyarakat modern yang hidup di hampir semua negara memiliki kesamaan budaya, yaitu budaya populer. Budaya populer dinikmati bersama oleh semua masyarakat yang melewati batas negara, bangsa, agama, ras, dan perbedaan-perbedaan lainnya. Budaya populer sebagai budaya masyarakat banyak, budaya populer mudah dipahami oleh sebagian anggota masyarakat, mereka tidak memerlukan pengetahuan yang khusus untuk memahami budaya populer tersebut. Beberapa budaya populer adalah iklan, televisi, musik, radio, pakaian, dan aksesoris,

permainan, film, dan komputer. Pemahaman tentang budaya suatu masyarakat dan bangsa akan memberikan inspirasi mengenai produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

### 1.5.5. Budaya Konsumen

Budaya konsumen terpijak pada produksi tanda terus-menerus, melimpahnya makna yang mengancam pemusnahan makna, dan mengingat keinginannya untuk meloloskan semua makna budaya lewat penyaringannya, maka semua perjuangan sosial sampai batas tertentu berarti perjuangan memperebutkan tanda itu.

Budaya konsumen kontemporer menonjolkan unsur-unsur berikut ini:

1. Budaya masyarakat konsumen sering diberi ciri materialis dan sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk mengungkapkan kemiskinan rohani dan tindakan mementingkan diri sendiri yang hedonistik dimana individu memusatkan kehidupannya pada konsumsi barang-barang. Karena itu membeli barang berarti membeli kesan dan pengalaman, dan kegiatan belanja bukan lagi suatu transaksi ekonomi “sederhana”, melainkan lebih merupakan interaksi simbolis dimana individu membeli dan mengkonsumsi kesan.
2. Budaya konsumen adalah suatu budaya tempat berbagai kesan memainkan peranan utama.



3. Budaya konsumen seharusnya menjadi jelas bahwa perilaku konsumsi kita sehari-hari tidak dapat begitu saja dinamakan materialistik. Dalam budaya konsumen masa kini, gaya hidup mendapat kedudukan istimewa. Peragaan dengan individu yang tahu bahwa efek pemajangan dan asosiasi makna simbolis adalah budaya konsumen (Feathersstone, 2005: 54-57).

#### 1.5.6. Pengaruh Budaya Dalam Perilaku Konsumen

Menurut suatu analisis, lahirnya masyarakat konsumsi pertama kali muncul di Inggris pada abad ke-18 ketika ada beberapa kejadian penting yang berlangsung. Sebuah perubahan mendasar terjadi sejalan dengan banyaknya masyarakat desa yang berpindah ke komunitas perkotaan yang lebih besar dan lebih *anonymous*. Perubahan budaya tersebut dapat memengaruhi beberapa makna budaya dalam masyarakat dalam suatu proses yang berkesinambungan dan timbal balik yang hampir mirip dengan analisis roda konsumen. Misalnya, para penduduk baru perkotaan tertarik dengan status kelas sosial mereka. Perubahan dalam nilai-nilai yang dianut ini membawa pada kepercayaan dan sikap baru terhadap produk-produk yang dapat mengomunikasikan perbedaan sosial yang dapat dimilikinya yang berakibat pada perubahan dalam perilaku pembelian.

Dengan semakin banyaknya orang yang membeli produk status ini, lingkungan sosial bagi semua orangpun ikut berubah, yang membawa pada perubahan dalam nilai dan makna yang lebih jauh lagi dan seterusnya, jika dibandingkan dengan

satu kali seminggu pada hari-hari pasaran saja. Lingkungan berbelanja juga berubah dalam seseorang dapat membeli sesuatu diberbagai macam toko yang ada ketimbang dari pedagang keliling atau penjaja jalanan. Budaya konsumsi yang muncul juga dipengaruhi oleh strategi pemasaran (khususnya iklan dan bentuk pengaruh sosial seperti pemimpin opini).

### **1.5.7 Makna Budaya Dalam Produk**

Makna budaya dalam produk cenderung beragam sesuai dengan masyarakat dimana produk tersebut berada. Misalnya, sebagian besar masyarakat memiliki makna favorit yang mewakili makna penting dalam budaya tersebut, tetapi tidak berlaku sama di tempat lain. Beberapa makna budaya dalam produk sangat jelas bagi setiap orang yang terbiasa dengan budaya tersebut, akan tetapi ada makna lain yang tersembunyi. Hampir setiap orang dapat mengerti makna budaya dasar dalam berbagai macam pakaian yang ada (jeans dan *sweater* versus pakaian jas), dalam kebutuhan mobil (Mercedes-Benz versus Ford versus Honda), akan tetapi ada makna budaya dalam suatu produk yang mungkin tidak sepenuhnya disadari oleh konsumen atau pemasar.

### **1.5.8 Konsumsi dan Gaya Hidup**

Konsumsi dipandang dalam sosiologi bukan sebagai sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia tetapi berkait kepada aspek-aspek

sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya hidup. Sosiologi memandang selera sebagai sesuatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan tergantung pada persepsi tentang selera dari orang lain ( Damsar, 2002: 119 ).

Menurut Weber selera merupakan pengikat kelompok dalam (in-Grup). Aktor-aktor kolektif atau kelompok setatus, berkompetisi dalam penggunaan barang-barang simbolik. Keberhasilan dalam berkompetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber budaya, akan meningkatkan *prestise* dan solidaritas kelompok dalam. Sedangkan Veblin memandang selera sebagai senjata dalam berkompetisi. Kompetisi tersebut berlangsung antar pribadi, antara seseorang dengan orang lain. Jika dalam masyarakat tradisional, keperkasaan seseorang sangat dihargai, sedangkan dalam masyarakat modern, penghargaan diletakkan atas dasar selera dengan mengkonsumsi sesuatu yang merupakan refleksi dari kepemilikan. Konsumsi dapat dilihat sebagai pembentuk identitas (Damsar, 2002: 120 ).

Pola konsumsi sangat berpengaruh pada alokasi waktu untuk suatu kegiatan, termasuk komunitas gaya hidup suatu keluarga seperti cara membesarkan anak, serta pengalaman yang diberikan dan tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh suami istri untuk menentukan pentingnya pendidikan, karier, kebiasaan membaca, pilihan acara TV, dan sebagainya (Prasetijo, 2005: 168).

Keputusan konsumsi untuk suatu keluarga dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Di bawah dominasi suami (mobil)
- Di bawah dominasi istri (makanan, banking)
- Bersama-sama (sinkrantik)-contoh: pilih tempat tinggal (Prasetijo, 2005:169).

### 1.5.9 Kelas Sosial

Kelas sosial secara tidak sadar membentuk dan mengarahkan pilihan dan prioritas dalam pembagian keputusan beli dan pemilihan produk. Perilaku beli konsumen juga ditentukan oleh kelas sosialnya.

Status dihubungkan dengan faktor-faktor status yang spesifik seperti kekayaan relatif, pengaruh atau kekuasaan, dan prestise (derajat pengakuan dari orang lain). Dalam hal perilaku konsumen, status dikaitkan dengan variabel demografi/sosioekonomi seperti: pendapatan keluarga, status kepegawaian, dan tingkat pendidikan. kelas sosial memiliki tingkatan-tingkatan, dari yang paling rendah sampai yang tinggi (Prasetejo, 2005: 177).

Ada tiga kategori cara-cara mengukur kelas sosial.

- Dengan ukuran subyektif dimana orang diminta untuk menentukan sendiri kelas sosialnya.
- Ukuran reputasi ditentukan oleh orang lain diluar lingkungannya.



- Ukuran obyektif didasarkan atas variabel sosioekonomi seperti pekerjaan, besar pendapatan dan pendidikan. Pengukuran obyektif mempunyai dua kategori:

- Yang pertama adalah indeks variabel tunggal seperti pekerjaan dan kedudukan dalam pekerjaan, tipe rumah tinggal, sampai keadaan fisik lingkungan tempat tinggal.
- Yang kedua adalah indeks variabel gabungan. Pengukuran ini dilakukan berdasarkan gabungan beberapa faktor sosioekonomik yang bersama-sama membentuk pengukuran keseluruhan tingkat kelas sosial. Misalnya, indeks ciri-ciri status menggabungkan variabel-variabel pekerjaan, sumber pendapatan, tipe rumah tinggal dan lingkungan tempat tinggal yang diberi bobot tertentu. Badan sensus di Amerika telah menggabungkan skor status yang mengembangkan tiga variabel dasar sosioekonomik yaitu pekerjaan pendapatan keluarga, dan pendidikan (Prasetijo, 2005:178-179)

Pemahaman mengenai kelas sosial dapat dirinci sebagai berikut:

- Kelas Atas-Atas

Kelas ini beranggotakan keluarga-keluarga yang berada dan jumlahnya hanya sedikit. Mereka ikut dalam organisasi-organisasi yang bergengsi dalam kegiatan amal. Para dokter menjadi anggota kelas ini, juga pemilik perusahaan-perusahaan besar. Mereka terbiasa menjadi orang kaya, jadi tidak sok pamer.

- Kelas Atas Bawah, yang baru saja Memiliki Kekayaan

Mereka tidak begitu diterima oleh kelas di atasnya. Di Indonesia mereka disebut Orang Kaya Baru (OKB). Biasanya mereka adalah para eksekutif yang sukses, mereka cenderung mengkonsumsi barang-barang mewah yang bisa dilihat oleh orang lain.

- Kelas Menengah Atas

Kelas ini berasal dari keluarga yang tidak berstatus dan tidak kaya. Mereka adalah lulusan perguruan tinggi dan sangat berorientasi pada karier. Mereka biasanya profesional yang sukses. Rumah merupakan simbol kesuksesan mereka, dan mereka hampir selalu barang-barang yang mencerminkan status dan bisa dipamerkan.

- Kelas Menengah Bawah

Beranggotaan pekerja kerah putih yang bukan manajer, atau pekerja kerah biru yang ahli sekali sehingga gajinya tinggi. Mereka selalu berusaha menjadi orang yang dihormati, sehingga anak-anaknya harus berperilaku baik. Mereka juga sangat religius dan dalam berpakaian menghindari model-model yang gelamornya. Mereka menjadi segmen produk-produk rakitan sendiri.

- Kelas Bawah Atas

Merupakan kelas dengan anggota terbanyak. Hampir semua pekerja kerah biru yang selalu berjuang untuk memperoleh rasa aman. Bila memiliki uang tunai, mereka membeli secara impulsif. Mereka merupakan segmen sasaran



produk-produk yang digunakan untuk kenikmatan bersantai, seperti televisi dan alat memancing atau berburu (Prasetijo, 2005; 179-180).

## **1.6. Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal,2014:13). Pada penelitian ini peneliti akan mencari jawaban dari suatu hubungan atau interaksi yang akan mengakibatkan terjadinya proses sosial atau tindakan sosial. Tindakan sosial atau proses yang akan melahirkan berbagai perubahan pada individu atau kelompok, baik perubahan itu bersifat manual maupun material. Dengan menggunakan metode penelitian yang lazim dipakai oleh para ahli ilmu-ilmu sosial yakni dengan metode kualitatif.

Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong 1990 : 87) metodologi kualitatif diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data

tertulis dan lisan dari orang dan perilaku yang diamati dan bertujuan untuk menyumbangkan pengetahuan secara mendalam mengenai objek penelitian. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Furchan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan prosedur yang mampu menghasilkan data deskriptif (Furchan 1992:20). Menurut Strauss dan Corbin (dalam Afrizal 2014:30) ada dua alasan para peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu pertama, peneliti menggunakan metode penelitian karena alasan mereka terbiasa melakukan penelitian dengan metode mereka tersebut. Mereka percaya bahwa, penelitian kualitatif terbaik untuk penelitian mereka. Kedua, para peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena sifat dari masalah yang akan diteliti membutuhkan metode ini.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang akan diteliti. Tipe deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki yang menggambarkan keadaan subyek dan objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 2003 :63).

Dalam penelitian kualitatif peneliti dapat melakukan pengamatan terhadap lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka untuk mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan mereka, bukan menganalisis angka-angka seperti pada pendekatan kuantitatif. Dalam

penelitian kualitatif penggunaan angka-angka hanya sebagai pendukung tidak untuk mengolah data utama dalam suatu penelitian. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010 : 6)

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Menurut Afrizal (2014: 139) informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan pewawancara tentang dirinya dengan hanya merespon pertanyaan-pertanyaan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan.

Ada dua kategori informan yaitu informan pengamat dan informan pelaku. Para informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Para informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya.

Cara memperoleh informan penelitian ini dilakukan dengan cara mekanisme disengaja atau *purposive*, artinya sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang dijadikan sumber informasi atau peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian ditentukan. Berdasarkan penelitian lapangan kriteria pekerja dan pemilik perkebunan yang dijadikan sebagai informan adalah sebagai berikut :

1. Pemilik perkebunan kelapa swait

Berdasarkan hasil penelitian yang telah selesai dilakukan yang menjadi informan penelitian yang digunakan adalah 5 pemilik perkebunan kelapa sawi.

**Tabel 1.7**  
**Informan Penelitian**

No	Nama	Umur	Status	Alamat	Informan
1	Sukardi	55 thn	Pemilik Perkebunan	JL. Agung	Petani
2	Wagimen	54 thn	Pemilik Perkebunan	JL. Agung	Petani
3	Edi	40 thn	Pemilik Perkebunan	JL. Agung	Petani
4	Suminem	56 thn	Pemilik Perkebunan	JL. Agung	Petani
5	Ami	45 thn	Pemilik Perkebunan	JL. Agung	Petani

**1.6. 3 Teknik dan Proses Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling startegis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono,2013:224).

Dalam metode penelitian kualitatif teknik pengumpulan data, peneliti sering menggunakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan kata-kata dan perbuatan-perbuatan manusia sebanyak-banyaknya. Berdasarkan metode penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif maka dalam mengumpulkan data peneliti akan menggunakan metode wawancara mendalam, karena dengan wawancara mendalam bisa digali apa yang tersembunyi dalam sanubari seseorang apakah yang menyangkut masa lampau, masa kini, maupun masadepan (Bungin,2010: 156).

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya, yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (Bungin, 2010:155). Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur yang dilakukan secara bebas dengan orang-orang yang telah ditentukan untuk menjadi informan.

Dalam penelitian ini digunakan tehnik wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara tanpa alternatif jawaban yang dilakukan untuk mendalami informasi dari serang informan (Afrizal, 2014 :136). Pertnyataan berulang-ulang tidak berarti mengulangi pertanyaan yang sama dengan beberapa informan atau dengan informan yang sama. Berulangkali berarti

menawarkan hal-hal yang berbeda kepada informan yang sama untuk tujuan klarifikasi informasi yang sudah didapat dalam wawancara yang telah dilakukan sebelumnya dengan seorang informan. Dengan demikian, pengulangan wawancara untuk mendalami atau mengkonfirmasi sebuah informasi.

Wawancara untuk penelitian yang bersifat kualitatif ini dilakukan “*face to face*” atau berhadapan langsung dengan narasumber yang dimintai jawabannya untuk mendapatkan data yang akurat dan teruji kebenarannya. Dengan melakukan wawancara mendalam seorang peneliti akan memperoleh informasi yang lebih banyak dan data yang diinginkan akan menjadi akurat dan teruji kebenarannya. Wawancara juga salah satu cara mengenal langsung karakter kelompok yang ingin diteliti sehingga mempermudah peneliti menyimpulkan hasil wawancaranya.

Ketika wawancara berlangsung peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat kepada informan tentang masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Sebelum wawancara, peneliti sebelumnya memperkenalkan diri serta menjelaskan maksud dari penelitian ini, supaya penelitian ini berjalan lancar. Untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian ini, penulis menggunakan metode observasi, dan wawancara.

#### 1. *Observasi*

Observasi merupakan pengamatan secara langsung dengan cara mendengar, melihat dan

merasakan dari keadaan yang ada. Adapun teknik yang digunakan adalah *Participant as observer* dimana dalam melakukan kegiatannya penulis memberitahukan maksud dan tujuan kedatangan kepada kelompok yang di teliti (Ritzer, 2002: 74)

Observasi merupakan suatu aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung dilapangan. Dalam penelitian ini peneliti memberitahukan maksud penelitian kepada kelompok yang diteliti, cara observasi seperti ini disebut juga dengan partisipan as observer (Ritzer, 2002: 43)

Observasi yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui aktivitas pemilik kebun kelapa sawit dan pemanen kelapa sawit dalam proses pola konsumsi yang di lakukannya.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi data-data yang tidak di peroleh melalui observasi. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tak berstruktur yang dilakukan secara bebas, hal ini dimaksudkan agar informan mendapatkan kebebasan dan kesempatan untuk menjawab semua pertanyaan tanpa diatur ketat oleh peneliti (Nazir, 1988: 234). Dalam penelitian ini dilakukan peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam. Format wawancara disusun terlebih dahulu sebelum wawancara yang berisi tentang pokok-pokok pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan.

Untuk menjaga dalam kemudahan jalannya peneliti ini, maka peneliti menggunakan alat-alat tulis seperti: pena, kertas atau catatan lapangan serta pedoman wawancara. Informan yang diwawancarai adalah informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Wawancara dilakukan setelah penulis melakukan ujian seminar proposal. Penulis mulai melakukan penelitian pada bulan September 2015. Tahap pertama penulis meminta izin kepada bapak RIO atau Lurah di Kantor Desa/Dusun Sumber Mulya. Setelah selesai proses izin penulis mulai melakukan kegiatan wawancara kepada pemilik perkebunan kelapa swit dan pada buruh pemanen buah sawit.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan dua jenis data yaitu berupa data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan. Selain data primer, penulis juga menggunakan data sekunder untuk memperoleh data lebih banyak lagi. Data sekunder adalah data yang memperkuat data primer, dimana sumber data sekunder di kumpulkan dari buku-buku, laporan penelitian dan skripsi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun data sekunder yang dipakai adalah buku-buku, koran, artikel-artikel ataupun majalah yang berkaitan dengan penelitian ini serta skripsi mahasiswa yang relevan seperti di cantumkan penulis dalam daftar pustaka.

**Tabel 1.8**

**Data dan Teknik Pengumpulan Data**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Data</b>	<b>Teknik</b>	<b>Sumber Data</b>
-------------------	-------------	---------------	--------------------

<b>penelitian</b>			
Mengidentifikasi barang-barang yang dimiliki oleh petani kelapa sawit	Mendeskripsikan barang-barang tersebut dimanfaatkan secara rutin atau digunakan hanya sesaat saja	Observasi Wawancara	Pemilik perkenanan kelapa sawit dan pekerja atau buruh kelapa sawit

Kendala yang ditemukan adalah mereka memiliki waktu yang sedikit untuk diwawancarai karena informan memiliki kegiatan untuk pergi keperkebunan selain itu juga ada yang ingin memasak untuk makan malam, dan ada juga yang ingin beraktivitas seperti olahraga sehingga waktu yang dibutuhkan tidak cukup.

#### **1.6.4 Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian digunakan untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis dapat berupa individu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan unit analisis individu yaitu petani kelapa sawit dan pemanen kelapa sawit di Dusun Sumber Mulya.

#### **1.6.5 Analisis Data**

Miles dan Huberman dalam Afrizal (2008 : 83) bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara siklus, dimulai dari tahap satu sampai tahap tiga, kemudian kembali ke tahap satu. Interpretasi data artinya memberi makna pada analisis, menjelaskan pola atau kategori dan hubungan berbagai konsep. Interpretasi data menggambarkan pandangan peneliti selama dilapangan.

Data yang ingin didapatkan di lapangan adalah mengenai bagaimana gambaran keadaan perilaku konsumtif petani kelapa sawit di Desa Sumber Mulya Kecamatan Pelepat Ilir, Kabupaten Muara Bungo. Kemudian data yang diperoleh dari hasil pengamatan maupun hasil wawancara yang dicatat pada catatan lapangan, dikumpulkan dan dipelajari sebagai satu kesatuan yang utuh yang kemudian baru dianalisis secara kualitatif, berdasarkan kemampuan dan interpretasi peneliti dengan dukungan data primer dan data sekunder yang didasarkan pada teori yang telah dipelajari. Agar data dan informasi lebih akurat dan komprehensif, analisis data ini menggunakan triangulasi, artinya pertanyaan yang diajukan merupakan pemeriksaan kembali atas kebenaran jawaban yang diperoleh dari informasi yang didapatkan.

#### **1.6.6 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Sumber Mulya, Kecamatan Pelepat Ilir. Karena Desa Sumber Mulya merupakan masyarakat mata pencahariannya berdominan pada pertanian perkebunan kelapa sawit dan banyak masyarakat setempat membeli barang lebih dari satu atau berlebihan, selalu mengikuti tren (gaya baru).

#### **1.6.7 Definisi Konsep**

1. **Perkebunan** :adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah atau media yang tumbuh lainnya dalam ekosistem yang sesuai, mengolah, dan memasarkan barang dan jasa hasil

tanaman tersebut dengan bantuan ilmu pengetahuan, teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat.

2. **Kelapa sawit** :adalah tumbuhan industri penting penghasil minyak masak, minyak industry, maupun bahan bakar.

### 1.6.8 Jadwal Penelitian

Rancangan jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah (Skripsi) sesuai dengan table dibawah ini.

**Tabel 1.9**  
**Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	2015		2016		
		Sep	Nov-Des	Jul	Feb-Apr	Mei
1	Pengurusan Surat Penelitian					
2	Penelitian					
3	Bimbingan Skripsi					
4	Ujian Skripsi					