



**PERILAKU KONSUMTIF PADA KALANGAN PRAMUNIAGA DI  
MATAHARI *DEPARTMENT STORE* KUDUS**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Sosiologi dan Antropologi

Oleh :

**Anita Pratiwi**

**3401411106**

**JURUSAN SOSIOLOGI DAN ANTROPOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2015**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus” telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis

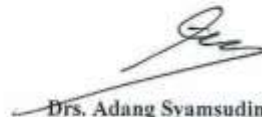
Tanggal : 11 Juni 2015

Dosen Pembimbing I



Hartati Sulistyo Rini, S.Sos., MA  
NIP. 198209192005012001

Dosen Pembimbing II



Drs. Adang Svamsudin Sulaha, M.Si.  
NIP. 195310131984031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi



Drs. Moh. Solehatul Mustofa, MA  
NIP. 196308021988031001

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:


Hari : Senin

Tanggal : 29 Juni 2015

Penguji Utama

  
Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A  
NIP. 196308021988031001

Penguji II

  
Drs. Adang Svamsudin S. M.Si.  
NIP. 195310131984031001

Penguji III

  
Hartati Sulistvo Rini, S.Sos, M.A  
NIP. 198209192005012001

Mengetahui:  
  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
  
Dr. Subagvo, M.Pd.  
NIP. 195108081980031003

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan yang lain terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik.

Semarang, 29 Juni 2015



**Anita Pratiwi**

NIM. 3401411106

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

1. Selalu berusaha dan berdoa. Tanpa berusaha dahulu kita tidak akan tahu hasil yang dapat kita peroleh. Tanpa doa pun usaha akan sia-sia.
2. Selalu percaya diri dalam melangkah, pantang menyerah, dan yakin akan kekuatan Allah SWT.
3. Selalu berbuat baik pada semua orang dan orang tua kita.

### **PERSEMBAHAN**

1. Ibu dan Alm. Bapak yang saya sayangi dan hormati (Suprihati dan Alm. Badri), terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan do'a yang selalu menyertaiku.
2. Adik-adik yang saya sayangi (Ranti dan Syifa) yang selalu menghibur dan memberikan semangat.
3. Bayu Adhi Nugroho yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman kos dan teman-teman seperjuangan angkatan 2011 (Mida, Disti, Iin, Mba Nely, Ade, Maulina, Kinkin, Dini, Eka, Hilma, dan semua anak-anak SOSANT 2011), terimakasih semangatnya.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung skripsi ini tidak dapat terwujud. Penulis menyampaikan terima kasih kepada;

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tersayang ini.
2. Drs. Subagyo, M.Pd., Dekan Fakultas Ilmu Sosial Unnes yang telah memberikan izin penelitian.
3. Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A., Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi FIS UNNES yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian.
4. Hartati Sulisty Rini, S.Sos., M.A., selaku Dosen pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, bahkan bantuan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Drs. Adang Syamsudin Sulaha, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Ibu dosen Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang tak ternilai harganya selama belajar di Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.
7. Para pramuniaga dan SPG Matahari *Department Store* Kudus yang bersedia menjadi informan selama penelitian.

8. Jurusan Sosiologi dan Antropologi FIS UNNES.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca khususnya dan perkembangan pendidikan pada umumnya. Amin.

Semarang, 29 Juni 2015



Penulis

## SARI

**Pratiwi, Anita.** 2015. *Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga Di Matahari Department Store Kudus*. Skripsi. Jurusan Sosiologi dan Antropologi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Hartati Sulistyono Rini, S.Sos., MA dan Pembimbing II Drs. Adang Syamsudin Sulaha, M.Si. 130 halaman.

### **Kata Kunci: Matahari Department Store, Perilaku Konsumtif, Pramuniaga**

Adanya globalisasi membawa dampak bagi masyarakat, salah satunya yakni munculnya produk-produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Banyak produk di pasaran dengan berbagai merek. Hal tersebut memunculkan persaingan antar produsen untuk menarik konsumen, sehingga dipilihlah pramuniaga sebagai strategi pemasaran. Kebiasaan pramuniaga yang selalu tampil menarik di hadapan konsumen dan mengerti akan produk baru dan diskon, mengakibatkan pramuniaga mempunyai perilaku hidup boros dan menyebabkan berperilaku konsumtif. Pramuniaga menggunakan berbagai strategi untuk menunjang perilaku konsumtifnya. Berkaitan dengan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan: 1) mengetahui perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. 2) mengetahui strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Lokasi penelitian terdapat di Matahari *Department Store* Kudus. Subjek penelitian adalah seluruh pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Informan utama penelitian ini adalah pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah pengunjung, tukang parkir, mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus serta teman-teman dari informan utama. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi data. Teknik analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus terdapat indikator-indikator yang melatarbelakangi munculnya perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Indikator tersebut yaitu, membeli produk karena adanya diskon, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena untuk melakukan imitasi terhadap idola, serta munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Dalam menunjang perilaku konsumtifnya, para pramuniaga ini melakukan berbagai strategi. Seperti melakukan penghematan dan melakukan pekerjaan sampingan. Komoditas atau barang yang



dikonsumsi oleh pramuniaga sesungguhnya bukanlah atas manfaat dari barang tersebut, melainkan citra dan tanda dari komoditas tersebut. Mengonsumsi suatu komoditas tertentu bagi pramuniaga dapat mengangkat citra diri pramuniaga tersebut, sehingga pramuniaga tersebut tidak ingin jika citra diri dalam dirinya itu turun dengan tidak menggunakan suatu produk yang dianggapnya mampu mengangkat citra dirinya. Akhirnya pramuniaga tersebut melakukan berbagai cara agar kebutuhan konsumsinya dapat terpenuhi. Strategi yang digunakan dalam menunjang perilaku konsumtif para pramuniaga ini pun bermacam-macam cara. Cara yang ditempuh antara lain, berhemat, dan melakukan pekerjaan sampingan. Strategi yang dilakukan oleh pramuniaga membuat pramuniaga-pramuniaga ini mempunyai penghasilan tambahan. Penghasilan tambahan yang dimiliki oleh pramuniaga ini membuat pramuniaga ini semakin konsumtif. Perilaku pramuniaga yang sering membeli barang mewah menjadikan pramuniaga kecanduan. Menurut pramuniaga dengan mengenakan barang mewah citra diri pramuniaga makin meningkat. Prestise dan gengsi sosial yang dimiliki oleh pramuniaga di hadapan para anggota kelompoknya, membuat pramuniaga-pramuniaga ini ingin terus memperbaiki citra dirinya, hingga membuat pramuniaga ini mempunyai perilaku yang konsumtif

Saran penelitian untuk pramuniaga *Department Store* Kudus agar dapat mengantisipasi perilaku konsumtif sehingga para pramuniaga dalam membeli barang dan menghabiskan uang lebih mempertimbangkan prioritas, faktor kebutuhan dan bukan berdasarkan faktor keinginan dan gengsi semata yang pada akhirnya bisa menyebabkan tidak terkontrolnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diminimalkan dengan cara mengendalikan diri agar tidak boros. Pramuniaga juga harus mampu mengatur waktu dengan baik ketika melakukan suatu pekerjaan sampingan agar tidak mengganggu pekerjaan utama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>PRAKATA</b> .....	vi
<b>SARI</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penegasan Istilah .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	12
A. Tinjauan Pustaka .....	12
B. Landasan Teori .....	19

C. Kerangka Berpikir .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Dasar Penelitian .....	26
B. Lokasi Penelitian .....	26
C. Fokus Penelitian.....	27
D. Sumber Data Penelitian.....	27
E. Metode Pengumpulan Data.....	36
F. Keabsahan Data .....	44
G. Metode Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	50
B. Profil Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	52
1. Perekrutan Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	52
2. Syarat untuk menjadi Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	55
3. Pelatihan/ <i>Training</i> Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	59
4. Keahlian Tambahan yang Harus Dimiliki Oleh Pramuniaga Matahari <i>Department Store</i> Kudus .....	60
5. Gaji yang Diterima Oleh Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	61
6. Jam Kerja Pramuniaga di Matahari <i>Department Store</i> Kudus.....	62
7. Karakteristik Pusat Perbelanjaan Matahari <i>Department Store</i> Kudus dengan Pusat Perbelanjaan Lain yang adadi Kudus dan Konsumen Di Dalamnya.....	63

C. Perilaku Konsumtif Pramuniaga di Matahari	
<i>Department Store</i> Kudus.....	70
1. Indikator Perilaku Konsumtif pada Pramuniaga di Matahari	
<i>Department Store</i> Kudus.....	70
2. Perbedaan Penampilan Diri Pramuniaga di Matahari	
<i>Department Store</i> Kudus.....	87
D. Strategi yang digunakan Pramuniaga dalam	
Menunjang Perilaku Konsumtif.....	97
1. Strategi Pramuniaga dalam Menunjang	
Perilaku Konsumtif.....	97
2. Perilaku Konsumtif Pramuniaga setelah	
adanya Tambahan Penghasilan.....	108
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	110
A. Simpulan.....	110
B. Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	113
<b>LAMPIRAN</b> .....	115

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Daftar Informan Utama .....	29
Tabel 2. Daftar Informan Pendukung .....	33

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan</b>	<b>Halaman</b>
Bagan 1. Kerangka Berfikir .....	23
Bagan 2. Tahapan Proses Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif.....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 01. Foto gedung Matahari <i>Department Store</i> Kudus .....	51
Gambar 02. Penampilan pramuniaga laki-laki dan perempuan di Matahari <i>Department Store</i> Kudus .....	57
Gambar 03. Penampilan pramuniaga yang sederhana .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Instrumen Penelitian .....	116
Lampiran 2. Pedoman Observasi .....	117
Lampiran 3. Pedoman Wawancara .....	118
Lampiran 4. Daftar Informan .....	125
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	127



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan perekonomian yang semakin tinggi, ditunjang dengan adanya isu globalisasi cenderung mendorong pada pelaku ekonomi untuk mengembangkan mutu, produk dan strategi pemasaran atas hasil produk mereka di pasaran. Produk-produk yang ditimbulkan dari globalisasi pun menjamur di setiap elemen masyarakat. Contoh kecil dari hasil produk globalisasi yakni apa yang di kenakan atau pakaian. Misalnya saja ketika melihat sekarang pada anak-anak perempuan, ibu-ibu, serta remaja perempuan mengenakan pakaian yang hampir seragam. Mereka terlihat sangat menarik dengan gaya berbusananya yang mengikuti arus perkembangan jaman dan mereka pun tidak ingin dikatakan ketinggalan jaman.

Begitu ketatnya persaingan dalam bidang pemasaran akan produk-produk yang banyak digemari oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, maka produsen menciptakan produk-produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut memunculkan banyak barang mewah yang bermerk luar negeri. Produk-produk ini juga dipakai oleh golongan atas dari luar negeri seperti artis dan pejabat-pejabat. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para produsen dunia untuk mendapatkan untung dengan menjual kepada masyarakat luas dengan

menggunakan *brand ambassador* agar masyarakat tertarik untuk membelinya. Para produsen ini bersaing untuk membuat produk yang seagung mungkin, serta mengatasnamakan kualitas yang paling baik. Pelaku konsumsi ini sangat mudah dipengaruhi karena mereka yang selalu ingin dipandang dan diakui dalam kelompoknya.

Menjamurnya barang-barang mewah dan bermerek ini tentunya perlu promosi yang intensif, karena banyaknya pesaing di dalamnya. Produsen memerlukan jasa seseorang yang mampu menawarkan produknya dengan baik, orang ini biasa disebut dengan *personal selling* dan termasuk di dalamnya adalah para pramuniaga. Para pramuniaga ini diharapkan dapat membuat konsumen tertarik serta dapat melayani dengan baik terhadap produk maupun merek yang ditawarkan. Untuk itu para pramuniaga ini memerlukan sikap yang baik, pengetahuan yang lebih mengenai produk dengan memberikan informasi mengenai manfaat lebih yang dapat diberikan produk tersebut dan membuat konsumen merasa ingin membeli dengan menanamkan kesan akan pentingnya produk yang ditawarkan, sehingga konsumen mau membeli produk tersebut.

Pramuniaga di sini hampir mirip dengan *Sales Promotion Girls* (SPG) atau *Sales Promotion Boys* (SPB), namun kedua profesi ini tentulah memiliki persamaan dan perbedaan di dalamnya. Hasil observasi awal menunjukkan SPG merupakan orang yang hanya menawarkan satu produk dan itu merupakan representatif dari produk tersebut serta SPG dapat menjadi seorang pramuniaga,

sedangkan pramuniaga adalah orang menawarkan suatu produk juga tetapi mereka di sini tidak menjadi patokan dari suatu produk yang mereka tawarkan, serta pramuniaga tidak selalu seorang SPG. Perbedaan yang lain yakni jika SPG bekerja langsung dengan perusahaan produk yang mereka tawarkan dan dalam pencarian dan penerimaan pekerja melalui *agency*, sedangkan pramuniaga pencarian dan penerimaan pekerja langsung pada perusahaan ritel dan mereka bekerja di bawah naungan perusahaan ritel tersebut.

Di dalam perusahaan ritel tersebut jumlah pramuniaga tidak hanya satu tetapi jumlahnya banyak tergantung dengan besarnya perusahaan ritel tersebut. Penambahan jumlah pramuniaga pun akan dilakukan ketika akan menghadapi hari-hari besar, seperti hari raya dan tahun baru. Hal tersebut dikarenakan tingkat pembelian masyarakat akan bertambah, sehingga dibutuhkan banyak pramuniaga untuk melayani para konsumen.

Para pramuniaga ini pun dituntut untuk dapat melayani dengan baik para konsumen yang akan membeli suatu produk. Tidak hanya mampu melayani dengan baik, pramuniaga pun dituntut untuk bisa menawarkan produk dengan baik. Dalam melayani serta menawarkan produk, para pramuniaga pun harus tampil dengan menarik, agar konsumen tertarik untuk membeli serta merasa nyaman ketika membeli. Untuk itu, dalam suatu perusahaan ritel para pramuniaga ini dituntut untuk bisa berdandan dan berpakaian menarik.

Seiring dengan berjalannya waktu, para pramuniaga ini cenderung untuk selalu memperbaiki penampilan, baik penampilan fisik, gaya berbusana, maupun sikap. Hal tersebut dikarenakan tuntutan dari perusahaan ritel dimana mereka bekerja. Selain itu penampilan (*performance*) menjadi perhatian utama, artinya seorang pramuniaga harus selalu tampil menarik sehingga mereka mampu menarik perhatian konsumen. Kebutuhan akan perbaikan penampilan pada akhirnya menjadi kebiasaan dan menjadi “syarat” utama untuk memasuki profesi ini. Adanya kebiasaan di kalangan pramuniaga untuk tampil menarik dalam banyak hal, cenderung membuat mereka memiliki suatu perilaku konsumtif, artinya perilaku konsumtif kemudian menjadi gaya hidup mereka yang tidak lain ditujukan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.

Perilaku membeli yang dilakukan oleh para pramuniaga ini, semata-mata bukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun perilaku membeli dilakukan karena alasan-alasan lain, seperti mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, mengikuti bintang idola, ataupun untuk memperoleh pengakuan sosial. Disamping itu, para pramuniaga ini merupakan bagian dari pusaran arus globalisasi yang terdapat dalam segmentasi pasar sehingga mereka pun mengikuti hal tersebut agar mereka tidak kalah saing dengan masyarakat lain dan mereka tidak ingin dikatakan ketinggalan dari pusaran arus globalisasi tersebut. Perilaku membeli tidak lagi menepati fungsi yang sesungguhnya dan hanya ajang pemborosan biaya, apalagi bila hal ini dilakukan oleh pramuniaga. Sering

ditemukan pada kehidupan pramuniaga yakni mereka sering mempergunakan pakaian, tas dan sepatu dengan merek-merek tertentu yang harganya tinggi, serta beberapa aksesoris pelengkap yang mendukung penampilan.

Tingkat daya beli seseorang sangat terkait dengan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan tingkat pekerjaan (Nitisusastro, 2013:103). Dampak dari adanya perbedaan tingkat pendapatan, pendidikan dan pekerjaan menjadi sebuah status sosial dalam masyarakat. Status sosial secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup (*life style*) seseorang. Status sosial menimbulkan rasa gengsi yang ditunjukkan kepada kelompoknya. Perilaku konsumsi pun terjadi semakin meningkat karena ingin menunjukkan status sosial mereka. Selain itu hidup mewah dan gaya hidup mewah pun mempengaruhi hal tersebut.

Perilaku konsumtif yang dilakukan pramuniaga tersebut berkembang menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Perilaku konsumtif ini dipengaruhi oleh kebutuhan pramuniaga yang semakin banyak serta munculnya gengsi terhadap masyarakat dan pramuniaga lainnya. Perilaku konsumtif dan gaya hidup yang terjadi pada pramuniaga ini tidak dapat dipisahkan karena kedua hal ini untuk menunjukkan status sosial yang ada di kelompoknya itu sendiri.

Kehidupan mewah dan cenderung berlebihan, merupakan gejala-gejala yang mengindikasikan perilaku konsumtif. Predikat konsumtif tersebut biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan

yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Gaya berpakaian dan berpenampilan merupakan kesenangan tersendiri bagi pramuniaga.

Disisi lain, para pramuniaga ini mempunyai pendapatan yang hanya sebesar gaji UMK (Upah Minimum Kota) Kabupaten Kudus sebesar Rp 1.380.000,00. Pendapatan tersebut jika dihitung-hitung lagi tidak seberapa karena tidak begitu besar nominalnya. Pendapatan tersebut tentu saja dipakai untuk memenuhi kebutuhan primer mereka, tetapi mereka juga menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan lain yang bersifat keduniawian saja. Hal tersebut tentu saja untuk menunjukkan status sosial mereka di masyarakat. Tanpa disadari para pramuniaga ini, pola konsumsi mereka menjadi pola yang konsumtif. Untuk menutupi masalah tersebut, para pramuniaga ini perlu strategi khusus. Strategi tersebut bermacam-macam bentuknya, seperti mencari pekerjaan sampingan dan melakukan cara yang lain agar dapat terpenuhinya semua kebutuhan mereka.

Observasi awal pada saat penulisan proposal menunjukkan bahwa pramuniaga yang bekerja di Matahari Department Store Kudus menunjukkan bahwa ada beberapa pramuniaga yang melakukan pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga. Misalnya saja ada yang berjualan *on-line*, menjadi *SPG Event*, bahkan ada yang pernah menjadi tukang parkir. Hal tersebut tentu saja dilakukan untuk menambah pendapatan mereka agar kebutuhan mereka terpenuhi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa para pramuniaga dalam melakukan pekerjaannya selalu mengutamakan penampilan. Kecenderungan tersebut lambat laun membentuk suatu pola hidup dan gaya hidup tersendiri. Sehingga seorang pramuniaga selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut meskipun harus melakukan dengan berbagai cara. Berdasarkan latar belakang yang disampaikan di atas peneliti bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat judul **Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka penulis dapat menarik permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus?
2. Bagaimanakah strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk memberikan manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Teoritis

- a. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai bahan kajian ilmiah khususnya dalam bidang ilmu Sosiologi dan Antropologi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari kajian materi dinamika kelompok sosial masyarakat perkotaan. Dikarenakan pada masyarakat modern pola sikap dan perilakunya sudah sangat maju, sehingga mudah menerima suatu hal yang baru. Seperti beralihnya masyarakat dari produksi ke konsumsi sehingga mengakibatkan perilaku konsumtif pada suatu kelompok tertentu.

##### 2. Praktis

Memberikan pengetahuan tentang perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus dan strategi apa yang digunakan untuk menunjang perilaku konsumtifnya tersebut.

#### **E. Penegasan Istilah**

Istilah yang perlu ditegaskan, untuk menghindari penafsiran yang berbeda serta mewujudkan kesatuan pandangan dan pengertian yang berhubungan dengan judul penelitian adalah sebagai berikut:



a. Perilaku Konsumtif

Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan. Pelaku konsumtif atau orang-orang yang mengonsumsi suatu barang dan jasa dengan berlebihan disebut dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2005:3).

*The American Marketing Association* (dalam Setiadi, 2005:3) perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari definisi tersebut terdapat komponen penting yaitu: perilaku konsumen adalah dinamis, hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar, serta hal tersebut melibatkan pertukaran.

Para konsumen sendiri mengonsumsi suatu barang dan jasa karena ingin memenuhi kebutuhannya. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, konsumen merefleksikan dan melaksanakan sejumlah sikap dan perilaku sebelum membuat keputusan membeli, inilah yang dimaksud dengan perilaku konsumen (Nitisusastro, 2013:22). Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan manusia yang mengonsumsi suatu barang dan atau

jasa bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya melainkan mengkonsumsi barang dan jasa tersebut karena suatu tuntutan lain yakni gengsi dan simbol.

Perilaku konsumtif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu perilaku yang membeli suatu barang yang dilakukan oleh para pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Perilaku konsumtif yang dimiliki oleh pramuniaga sifatnya berlebihan tanpa melihat pendapatan yang mereka miliki.

b. Pramuniaga

Pemasaran suatu produk memerlukan beberapa aktivitas yang melibatkan berbagai sumber daya. Sebagai fenomena yang berkembang saat ini, dalam pemasaran terdapat suatu bagian yang memiliki keterkaitan langsung dengan konsumen, yaitu disebut dengan wiraniaga (*sales person*). Bagian ini terdiri dari beberapa divisi, terutama yang berkaitan dengan sistem pemasaran yang dilakukan suatu pemasaran.

Sebagai tenaga *sales person*, saat ini terdapat bagian pemasaran langsung yang menawarkan produk maupaun *sample product*. Seorang wiraniaga (*sales person*) adalah seorang pengambil pesanan (*order getter*) yang posisinya menuntut *penjualan kreatif* dari barang dan jasa yang berkisar mulai dari peralatan, perlengkapan industri, periklanan, atau jasa konsultasi (Kotler dan Amstrong, 2001:200).

Pramuniaga merupakan seorang wiraniaga yang bekerja pada suatu perusahaan ritel atau perusahaan lainnya yang tugasnya untuk melayani

konsumen. Pramuniaga ini tidak hanya harus bisa melayani konsumen dengan baik, tetapi juga diharapkan mampu menawarkan produk dengan baik juga, sehingga pramuniaga ini dibekali dengan pengetahuan yang lebih tentang produk yang akan ditawarkan. Selain itu pramuniaga ini juga harus bisa tampil menarik dihadapan para konsumen, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Pramuniaga yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan profesi sebagai pramuniaga yang bertugas mengambil pesanan, menawarkan produk, serta melayani konsumen dengan baik yang berada di Matahari *Department Store* Kudus.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

Banyak penelitian yang mengangkat tentang tema perilaku konsumtif dan gaya hidup yang terkandung di dalam penelitiannya. Dari berbagai penelitian yang pernah dilakukan, menunjukkan bahwa masyarakat atau pelaku konsumsi sering mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Perilaku konsumtif menciptakan suatu gaya hidup tersendiri bagi pelakunya.

Artikel yang ditulis oleh Aprilia dan Hartoyo (2013) yang berjudul “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)”, menunjukkan bahwa mahasiswa yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup, dimana terdapat batas yang bias antara kebutuhan pokok dan kebutuhan tersier. Pada mahasiswa FISIP berdasarkan hasil dari pengamatan yang dilakukan ditemukan bahwa mahasiswa tersebut memiliki gaya hidup yang bermewah-mewah yang terlihat pada kebiasaan mereka yang lebih memilih “nongkrong” di *mall*, *cafe*, dan di salon dari pada harus memenuhi kewajibannya sebagai mahasiswa. Konsep yang digunakan untuk menganalisis fenomena tersebut yakni dari faktor sosiologis yang diantaranya status sosial ekonomi orang tua dan kelompok referensi. Analisis menunjukkan bahwa hubungan antara status sosial ekonomi orang tua

dengan perilaku konsumtif mahasiswa yaitu status sosial ekonomi orang tua sangat berperan dalam menentukan perilaku konsumsi mahasiswa. Jadi semakin tingginya status sosial ekonomi orang tua maka perilaku konsumsi mahasiswa juga meningkat atau konsumtif. Sedangkan dari hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan bahwa seseorang yang mempunyai kelompok acuan atau referensi perilaku konsumtifnya juga meningkat (konsumtif) karena seseorang tersebut selalu menyesuaikan dan mengikuti kelompok acuannya tersebut dalam kehidupannya. Metode yang digunakan yakni menggunakan metode kuantitatif eksplanatoris, yaitu untuk memperoleh kejelasan suatu fenomena, menjelaskan hubungan dan menguji hubungan antar variable yang diteliti.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama meneliti pada perilaku konsumtif yang dilakukan pada suatu kelompok masyarakat tertentu. Persamaan lainnya yaitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa suatu individu yang berperilaku konsumtif, hanya untuk memperoleh simbol dan tanda. Perbedaan dari penelitian di atas yakni subjek yang dipilih. Perbedaan lainnya yakni pada metode yang digunakan. Penelitian di atas menggunakan metode kuantitatif eksplanatoris, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Artikel yang ditulis oleh Cheng, Ooi dan Ting (2010) dengan judul "*Factors Affecting Consumption Behavior Of Metrosexual Toward Male Grooming Products*", menyatakan bahwa penelitian tersebut mengkaji tentang

pengaruh citra diri, harapan sosial dan dukungan selebriti pada konsumsi metroseksual terhadap produk perawatan laki-laki di Malaysia. Hal ini juga dilakukan untuk menentukan dampak pada persepsi moderat hubungan antara variabel dan perilaku konsumsi. Kuesioner yang dipilih adalah dari orang-orang yang tinggal di Lembah Klang. Total sampel terdiri dari 281 responden. Uji reliabilitas menggunakan regresi moderator hirarkis dan beberapa regresi digunakan untuk menguji hipotesis. Persepsi tidak mempengaruhi interaksi antara citra diri, dukungan selebriti dan harapan sosial pada perilaku konsumsi metroseksual terhadap produk perawatan laki-laki. Hasil penelitian tersebut memberikan bukti dan wawasan tentang hubungan antara citra diri, dukungan selebriti dan harapan sosial, dan perilaku konsumsi. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa variabel utama yang mempengaruhi perilaku konsumsi metroseksual dan sikap terhadap produk perawatan laki-laki. Selain itu, penelitian tersebut juga menyediakan pemahaman yang berharga terhadap pemahaman tentang bagaimana moderat persepsi hubungan antara variabel yang diteliti dan pengaruhnya terhadap konsumsi perilaku metroseksual terhadap produk perawatan laki-laki.

Persamaan dengan penelitian di atas adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku konsumtif. Perbedaannya terletak pada subjek, fokus, serta metode yang digunakan. Subjek dalam penelitian tersebut adalah pada pria yang suka membeli perawatan wajah, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yakni pada kalangan pramuniaga. Fokus pada penelitian di atas adalah bagaimana perilaku

konsumtif pria metroseksual yang suka membeli produk perawatan wajah, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis yakni bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan para pramuniaga dan bagaimana strategi yang digunakan untuk menunjang perilaku konsumtifnya.

Artikel yang ditulis oleh Enrico, Aron dan Oktavia (2014) yang berjudul “*The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*”, menunjukkan bahwa saat ini di kota-kota besar perilaku konsumtif antara mahasiswa menjadi umum. Namun fakta ini menunjukkan dampak negatif bagi kinerja keuangan karena siswa belum mempunyai pendapatan sendiri. Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku masyarakat. Penelitian tersebut dilakukan di Jakarta, Indonesia, dan responden adalah mahasiswa dari beberapa universitas yang berlokasi di Jakarta. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian tersebut adalah sebanyak 270 responden. Dari hasil penelitian, menyimpulkan bahwa produk penggunaan dan daya beli, status sosial, prestise dan kepuasan berhubungan dengan kecenderungan masyarakat untuk memiliki perilaku konsumtif.

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian di atas yakni pada subjek dan metode. Pada penelitian di atas, subjek penelitiannya yaitu pada mahasiswa, sedangkan penelitian penulis yakni pada pramuniaga. Metode yang digunakan pada penelitian di atas adalah menggunakan metode

kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode kualitatif. Persamaan dengan penelitian di atas adalah pada fokus yakni sama-sama mengkaji tentang bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan pada suatu kelompok masyarakat tertentu. Pada suatu kelompok masyarakat tertentu dalam mengkonsumsi suatu barang, hanya untuk mendapatkan simbol, prestise, dan status sosial.

Artikel yang ditulis oleh Martha dan Jacky (2015) yang berjudul “Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus *Sales Promotion Girls* (SPG)”, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswi yang bekerja menjadi SPG (*Sales Promotion Girl*) *freelance* menimbulkan banyak polemik baru, salah satunya adalah mengenai gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan adanya konsumsi barang-barang bermerk untuk dapat bereksistensi di lingkungan sosial. Penelitian ini berupaya menjawab permasalahan terkait pola konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi urban yang memiliki pekerjaan sampingan sebagai SPG *freelance*. Teori yang digunakan untuk menganalisis adalah hiperrealitas Baudrillard. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan semiotik Baudrillard yakni mengungkap sisi simulasi pada ruang simulakra terkait citra dari merk dapat menampilkan hiperrealitas. Subyek dalam penelitian kali ini adalah mahasiswi yang bekerja sampingan sebagai SPG *freelance*. Teknik pengumpulan data secara primer (wawancara dan observasi) dan sekunder (dokumentasi dan internet). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi



bukan karena kebutuhan dan hasrat tetapi lebih pada konsumsi citra dari merek guna mendapatkan prestise, kepuasan batin, dan penghormatan yang lebih dari lingkungan sekitarnya. Para mahasiswi menjadikan tubuh sebagai rana simulasi tanda untuk menghasilkan hiperrealitas yang berbentuk *glamour*, *stylistic* dan *minimalis*.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah terletak pada fokus. Penelitian di atas fokus permasalahannya yaitu fenomena dengan mengidentifikasi simulakra yang ada pada perilaku konsumsi dengan melihat kode, citra, serta rangkaian tanda pada mahasiswa yang berprofesi SPG *freelance* tersebut, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan para pramuniaga dan bagaimana strategi yang digunakan untuk mengatasi perilaku konsumtifnya. Perbedaan lainnya yaitu pada subjek penelitian, yakni penelitian di atas subjek penelitiannya yaitu pada mahasiswi yang berprofesi sebagai SPG *freelance*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni pada pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Persamaannya yaitu pada metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Persamaan lainnya yaitu sama-sama menggunakan konsep perilaku konsumtif untuk menganalisis fenomena yang terjadi.

Artikel yang ditulis oleh Wahyudi (2013) dengan judul “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza”, menunjukkan bahwa masa sekarang ini dalam kehidupan para remaja telah

mengenal gaya hidup yang modern atau modis. Dasar teori yang digunakan yakni menggunakan konsep dari perilaku konsumtif. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas kunjungan remaja pergi ke *mall* setiap bulannya hampir sering. Aktivitas remaja di *mall* sebagian besar adalah berbelanja, tempat jalan-jalan, hiburan maupun bersosialisasi dengan kehadiran *mall* di Samarinda dalam hal membeli produk, nilai guna dari suatu produk bukan hal yang di priotaskan, melainkan untuk terlihat modern di depan teman-teman sebaya. Perilaku remaja berbelanja dalam berbelanja di *mall* sebagian besar tidak lain ingin memperoleh kepuasan tersendiri dengan membeli barang dapat memenuhi kebutuhannya serta rasa kepuasan. Disamping itu juga remaja ingin menikmati suasana yang nyaman dalam membeli barang yang ditawarkan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan di atas yakni fokus penelitiannya yakni bagaimana aktivitas remaja yang senang berbelanja di *mall*, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yakni bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan para pramuniaga dan bagaimana strategi yang digunakan untuk menunjang perilaku konsumtifnya. Persamaannya yakni sama-sama menggunakan konsep perilaku konsumtif dimana perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan di dorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terjadi pada lapisan masyarakat. Penelitian terdahulu yang mendukung dengan rumusan masalah pertama dari penelitian peneliti adalah artikel yang ditulis oleh Aprilia dan Hartoyo (2013); Cheng, Ooi dan Ting (2010); Enrico, Aron dan Oktavia (2014); serta Wahyudi (2013), hal tersebut dikarenakan sama-sama mengungkap bagaimana perilaku konsumtif dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Artikel penelitian yang mendukung rumusan masalah kedua yakni artikel yang ditulis oleh Martha dan Jacky (2015) yakni sama-sama mengkaji bagaimana strategi yang digunakan untuk menunjang perilaku konsumtif. Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat menunjukkan bahwa posisi penelitian yang akan dilakukan berbeda dan belum pernah dilakukan. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti perilaku konsumtif pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

## **B. Landasan Teori**

### Teori Konsumsi Baudrillard

Pada penelitian ini dianalisis menggunakan teori konsumsi Baudrillard. Dalam teori konsumsi Baudrillard menyatakan jika seseorang mengkonsumsi suatu produk secara berlebihan, maka sesungguhnya produk yang dikonsumsinya bukan berdasarkan objek pada produk tersebut, melainkan pada kode dan citra dalam produk tersebut. Teori konsumsi tersebut sangat cocok jika digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian karena pramuniaga yang

berperilaku konsumtif dalam mengkonsumsi suatu produk, mereka tidak mengkonsumsi objek pada produk tersebut, melainkan pada citra dan kode dalam produk tersebut. Baudrillard (2004:87) menyatakan bahwa konsumsi adalah sistem yang menjalankan urutan tanda-tanda dan penyatuan kelompok. Jadi konsumsi itu sekaligus sebuah moral (sebuah sistem nilai ideologi) dan sistem komunikasi, struktur pertukaran. Ditegaskan lagi Baudrillard (2004:108) bahwa konsumsi didefinisikan yaitu tidak ada lagi sebagai praktik fungsional objek kepemilikan dan lain-lain. Tidak ada lagi sebagai fungsi sederhana prestise individual atau kelompok. Tetapi sebagai sistem komunikasi dan pertukaran, sebagai kode tanda-tanda yang secara terus-menerus disiarkan, diterima dan ditemukan lagi sebagai bahasa khas (*language*).

Menurut Ritzer (dalam Suyanto, 2013:109) perilaku konsumtif di mata Baudrillard, logika sosial konsumsi tidak akan terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang dan jasa oleh individu, namun terfokus pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial. Baudrillard, mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang di dalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menuju hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Dengan kata lain, orang tidak lagi mengkonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya. Sesuatu yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan, citra) ketimbang komoditas itu sendiri. Artinya, komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan

kegunaannya, melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri.

Konsumsi terhadap suatu barang, menurut Weber (dalam Damsar, 2002:121), merupakan gambaran gaya hidup tertentu dari kelompok status tertentu. Konsumsi terhadap barang merupakan landasan bagi penjenjangan dari kelompok status. Apa yang dikonsumsi masyarakat, pada dasarnya bukanlah objek, melainkan tanda. Konsumsi merupakan sebuah sistem aksi dari manipulasi tanda, sehingga mengonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengonsumsi objek tersebut, dan di saat yang sama kita berbeda dengan orang yang mengonsumsi objek yang lain. Inilah yang disebut Baudrillard sebagai kode, yang kemudian apa yang kita seharusnya konsumsi dan apa yang tidak kita konsumsi. Jadi, ketika masyarakat memiliki penghasilan lebih dan kemudian mengonsumsi sesuatu, sesungguhnya yang terjadi bukanlah sebuah kebebasan, karena yang terjadi adalah masyarakat tidak membeli apa yang mereka butuhkan, tetapi membeli apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang seharusnya dibeli.

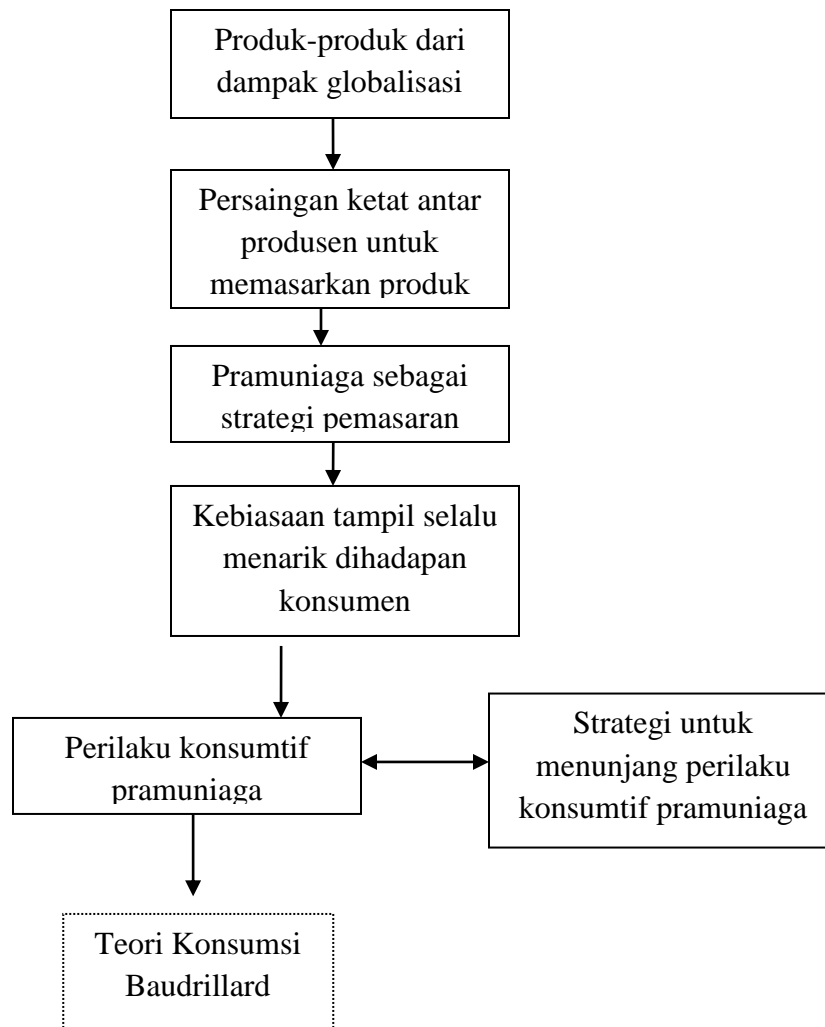
Menurut Ritzer (dalam Suyanto, 2013:112) dalam masyarakat konsumen yang dikontrol oleh kode, hubungan manusia ditransformasikan dalam hubungan dengan objek, terutama konsumsi objek. Objek- objek yang dikonsumsi masyarakat tidak memiliki makna dalam kaitan dengan kegunaan dan keperluannya, juga tidak memiliki makna dari hubungan yang nyata antara

masyarakat. Makna objek berasal dari perbedaan hubungannya dengan dan atau objek lain. Dengan kata lain, ketika sebuah komoditas dikonsumsi seseorang, maka yang terjadi sesungguhnya adalah gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan lain sebagainya. Hal senada juga dikatakan oleh Baudrillard bahwa kita tidak lagi mengontrol produk namun kita yang dikontrol oleh sebuah produk. Diri yang dikontrol oleh produk membuat individu menjadi konsumtif.

Menurut Ritzer (dalam Baudrillard, 2004:xxii) dilihat dari perspektif struktural, yang dikonsumsi suatu masyarakat adalah tanda (pesan, citra) ketimbang komoditas. Ini berarti bahwa konsumen perlu untuk mampu “membaca” sistem konsumsi agar mengetahui apa yang harus dikonsumsi. Komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, namun berdasarkan atas apa yang mereka maknai. Dan apa yang mereka maknai didefinisikan bukan oleh apa yang mereka lakukan, melainkan hubungan mereka dengan seluruh komoditas dan tanda.

### **C. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan suatu kerangka konseptual yang memaparkan dimensi kajian utama dan hubungan antar dimensi lainnya yang disusun dalam bentuk grafis atau narasi. Kerangka berpikir berfungsi untuk memahami alur pemikiran secara tepat, mudah dan jelas.



**Gambar 1 : Bagan Kerangka Berpikir**

Adanya globalisasi membawa dampak yang luar biasa dalam masyarakat. Salah satunya yakni munculnya produk-produk yang ada di masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan selera masyarakat itu sendiri. Dengan banyaknya produk yang ada di masyarakat dengan beragam merek, dari merek yang biasa

sampai dengan merek dari luar negeri, menyebabkan persaingan antar produsen dalam memasarkan produknya.

Seiring dengan munculnya banyaknya produk bermerk yang diciptakan para produsen, sehingga produsen harus menggunakan strategi pemasaran. Dari hal tersebut, seorang produsen memerlukan jasa seorang yang mampu menawarkan produk dan melayani konsumen dengan baik, orang ini biasanya disebut dengan *personal selling* dan termasuk di dalamnya adalah pramuniaga. Para pramuniaga ini diharapkan mampu membuat para konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Untuk itu para pramuniaga ini harus mengetahui akan produk yang ditawarkan dengan baik. Selain itu, para pramuniaga juga harus tampil dengan menarik agar para konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Para pramuniaga ini selalu tampil menarik dengan cara berdandan dan berpakaian dengan modis. Kebutuhan akan perbaikan penampilan pada akhirnya menjadi kebiasaan dan menjadi modal utama untuk memasuki profesi ini. Selain itu, pramuniaga ini juga berada dalam pusaran dari globalisasi. Mereka berada dalam segmentasi pasar tersebut. Sehingga mereka mengetahui apa yang sedang berkembang dan terkini. Dari situlah muncul adanya kebiasaan dikalangan pramuniaga untuk tampil menarik dalam banyak hal, cenderung membuat mereka memiliki suatu perilaku konsumtif, artinya perilaku konsumtif kemudian menjadi gaya hidup mereka yang tidak lain ditujukan untuk mendapatkan



penghargaan dari lingkungan sekitar. Di sisi lain, pendapatan para pramuniaga ini tidak seberapa, namun harus dibagi dengan kebutuhan primer mereka serta kebutuhan lain yang bersifat keduniawian. Sehingga para pramuniaga ini melakukan strategi agar dapat memenuhi semua kebutuhan gaya hidupnya.

Pada penelitian ini dianalisis menggunakan teori konsumsi Baudrillard. Dalam teori konsumsi Baudrillard menyatakan jika seseorang mengkonsumsi suatu produk secara berlebihan, maka sesungguhnya produk yang dikonsumsi bukan berdasarkan objek pada produk tersebut, melainkan pada kode dan citra dalam produk tersebut. Teori konsumsi tersebut sangat cocok jika digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian karena pramuniaga yang berperilaku konsumtif dalam mengkonsumsi suatu produk, mereka tidak mengkonsumsi objek pada produk tersebut, melainkan pada citra dan kode dalam produk tersebut.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Dasar Penelitian**

Penelitian yang berjudul Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus menggunakan metode kualitatif dengan model deskriptif. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah karena dalam pengolahan data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan kata-kata tertulis atau lisan dan secara langsung dapat menyajikan hubungan antara peneliti dengan responden secara lebih peka dan tidak berbentuk angka-angka. Metode penelitian yang lebih cocok digunakan adalah metode penelitian kualitatif karena masalah yang diangkat memerlukan banyak informasi dan pendapat dari informan atau masyarakat. Peneliti mencoba menyelidiki, memahami, menjelaskan, dan mendeskripsikan secara menyeluruh mengenai perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan kegiatan penelitiannya. Lokasi penelitian dilaksanakan di Matahari *Department Store* Kudus yang beralamat di Jalan Lukmonohadi No.1 Kudus. Matahari *Department Store* Kudus merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Kabupaten Kudus, dan banyak dijumpai para pramuniaga yang bekerja disana. Sehingga hal

tersebutlah yang membuat peneliti tertarik dalam mengkaji perilaku konsumtif dan gaya hidup pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

### **C. Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Fokus penelitian ini mempermudah penulis dalam menggali data di lapangan agar hasil data yang diperoleh lebih terfokus dan terarah sesuai dengan rumusan permasalahan. Sesuai dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus”, maka indikator fokus penelitiannya, yaitu:

1. Perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.
2. Strategi apa saja yang dilakukan oleh para pramuniaga untuk menunjang perilaku konsumtif.
  - a. Menghemat pengeluaran
  - b. Melakukan pekerjaan sampingan

### **D. Sumber Data Penelitian**

Penelitian mengenai “Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus”, merupakan penelitian kualitatif yang sumber data utamanya atau primernya berupa kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan subjek serta informan penelitian,

kemudian penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder atau pelengkap berupa dokumentasi ketika melakukan penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian adalah pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus yang berjumlah 240 orang. Pertimbangan dan penentuan subjek penelitian bertujuan untuk memperoleh data yang memang dibutuhkan dalam penelitian dan sesuai dengan rumusan masalah.

Dalam penelitian kualitatif, sumber data dapat berupa manusia, peristiwa dan tingkah laku, arsip-arsip atau dokumen. Menurut Moleong (2010) sumber data yang dimanfaatkan untuk pengumpulan data yang diperoleh data adalah dari:

### **1. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil penelitian secara langsung melalui observasi atau pengamatan dan wawancara. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran umum lokasi penelitian, yaitu Matahari *Department Store* Kudus. Gambaran umum ini meliputi: letak gedung Matahari *Department Store*, kondisi pramuniaga, serta perilaku konsumtif pramuniaga.

Data primer selanjutnya diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian dan informan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, yang terdiri dari pramuniaga pakaian anak, pakaian dewasa, dan lainnya. Informan terbagi menjadi dua yaitu informan utama dan informan pendukung.

**Tabel 1: Daftar Nama Informan Utama**

No	Nama	Umur	Pekerjaan/ <i>Counter Words</i>
1.	Ida	22 th	Pramuniaga/ <i>Triset Bag</i>
2.	Ika	19 th	Pramuniaga/ <i>Heath and Heath</i>
3.	Ninik	24 th	Pramuniaga/ <i>Plattini</i>
4.	Andi	21 th	Pramuniaga/ <i>Cardinal Jeans</i>
5.	Zaisna	21 th	Pramuniaga/ <i>Hipofant Kids</i>
6.	Yanto	32 th	Pramuniaga/ <i>Home Pleasure</i>
7.	Dian	25 th	Pramuniaga/ <i>Yongki Kids</i>

(Sumber : data primer penulis, 23 Maret 2015)

Alasan penulis memilih orang dalam tabel tersebut diatas karena memiliki *counter words* yang berbeda-beda di dalam Matahari *Department Store* Kudus tersebut. *Counter Words* merupakan suatu pengelompokkan bagian barang-barang yang dijual di Matahari *Department Store* Kudus. Barang-barang yang dijual di dalam Matahari *Department Store* Kudus yakni baju-baju, sepatu, aksesoris, dan peralatan rumah tangga. *Counter Words* tersebut terdiri atas *Mens Words*, *Ladies Words*, *Youth Girls*, *Youth Boys*, *Shoes Words*, *Kids Words*, dan *Home*. Dari setiap bagian *counter words* terdiri dari bermacam-macam merek yang ada. Setiap *counter words* memiliki pramuniaga laki-laki dan perempuan. Peneliti memilih salah satu informan yang mewakili dari *counter words* yang ada. Peneliti mengambil pramuniaga dari salah satu *counter words* yang ada karena setiap pramuniaga yang mewakili dari *brand* yang di bawanya memiliki gaya hidup

yang berbeda-beda. Namun hampir mempunyai satu kesamaan yakni ingin selalu tampil menarik. Selain itu alasan memilih ke tujuh informan tersebut karena informasi yang diperoleh dari ke tujuh informan tersebut paling banyak dan cenderung sama dengan pendapat para informan yang lainnya. Berikut adalah profil singkat informan utama:

Ida adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Ladies* dengan brand *Triset Bag*. Ida berusia 22 tahun dan belum menikah. Ida sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 3 tahun. Pendapatan Ida yang didapat selama bekerja menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus yakni sebesar Rp 1.380.000,00 berdasarkan UMR di Kabupaten Kudus. Aktivitas yang dilakukan oleh Ida ketika libur bekerja yakni jalan-jalan dan melakukan pekerjaan rumah. Ida tidak suka melakukan perawatan wajah dan hanya tampil apa adanya. Ida pun tidak mempunyai pekerjaan sampingan. Namun pernah berjualan pulsa dan sekarang sudah tidak lagi.

Ika adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Youth Girls* dengan brand *Heath and Heath*. Ika berusia 19 tahun dan belum menikah. Pendapatan yang di dapat Ika dari pekerjaannya sebagai pramuniaga yakni Rp 1.380.000,00 yang berdasarkan UMK dari Kabupaten Kudus. Aktivitas yang dilakukan oleh Ika ketika sedang tidak bekerja atau ketika di rumah yaitu berkumpul dengan keluarga dan teman serta sering pergi jalan-jalan ke luar kota. Selain menjadi Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus,

Ika juga mempunyai pekerjaan sampingan dengan berjualan kain khas daerahnya yakni kain khas Jepara, yang dijualnya kepada rekan kerjanya.

Ninik adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Mens* dengan brand *Platini*. Ninik berusia 24 tahun dan belum menikah. Ninik sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 4 tahun. Pendapatan yang diperoleh menjadi pramuniaga yaitu sebesar Rp 1.380.000,00 yang berdasarkan UMK dari Kabupaten Kudus. Aktivitas Ninik ketika tidak bekerja atau libur yakni pergi jalan-jalan, berbelanja serta melakukan perawatan wajah. Selain bekerja menjadi pramuniaga, Ninik juga berjualan baju secara *on-line*.

Andi adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Youth Boys* dengan brand *Cardinal Jeans*. Andi berusia 21 tahun dan belum menikah. Andi sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 2 tahun. Pendapatan Andi yang didapat selama bekerja menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus yakni sebesar Rp 1.380.000,00 berdasarkan UMK di Kabupaten Kudus. Aktivitas Andi ketika sedang tidak bekerja digunakan untuk bekerja dan melakukan perawatan wajah. Pekerjaan sampingan yang dilakukan Andi yakni menjadi *SPG Event* di tempat lain.

Zaisna adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Kids* dengan brand *Hipofant Kids*. Zaisna berusia 21 tahun dan belum menikah Zaisna sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 3 tahun. Pendapatan Zaisna yang didapat selama bekerja menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus yakni sebesar Rp 1.380.000,00 berdasarkan UMK di Kabupaten

Kudus. Aktivitas yang dilakukan oleh Zaisna ketika libur yakni pergi jalan-jalan serta melakukan perawatan wajah. Zaisna tidak mempunyai pekerjaan sampingan selain menjadi Pramuniaga.

Yanto adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Home* dengan brand *Home Pleasure*. Yanto berusia 32 tahun dan sudah menikah. Yanto sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 10 tahun. Pendapatan Yanto yang didapat selama bekerja menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus yakni sebesar Rp 1.380.000,00 berdasarkan UMK di Kabupaten Kudus. Aktivitas yang dilakukan oleh Yanto ketika sedang libur adalah digunakan untuk bekerja. Yanto mempunyai usaha titipan sepeda motor, hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya.

Dian adalah salah satu pramuniaga dari *counter words Shoes* dengan brand *Yongki Kids*. Dian berusia 25 tahun dan sudah menikah. Dian sudah bekerja menjadi pramuniaga selama 5 tahun. Pendapatan yang diperoleh Dian menjadi pramuniaga yaitu sebesar Rp 1.380.000,00 yang berdasarkan UMK dari Kabupaten Kudus. Aktivitas Dian ketika dirumah yakni hanya sebagai ibu rumah tangga biasa. Dian hanya bekerja sebagai pramuniaga saja dan tidak mempunyai pekerjaan sampingan karena tidak diperbolehkan oleh suaminya.

Untuk memperkuat hasil penelitian yang diperoleh dari informan utama, penulis juga memerlukan informan pendukung untuk mendukung data. Berikut adalah daftar nama informan pendukung dalam penelitian ini:



**Tabel 2: Daftar Nama Informan Pendukung**

No	Nama	Umur	Pekerjaan
1.	Lily	18 th	Pramuniaga <i>Lois Girls</i> di Matahari <i>Dept. Store</i> Kudus
2.	Vita	20 th	Mahasiswa
3.	Nita	25 th	Mantan pramuniaga Matahari <i>Dept. Store</i> Kudus
4.	Fatma	24 th	Mantan pramuniaga <i>Matahari Dept. Store</i> Kudus
5.	Rohmah Sridayanti	22 th	Pramuniaga <i>Cardinal Girls</i> di Matahari <i>Dept. Store</i> Kudus
6.	Miftahul Ulum	40 th	Tukang parkir di Matahari <i>Dept. Store</i> Kudus

(Sumber : data primer penulis, 26 Maret 2015)

Alasan penulis memilih orang dalam tabel tersebut diatas karena mereka merupakan informan pendukung yang sedikit banyak mengetahui perilaku konsumtif pada pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Mereka juga menjalin relasi yang baik serta interaksi yang dilakukan cukup intensif sehingga mereka mempunyai kedekatan dengan para pramuniaga. Hal inilah yang membuat penulis mengambil mereka sebagai informan pendukung. Berikut adalah profil singkat dari informan pendukung:

Lily (18 tahun) merupakan pramuniaga *Lois Girls* di Matahari *Department Store* Kudus. Ia sudah bekerja menjadi pramuniaga baru 3 bulan. Alasan penulis menjadikan Lily sebagai informan pendukung karena ia mempunyai rekan-rekan yang bekerja di Matahari *Department Store*

Kudus. Selain itu ia juga sedikit banyak mengetahui bagaimana rekan-rekannya mempunyai pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga.

Vita (20 tahun) merupakan mahasiswa di salah satu perguruan tinggi swasta di Semarang. Ia bertempat tinggal di Kudus. Ia mempunyai saudara yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus, sehingga mengetahui bagaimana gaya hidup serta perilaku yang dilakukan oleh pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

Nita (25 tahun) merupakan mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Alasan penulis mengambil Nita sebagai informan pendukung karena ia sudah 3 tahun bekerja di Matahari *Department Store* Kudus, sehingga ia mengetahui bagaimana perilaku para pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

Fatma (24 tahun) merupakan mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Alasan penulis mengambil Fatma sebagai informan pendukung karena ia sudah 3 tahun bekerja di Matahari *Department Store* Kudus, sehingga ia mengetahui bagaimana perilaku para pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

Rohmah Sridayanti (22 tahun) merupakan pramuniaga dari *Cardinal Girls*, ia sudah bekerja hampir 4 tahun di Matahari *Department Store* Kudus. Alasan penulis menjadikan Rohmah sebagai informan pendukung karena ia mempunyai rekan-rekan yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus.

Selain itu ia juga sedikit banyak mengetahui bagaimana rekan-rekannya mempunyai pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga.

Mifathul Ulum (40 tahun) merupakan tukang parkir di Matahari *Department Store* Kudus. Alasan penulis memilih bapak tersebut karena beliau sering berinteraksi dengan para pramuniaga serta beliau juga mempunyai tetangga yang bekerja menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus serta mempunyai pekerjaan sampingan.

## 2. Data Sekunder

Sumber di luar kata dan tindakan merupakan sumber selain sumber data primer. Sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dokumen resmi (Moleong, 2011:113).

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur yang relevan dan mendukung penelitian meliputi artikel mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup pada kalangan pramuniaga yang diperoleh dari berbagai sumber. Artikel tersebut antara lain Aprilia dan Hartoyo (2013) dengan judul “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)”; artikel yang ditulis oleh Cheng, Ooi dan Ting (2010) yang berjudul “*Factors Affecting Consumption Behavior Of Metrosexual Toward Male Grooming Products*”; artikel yang ditulis oleh Enrico, Aron dan Oktavia (2014) dengan judul “*The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*”; artikel

yang ditulis oleh Martha dan Jacky (2015) yang berjudul “Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus *Sales Promotion Girls* (SPG)”; dan yang terakhir artikel yang ditulis oleh Wahyudi (2013) dengan judul “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza”.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data penulis mengalami banyak kendala, namun juga terdapat kemudahan di dalamnya. Kendala yang dialami oleh penulis adalah penulis tidak mendapat izin melakukan penelitian di Matahari *Department Store* Kudus, sehingga penulis harus sembunyi-sembunyi ketika wawancara dan observasi karena diawasi oleh satpam setempat. Selain itu, banyak para pramuniaga yang tidak begitu suka dan sinis dengan penulis ketika akan diajak wawancara. Hal tersebut dikarenakan informan yang akan diajak wawancara belum mengetahui maksud dan tujuan penulis. Sedangkan kemudahan yang di dapat dalam penelitian yakni informan utama maupun informan pendukung sangat ramah dan terbuka dengan penulis. Hal tersebut dikarenakan wawancara dilakukan di rumah informan dan pada saat pramuniaga sedang beristirahat. Sebagian informan merupakan teman penulis dan ini sangat menguntungkan penulis dalam melakukan wawancara. Dalam wawancara penulis melakukan wawancara dengan setiap informan hanya satu kali, tetapi sudah menjawab semua data yang diperlukan. Suasana dalam wawancara pun dalam keadaan santai, yakni ketika sepi pengunjung dan

ketika pramuniaga tersebut istirahat, sehingga tidak mengganggu kerja pramuniaga tersebut. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

### **1. Metode Observasi atau Pengamatan**

Metode observasi disebut juga metode pengamatan lapangan. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan (Nasution, 2003:56). Metode ini dilakukan melalui pengamatan inderawi yaitu dengan melakukan pencatatan terhadap gejala-gejala pada objek penelitian secara langsung di lapangan. Pada metode ini pengumpulan data dilakukan dengan mencatat semua kejadian atau fenomena yang diamati ke dalam catatan lapangan (*field notes*).

Dalam mengadakan pengamatan tidak hanya memperhatikan apa yang akan diamati, tetapi juga mengamati diri kita sendiri (Nasution, 2003:57). Di dalam pengamatan penulis harus memperhitungkan hingga manakah penulis mempengaruhi hasil pengamatan serta tafsirannya. Pengamatan dilaksanakan pada tanggal 7 Maret 2015 sampai dengan 8 Maret 2015, penulis mengamati untuk mendapatkan data mengenai perilaku konsumtif serta gaya hidup yang dijalani oleh pramuniaga di Matahari Department Store Kudus yaitu penulis berperan sebagai pengamat yang aktif. Penulis melakukan pengamatan secara aktif. Pada proses pelaksanaannya, penulis menggunakan kamera agar mendapatkan gambar

tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup para pramuniaga di Matahari Department Store Kudus.

Pada tanggal 7 Maret 2015 penulis melakukan pengamatan di Matahari *Department Store* Kudus secara sembunyi-sembunyi, dikarenakan penulis tidak diijinkan oleh toko tersebut untuk melakukan penelitian. Penulis mengamati bagaimana ketika pramuniaga bekerja, penampilan pramuniaga ketika kerja, aktivitas pramuniaga ketika istirahat, tempat makan yang mereka kunjungi ketika istirahat, serta kendaraan apa yang mereka gunakan ketika mereka berangkat kerja. Penulis juga mengambil beberapa foto yang dibutuhkan untuk penelitian.

Pada tanggal 8 Maret 2015 penulis melakukan pengamatan di luar Matahari *Department Store* Kudus. Penulis melakukan pengamatan di rumah informan dan pergi ke tempat yang biasa mereka kunjungi ketika informan merupakan teman dari penulis libur kerja. Penulis juga mengambil beberapa foto yang dibutuhkan dalam penelitian.

## **2. Metode Wawancara**

Moleong (2010:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data agar penulis menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih baik. Metode wawancara merupakan

metode untuk memperoleh data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan.

Wawancara dilakukan untuk memperoleh data mengenai gaya hidup para pramuniaga, perilaku konsumtif para pramuniaga serta cara mereka untuk mengatasi perilaku konsumtif mereka yang selalu bertambah. Penulis mewawancarai para pramuniaga di Matahari Department Store Kudus, serta informan pendukung, yang dilaksanakan pada tanggal 16-26 Maret 2015.

Tahap pertama yang dilakukan penulis adalah mewawancarai Ida (22 th) pramuniaga *Triset Bag, Counter Ladies Word*. Wawancara dilakukan pada tanggal 16 Maret 2015 pada Pukul 11.30 WIB. Wawancara dilakukan ketika toko sedang sepi pengunjung, sehingga wawancara dengan informan waktunya leluasa dan dalam kenyataan santai. Informan pun dapat menjawab semua pertanyaan dari peneliti. Contoh wawancara yang dilakukan penulis dengan informan. Informan menanyakan penampilan kepada informan baik ketika bekerja maupun di rumah.

Ika (19 th) pramuniaga *Heath and Heath, Counter Youth Boys*. Wawancara dilakukan pada tanggal 23 Maret 2015 pada Pukul 17.00 WIB. Wawancara dilakukan ketika Ika sedang bekerja dan saat itu sedang sepi pengunjung. Ika menyatakan bahwa ia sudah bekerja selama 1,5 tahun. Ia juga menyatakan bahwa di dalam pekerjaannya penampilan itu sangat penting.

Setelah itu pada tanggal 24 Maret 2015 penulis mewawancarai Ninik (24 th) pramuniaga *Plattini, Counter Words Mens Words* pada Pukul 13.30. Wawancara dilakukan pada saat informan istirahat, sehingga jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti dijawab dengan mudah oleh informan. Pada saat itu penulis menanyakan tentang pekerjaan sampingan yang digeluti oleh informan.

Pada tanggal yang sama yakni tanggal 24 Maret 2015 peneliti mewawancarai Andi (21 th) pramuniaga *Cardinal Jeans, Counter Words Youth Boys* pada Pukul 14.00 WIB, pada saat informan istirahat. Di lanjutkan dengan mewawancarai Zaisna (21 th) pramuniaga *Hipofant Kids, Counter Words Kids* pada Pukul 14.30 WIB pada saat informan bekerja namun dalam keadaan sepi pengunjung. Setelah itu penulis melakukan wawancara dengan Yanto (32 th) pramuniaga *Home Pleasure, Counter Words Home* pada Pukul 15.00 WIB pada saat informan bekerja dan kondisi toko dalam keadaan sepi pengunjung, sehingga wawancara dilakukan dengan santai dan lancar.

Kemudian penulis mewawancarai Dian pramuniaga *Yongki Kids* pada tanggal 25 Maret pada Pukul 14.00 WIB. Wawancara dilakukan pada saat jam istirahat, sehingga pramuniaga leluasa dan dalam keadaan santai tidak dalam waktu kerja, jawaban yang diberikan pun sangat lengkap.

Pemilihan waktu untuk melakukan wawancara disesuaikan oleh penulis, penulis mengambil hari atau jam yang terbilang sepi akan



pengunjung dan ketika mereka istirahat. Sehingga pramuniaga leluasa untuk melakukan wawancara secara mendalam dengan peneliti. Penulis melakukan wawancara, observasi hingga penelitian pada bulan Maret 2015 awal hingga akhir bulan.

Untuk memperkuat jawaban dan data dari informan utama, penulis melakukan wawancara dengan informan pendukung. Informan pendukung inilah adalah beberapa pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, masyarakat biasa di Kudus, dan tukang parkir di Matahari *Department Store* Kudus. Informan tersebut dijadikan sebagai informan pendukung karena jawaban mereka mendukung dengan jawaban dari informan utama.

Pada tahap pertama penulis melakukan wawancara dengan Lily (18 th) pramuniaga *Lois Girls*, pada tanggal 16 Maret 2015 pada Pukul 10.30 WIB. Wawancara dilakukan ketika sepi pengunjung. Dilanjutkan dengan mewawancarai Vita (20 th) pada tanggal 20 Maret 2015 pada Pukul 16.00 WIB di rumah informan. Informan merupakan seorang mahasiswa yang mempunyai saudara yang bekerja sebagai pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Menurut informan pramuniaga tersebut mempunyai perilaku konsumtif dan hidup boros.

Wawancara selanjutnya penulis mewawancarai Nita (25 th) mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus pada tanggal 22 Maret 2015 pada Pukul 10.00 WIB. Wawancara dilakukan di rumah informan.

Informan menceritakan pekerjaannya dulu sebagai pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, serta banyak teman-temannya yang mempunyai pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan Fatma (24 th) mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Wawancara dilakukan di rumah informan pada tanggal 22 Maret 2015 pada Pukul 10.00 WIB. Dilanjutkan penulis mewawancarai Rohmah Sridayanti (22 th) pramuniaga *Cardinal Girls* pada tanggal 23 Maret 2015 pada Pukul 16.00 WIB. Wawancara dilakukan ketika informan sedang bekerja dan dilakukan pada saat sepi pengunjung, sehingga wawancara pun berjalan dengan lancar, meskipun diawasi oleh satpam di Matahari *Department Store* Kudus. Terakhir penulis melakukan wawancara dengan Miftahul Ulum (40 th) tukang parkir di Matahari *Department Store* Kudus. Wawancara dilakukan pada tanggal 24 Maret 2015 pada Pukul 16.00 WIB di tempat parkir. Jumlah informan pendukung yang dibutuhkan dirasa sudah cukup untuk memberikan informasi atau menjawab pertanyaan yang terkait dengan rumusan masalah dalam penelitian ini.

Dalam pelaksanaan observasi dan wawancara, penulis mengalami kendala dan kemudahan. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan observasi dan wawancara antara lain, penulis tidak diijinkan oleh manajer perusahaan ritail tersebut untuk melaksanakan penelitian di Matahari

*Department Store* Kudus. Kendala yang lain yaitu, ada beberapa pramuniaga yang menolak dan sinis dengan penulis ketika akan diajak untuk wawancara, selain itu kendala yang lain yaitu penulis selalu diawasi oleh satpam setempat karena penulis tidak mendapatkan ijin, dan penulis susah untuk mendapatkan gambar pramuniaga. Sehingga penelitian dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Kemudahan yang dialami penulis ketika observasi dan wawancara adalah, ada beberapa informan utama dan pendukung yang merupakan teman penulis, sehingga hal tersebut memudahkan penulis dalam menggali data dari informan. Selain itu lokasi penelitian yang lumayan dekat dengan tempat tinggal penulis, sehingga observasi dan wawancara dapat terlaksana secara lancar.

c. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi berguna untuk memperoleh data perilaku konsumtif dan gaya hidup pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Pengambilan dokumentasi yang berhubungan dengan bentuk bangunan atau gambaran umum Matahari *Department Store* Kudus, foto-foto aktivitas pramuniaga seperti ketika bekerja, ketika istirahat, ketika di luar pekerjaannya atau ketika sedang mengisi waktu luang. Penggunaan foto sebagai penjelas dari data-data yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan, wawancara dan sumber tertulis lainnya.

## F. Keabsahan Data

Pelaksanaan uji keabsahan dalam penelitian kualitatif ini meliputi:

### 1. Triangulasi Data

- a. Membandingkan data hasil pengamatan penulis dengan data hasil wawancara. Penulis membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara yang diperoleh kepada pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, mantan pramuniaga, dan masyarakat umum.

Hasil wawancara dengan Ida (22 th) pramuniaga *Triset Bag* menunjukkan perbedaan dengan pengamatan peneliti. Menurut Ida, tidak semua pramuniaga yang mempunyai perilaku konsumtif, dan tidak mementingkan penampilannya. Namun menurut pengamatan peneliti, melihat bahwa banyak pramuniaga yang ingin menampilkan dirinya jika ia mampu tampil menarik disetiap kesempatan, baik di lingkungan kerja maupun di luar pekerjaannya. Dari perbedaan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa tidak semua pramuniaga yang selalu mementingkan penampilannya. Ada juga yang tampil apa adanya dan sebaliknya ada juga ingin selalu tampil menarik di muka umum.

- b. Membandingkan persepsi seseorang terhadap informan utama penelitian dengan berbagai pendapat serta pandangan informan pendukung.

Dalam hal ini, peneliti membandingkan persepsi seseorang terhadap informan utama dengan berbagai pendapat pada informan pendukung.

Data hasil wawancara dengan Nita (25 th) mantan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus dengan Dian (25 th) pramuniaga *Yongki Kids*. Nita menyatakan bahwa para pramuniaga memang selalu menampilkan penampilan fisiknya baik di rumah maupun di tempat kerja, dan untuk menambah penghasilan mereka melakukan pekerjaan sampingan. Namun pendapat yang berbeda diungkapkan oleh Dian pramuniaga yang masih bekerja di Matahari *Department Store* Kudus, menyatakan bahwa tidak semua pramuniaga yang selalu menampilkan penampilan fisiknya. Contohnya Dian sendiri. Dia tidak begitu mempedulikan penampilannya ketika di rumah. Dia hanya menggunakan *make-up* ketika bekerja saja. Selain itu dia juga hanya bekerja menjadi pramuniaga saja karena dia sudah menikah, jadi sulit untuk membagi waktu jika melakukan pekerjaan sampingan. Dengan demikian menunjukkan bahwa tidak semua pramuniaga yang selalu tampil menarik. Semua itu ditentukan oleh pribadi orang masing-masing.

#### **G. Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan proses penyusunan data agar data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat ditafsirkan. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh sumber data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan

lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya (Moleong, 2010:147). Analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman (1992:15-20) ini meliputi:

a. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pencatatan dan pengumpulan seluruh data sesuai dengan yang ada di lapangan, baik melalui observasi dan wawancara yang diperoleh saat melakukan penelitian. Data yang dicatat dan dikumpulkan masih bersifat apa adanya berupa rangkaian pelaksanaan penelitian yang dialami. pengumpulan data observasi pada tanggal 7-8 Maret 2015, kemudian data wawancara pada tanggal 16 Maret 2015, 20 Maret 2015, 21 Maret 2015, 22 Maret 2015, 23 Maret 2015, 24 Maret 2015, dan 25 Maret 2015.

b. Reduksi Data

Pada tahap reduksi data, penulis melakukan analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, serta mengorganisasikan data yang sedemikian rupa sehingga kemudian dapat menarik kesimpulan. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dengan berbagai cara misalnya seleksi yang ketat, ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

Pada tahap reduksi, penulis melakukan analisis yang mengkategorikan data yang mengarahkan sesuai dengan fokus

penelitian yaitu mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus serta strategi apa saja yang dilakukan oleh para pramuniaga untuk mengatasi gaya hidupnya.

Data yang diperoleh penulis dari hasil observasi dan wawancara maupun dokumentasi yang hasilnya masih sangat luas, akan dipilah dan digolongkan serta membuang data yang tidak diperlukan supaya memudahkan penulis dalam menarik kesimpulan.

c. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan setelah melakukan reduksi data yang digunakan.

Hasil reduksi data kemudian disajikan, diolah dan dianalisis menggunakan konsep perilaku konsumtif. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang telah terpilih mengenai perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus disajikan dalam bentuk deskriptif yang melalui proses analisis menggunakan konsep perilaku konsumtif. Contohnya Ninik pramuniaga *Plattini*, dia selalu ingin tampil menarik. Untuk menjaga penampilannya dia merawat penampilannya dengan cara mengunjungi perawatan wajah di Kudus, dia juga selalu

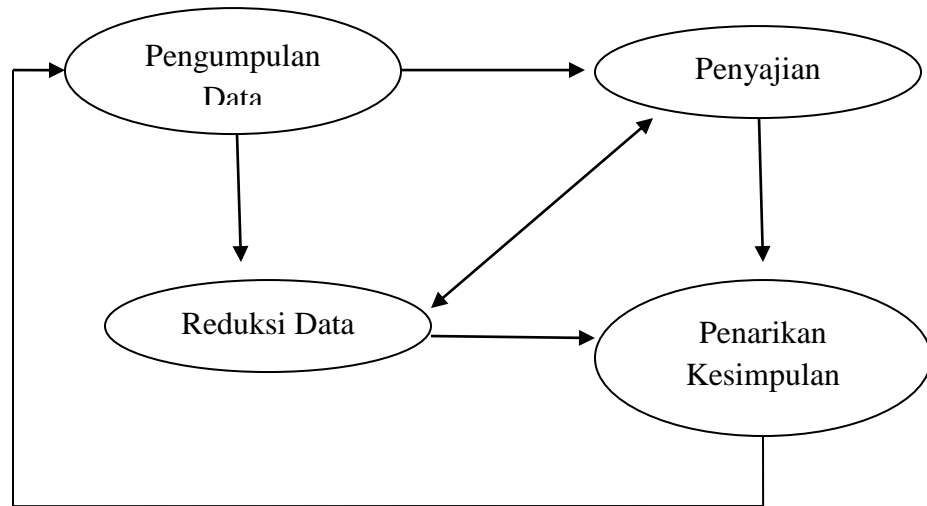
membelanjakan uangnya untuk memperbaiki dirinya agar terlihat menarik didepan teman-temannya. Hal tersebut sesuai dengan konsep perilaku konsumtif yakni orang tersebut membelanjakan uangnya tidak sesuai dengan kebutuhannya, tetapi hanya ingin dilihat menarik oleh teman-temannya saja

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan ini dilakukan setelah melalui proses reduksi dan penyampaian data sebagai jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Peneliti berusaha mencari hubungan pola maupun persamaan yang sering muncul, dan sebagainya yang akan dijadikan penulis sebagai rujukan dalam mengambil kesimpulan. Verifikasi dapat dilakukan melalui keputusan yang didasarkan atas reduksi data serta penyatuan data sebagai jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian.

Uraian diatas dapat disederhanakan dalam bentuk bagan sebagai berikut:





**Gambar 2: Analisis Data (Miles dan Huberman, 1992:20)**

Keempat komponen tersebut saling interaktif yaitu saling mempengaruhi dan terkait. Pertama penulis melakukan penelitian di lapangan dengan mengadakan wawancara atau observasi yang disebut tahap pengumpulan data. Karena data yang dikumpulkan banyak maka diadakan reduksi data. Proses reduksi data apabila sudah dilakukan maka diambil suatu keputusan atau verifikasi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Hasil temuan penelitian tentang perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus menunjukkan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus terdapat indikator-indikator yang melatarbelakangi perilaku konsumtif yang dimiliki oleh pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus. Indikator tersebut yaitu, membeli produk karena adanya potongan harga atau diskon, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena untuk melakukan imitasi terhadap idola, serta munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Komoditas atau barang yang dikonsumsi oleh pramuniaga sesungguhnya bukanlah atas manfaat dari barang tersebut, melainkan citra dan tanda dari komoditas tersebut. Mengonsumsi suatu komoditas tertentu bagi pramuniaga dapat mengangkat citra diri pramuniaga tersebut. Sehingga pramuniaga tersebut tidak ingin jika citra diri dalam dirinya itu turun dengan tidak menggunakan suatu produk yang dianggapnya mampu mengangkat

citra dirinya. Akhirnya pramuniaga tersebut melakukan berbagai cara agar kebutuhan konsumsinya dapat terpenuhi.

2. Strategi yang digunakan dalam menunjang perilaku konsumtif para pramuniaga ini pun bermacam-macam cara. Cara yang ditempuh antara lain, berhemat, dan melakukan pekerjaan sampingan. Strategi yang dilakukan oleh pramuniaga membuat pramuniaga-pramuniaga ini mempunyai penghasilan tambahan. Penghasilan tambahan yang dimiliki oleh pramuniaga ini membuat pramuniaga ini semakin konsumtif. Pramuniaga ini menganggap kebutuhan mereka makin banyak dengan bertambahnya penghasilan, karena mereka tidak ingin jika tertinggal dari teman-temannya. Perilaku pramuniaga yang sering membeli barang mewah menjadikan pramuniaga kecanduan. Menurut pramuniaga dengan mengenakan barang mewah citra diri pramuniaga makin meningkat. Prestise dan gengsi sosial yang dimiliki oleh pramuniaga di hadapan para anggota kelompoknya, membuat pramuniaga-pramuniaga ini ingin terus memperbaiki citra dirinya, hingga membuat pramuniaga ini mempunyai perilaku yang konsumtif.

## **B. Saran**

Untuk pramuniaga agar dapat mengantisipasi perilaku konsumtif sehingga para pramuniaga dalam membeli barang dan menghabiskan uang lebih mempertimbangkan prioritas, faktor kebutuhan dan bukan berdasarkan faktor keinginan dan gengsi semata yang pada akhirnya bisa menyebabkan tidak

terkontrolnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diminimalkan dengan cara mengendalikan diri agar tidak boros serta lebih logis dalam membelanjakan uangnya. Selain itu, pramuniaga juga harus mampu mengatur waktu dengan baik ketika melakukan suatu pekerjaan sampingan. Jika waktu yang digunakan untuk melakukan pekerjaan sampingan bertabrakan dengan waktu yang digunakan untuk melakukan pekerjaan utama, maka hasil kinerja dalam pekerjaan utama pun akan terganggu dan tidak maksimal. Sehingga pramuniaga harus manajemen waktu dengan baik, dan memilih salah satu pekerjaan saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Dewi dan Hartoyo. 2013. Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). Dalam *Sosiologi*, Vol. 15. No. 1. Hal: 72-86.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Cheng, Fan Shean, dkk. 2010. Factors Affecting Consumption Behavior Of Metrosexual Toward Male Grooming Products. Dalam *Journal of International Review of Bussiness Research Papers*, Vol. 6. No. 1. Hal: 574-590.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Enrico, Aldo, dkk. 2014. The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. Dalam *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 4. No. 1. Hal: 1-6.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Martha, Dyah Sarianti dan M.Jacky. 2015. Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus Sales Promotion Girls (SPG). Dalam *Paradigma*, Vol. 3. No. 1. Hal: 1-6.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, Lexy.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Setiadi, Nugroho J. 2005. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

Wahyudi. 2013. Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. Dalam *Sosiologi*, Vol. 1. No. 4. Hal: 26-36.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### INSTRUMEN PENELITIAN

Skripsi adalah karya tulis ilmiah yang disusun sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (Strata 1). Skripsi merupakan bukti kemampuan akademik mahasiswa dalam penelitian yang ada hubungannya dengan masalah yang sesuai dengan bidang studinya. Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah mengenai Perilaku Konsumtif pada Kalangan Pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.

Tujuan yang ingin dicapai penulis melalui penelitian ini adalah:

1. Mengetahui perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus.
2. Mengetahui strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya.

Penulis akan melakukan wawancara dengan beberapa pihak yang terkait dengan perilaku konsumtif dan gaya hidup pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus, guna mencapai tujuan tersebut penulis memohon kerjasamanya untuk memberikan informasi yang valid, dapat dipercaya dan lengkap. Penulis akan menjaga kerahasiaan atas informasi yang telah diberikan. Atas kerjasama dan informasinya, penulis mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Anita Pratiwi



## Lampiran 2

### PEDOMAN OBSERVASI

#### PERILAKU KONSUMTIF PADA KALANGAN PRAMUNIAGA DI MATAHARI *DEPARTMENT STORE* KUDUS

---

- A. Tujuan Observasi** : Mengetahui perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus dan mengetahui strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtif.
- B. Observer** : Mahasiswa jurusan Sosiologi dan Antropologi
- C. Observe** : Pramuniaga yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus.
- D. Pelaksanaan Observasi :**
1. **Hari/Tanggal** : .....
  2. **Jam** : .....
  3. **Nama Observe** : .....
- E. Aspek-aspek yang diobservasi :**
1. Kondisi geografis dan gambaran umum Matahari *Department Store* Kudus.
  2. Gambaran umum pramuniaga yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus.

**Lampiran 3****PEDOMAN WAWANCARA****PERILAKU KONSUMTIF PADA KALANGAN PRAMUNIAGA DI****MATAHARI *DEPARTMENT STORE* KUDUS**

---

Penelitian perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus merupakan salah satu penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, maka untuk memperoleh kelengkapan dan ketelitian dan diperlukan pedoman wawancara. Susunan ini hanya menyangkut pokok-pokok permasalahan yang akan dijawabnya dalam penelitian.

**Lokasi Penelitian**

Tempat dimana berlangsungnya fenomena yang akan diteliti dinamakan lokasi penelitian. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di Matahari *Department Store* Kudus. Pemilihan lokasi ini dikarenakan fokus pramuniaga yang akan diteliti adalah pramuniaga yang ditempatkan di Matahari *Department Store* Kudus.

## PEDOMAN WAWANCARA

### 1. UNTUK INFORMAN UTAMA (PRAMUNIAGA)

#### A. Identitas Informan

Nama : .....

Umur : .....

Pekerjaan/Jabatan : .....

Alamat : .....

#### ➤ PERMASALAHAN

#### B. 1. Bagaimanakah perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di

##### *Matahari Department Store Kudus?*

- 1) Dapatkah anda menceritakan sedikit tentang profesi atau pekerjaan anda?
- 2) Apakah anda termasuk ke dalam tipe orang yang selalu memperhatikan penampilan?
- 3) Apakah pekerjaan yang anda geluti sekarang merupakan suatu pekerjaan yang mengutamakan penampilan?
- 4) Untuk menjaga penampilan tersebut, kemana biasanya anda pergi?  
Apakah ke salon, ke *fitness center* atau ke tempat lain?
- 5) Jenis perawatan apa dan bagaimana yang sering anda gunakan?
- 6) Apakah anda sering pergi ke tempat perawatan wajah atau *skin care*?  
Mengapa?

- 7) Berapakah anggaran anda untuk melakukan perawatan wajah tersebut?
- 8) Rata-rata dalam seminggu berapa lama anda menghabiskan waktu untuk merawat penampilan?
- 9) Menurut anda bagaimana seharusnya seseorang berpenampilan?
- 10) Hal-hal apa yang anda sukai dan tidak sukai dalam berpenampilan?
- 11) Dimanakah biasanya anda berbelanja? Mengapa?
- 12) Apakah anda akan membeli produk baru karena rasa ingin tahu saja?
- 13) Jenis pakaian apa yang anda sukai? Apakah jenis pakaian casual, sporty, atau jenis yang lain? Kenapa?
- 14) Apakah anda menyukai pakaian buatan luar negeri? Mengapa?
- 15) Dalam berbusana merk apa yang sering anda pakai? Kenapa?
- 16) Menurut anda ketika membeli baju baru hanya untuk gengsi semata?
- 17) Apakah anda ketika berpakaian senang berbeda dengan orang lain?
- 18) Apakah anda suka diperhatikan? Mengapa?
- 19) Menurut anda, apakah penampilan setiap pramuniaga berbeda-beda menurut merek yang mereka tawarkan?
- 20) Apakah anda suka membeli sepatu dengan model terbaru untuk menunjang pekerjaan dan kehidupan anda sehari-hari? Mengapa?
- 21) Apakah anda sering membeli tas dengan model terbaru?
- 22) Merek apakah tas yang sering anda beli?
- 23) Apakah anda suka membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang anda miliki masih relatif baru? Mengapa?

- 24) Apakah anda bangga bila menggunakan *handphone* yang sedang terkini? Mengapa?
- 25) Apakah anda senang jika membeli barang-barang yang mahal? Mengapa?
- 26) Apakah anda sering mengikuti penampilan yang dilakukan oleh para artis idola anda?
- 27) Jenis kosmetik apa saja yang anda gunakan? Apakah dengan merek terkenal?
- 28) Aksesoris apakah yang anda kenakan dan yang sering anda beli?
- 29) Rata-rata berapa besar biaya yang anda keluarkan dalam satu bulan untuk merawat penampilan?
- 30) Jenis kendaraan apakah yang anda gunakan untuk pergi ke tempat kerja anda? Mengapa?
- 31) Merk apakah kendaraan anda? Mengapa?
- 32) Kegiatan apa yang sering anda lakukan untuk mengisi waktu luang atau ketika anda sedang jenuh bekerja?
- 33) Apakah anda suka pergi ke tempat hiburan malam?
- 34) Rata-rata dalam satu minggu berapa hari anda meluangkan waktu bersama keluarga atau rekan kerja?
- 35) Apakah anda ketika libur bekerja sering berlibur bersama keluarga atau rekan anda? Kemanakah biasanya anda berlibur? Mengapa?

**2. Bagaimanakah strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari Department Store Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya?**

- 1) Apakah anda menyukai pekerjaan anda?
- 2) Apakah anda sudah merasa nyaman dengan pekerjaan anda?
- 3) Selain pekerjaan sebagai pramuniaga, apakah anda memiliki pekerjaan sampingan?
- 4) Mengapa anda melakukan pekerjaan sampingan tersebut?
- 5) Apakah dari pendapatan pekerjaan anda sebagai pramuniaga sudah mencukupi semua kebutuhan anda?
- 6) Dari mana biaya yang anda keluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup anda? Apakah berasal dari gaji yang anda terima atau berasal dari sumber lain?
- 7) Bagaimanakah cara anda untuk mengatasi semua kebutuhan hidup anda?
- 8) Apakah anda mengelola keuangan anda dengan baik?
- 9) Berapa lama anda bekerja dalam satu hari?
- 10) Dalam bekerja apakah anda termasuk orang yang menyukai *team work* atau anda lebih senang bekerja sendiri?
- 11) Apakah keluarga anda mendukung profesi anda?
- 12) Bagaimana hubungan anda dengan rekan kerja anda?

## PEDOMAN WAWANCARA

### 1. UNTUK INFORMAN PENDUKUNG

#### A. Identitas Informan

Nama : .....

Umur : .....

Pekerjaan/Jabatan : .....

Alamat : .....

#### B. 1. Bagaimanakah perilaku konsumtif pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus?

- 1) Dapatkah anda menceritakan tentang penampilan pramuniaga yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus
- 2) Menurut anda apakah pramuniaga yang bekerja di Matahari *Department Store* Kudus sering menonjolkan penampilan saja?
- 3) Apakah menurut anda penampilan dari para pramuniaga berlebihan?
- 4) Apakah anda mengetahui tentang perilaku konsumtif?
- 5) Menurut anda, apakah para pramuniaga disini mempunyai perilaku konsumtif?
- 6) Menurut anda, apakah para pramuniaga mempunyai gaya hidup boros?
- 7) Menurut anda, apakah penampilan setiap pramuniaga berbeda-beda menurut merek yang ditawarkan mereka?

**2. Bagaimanakah strategi yang dilakukan pada kalangan pramuniaga di Matahari *Department Store* Kudus untuk menunjang perilaku konsumtifnya?**

- 1) Menurut anda, apakah para pramuniaga mampu mencukupi kebutuhan hidupnya dengan gajinya sebagai pramuniaga?
- 2) Menurut anda, apakah para pramuniaga mempunyai pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga?
- 3) Menurut anda, mengapa para pramuniaga melakukan pekerjaan sampingan selain menjadi pramuniaga?
- 4) Menurut anda bagaimana cara pramuniaga dalam mengatasi kebutuhan hidupnya?
- 5) Menurut anda apakah para pramuniaga dapat mengelola keuangannya dengan baik?
- 6) Menurut anda, apakah para pramuniaga menyukai pekerjaannya?



## Lampiran 4

## DAFTAR INFORMAN

Tabel 1: Daftar Nama Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
1.	Ida	22 Th	SMA	Pramuniaga <i>Triset Bag</i>
2.	Ika	19 Th	SMA	Pramuniaga <i>Heath and Heath</i>
3.	Ninik	24 Th	SMA	Pramuniaga <i>Plattini</i>
4.	Andi	21 Th	SMA	Pramuniaga <i>Cardinal Jeans</i>
5.	Zaisna	21 Th	SMA	Pramuniaga <i>Hipofant Kids</i>
6.	Yanto	32 Th	SMA	Pramuniaga <i>Home Pleasure</i>
7.	Dian	25 Th	SMA	Pramuniaga <i>Yongky Kids</i>
8.	Lily	18 Th	SMA	Pramuniaga <i>Lois Girls</i>
9.	Vita	20 Th	SMA	Mahasiswa
10.	Nita	25 Th	SMA	Mantan pramuniaga <i>Matahari Dept. Store</i>
11.	Fatma	24 Th	SMA	Mantan pramuniaga <i>Matahari Dept. Store</i>

12.	Rohmah Sridayanti	22 Th	SMA	Pramuniaga <i>Cardinal Girl</i>
13	Miftahul Ulum	40 Th	SMP	Tukang parkir di Matahari



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL (FIS)**  
Alamat Gedung C7 Lt. 2 Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang.  
Telp. (024) 8508006

Nomor : *1395* UN37.1.3/LT/2015  
Lamp : 1 ex.  
Hal : Ijin Penelitian

13 MAR 2015

Yth. Kepala Personalia  
Matahari Departement Store Kudus

Dengan hormat, dalam rangka pelaksanaan penelitian untuk penyusunan skripsi oleh mahasiswa dibawah ini:

Nama : Anita Pratiwi  
NIM : 3401411106  
Semester : VIII (delapan)  
Prodi/ Jenjang : Pendidikan/Sosiologi dan Antropologi/S1  
Jurusan/Fakultas : Sosiologi dan Antropologi/Ilmu Sosial  
Judul : "Perilaku Konsuntif dan Gaya Hidup Pada Kalangan Pramuniaga di Matahari Departement Store Kudus".  
Alokasi Waktu : Bulan Maret s.d Mei 2015

mohon perkenan Saudara dapat mengijinkan mahasiswa dimaksud untuk melaksanakan penelitian di Instansi / lembaga yang Saudara pimpin

Atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terima kasih.



Dr. Eko Handoyo, M.Si  
NIP.196406081988031001

Tembusan:  
1. Dekan  
2. Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi  
3. Yang bersangkutan  
FIS Universitas Negeri Semarang