

TINJAUAN PERILAKU KONSUMSI DARI PERSPEKTIF NILAI-NILAI BUDAYA LOKAL KABUPATEN BANGKALAN MADURA

Ruski¹, Octaviana Arisinta², Aldila Septiana³

STKIP PGRI Bangkalan Madura

[1ruskistkipbkl@gmail.com](mailto:ruskistkipbkl@gmail.com), [2octavianaarisint4@gmail.com](mailto:octavianaarisint4@gmail.com),

[3aldilaseptiana@yahoo.com](mailto:aldilaseptiana@yahoo.com)

ABSTRAK

Pada dasarnya manusia adalah homo economicus, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. Homo economicus merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada. Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak.

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif studi evaluasi. Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi bagaimana perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Proses evaluasi dimaksudkan untuk menguraikan dan memahami dinamika internal berjalannya suatu program. Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing. Selain itu, bukti lain yaitu perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu “tradisi kultural keagamaan” hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekonstruksi sosial-budaya yang semakin berkembang.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumsi, Nilai-nilai Budaya Lokal, Kabupaten Bangkalan*

1. LATAR BELAKANG

Pada dasarnya manusia adalah *homo economicus*, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. *Homo economicus* merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada (Case & Fair, 2007:29). Namun pada kenyataannya perilaku manusia khususnya perilaku konsumsi lebih mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung terjadi di kalangan siswa yang akan beranjak remaja, sehingga terjadi fenomena perubahan sosial budaya yang semakin beragam, beraneka macam jenis kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, serta semakin berkembangnya pusat pertokoan dan perbelanjaan.

Seiring dengan berkembangnya tempat pembelanjaan di setiap kabupaten yaitu berupa *mall* sehingga menyebabkan bertambahnya nilai konsumtif bagi masyarakat khususnya adalah di kalangan remaja yaitu terjadi di kalangan siswa SMA di mana siswa SMA masih memperoleh pendapatan yang berasal dari orang tuanya (Lestari, 2010). Siswa SMA merupakan salah satu kelompok konsumen remaja yang cenderung tidak adanya pembentukan skala prioritas dalam perilaku konsumsinya, seperti pola konsumsi tidak terprogram, pertimbangan kebutuhan lainnya, ajakan teman, mengikuti kebiasaan di dalam keluarganya, aktualisasi diri pada orang lain. Di kalangan remaja yang berasal dari status sosial ekonomi keluarga yang cukup berada terutama di kota-kota besar, *mall* merupakan rumah kedua (Jumiati, 2010). Selain remaja perilaku konsumtif juga terjadi pada masyarakat dari berbagai kalangan. Misalnya saja dari kalangan tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja ataupun tidak. Mereka menunjukkan bahwa mereka mampu mengikuti mode dan tren yang berkembang dalam masyarakat.

Berdasarkan dengan perilaku konsumtif perlu dianalisis melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen. Pada dasarnya perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: 1) pengaruh lingkungan, 2) perbedaan dan pengaruh individual, dan 3) proses psikologis. Dalam pengambilan keputusan, konsumen juga dipengaruhi oleh: 1) budaya, 2) kelas sosial, 3) pengaruh pribadi,

4) keluarga, dan 5) situasi; keadaan yang mampu merubah tingkah laku seorang konsumen (Engel, 1995).

Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Pola sikap, perilaku, dan nilai-nilai budaya lokal yang ditanamkan orang tua pada anak merupakan landasan bagi perkembangan tingkah laku anak selanjutnya (Wahyono, 2001). Maka dari itu tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal di Kabupaten Bangkalan Madura.

2.1.TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1. Perilaku Konsumsi

Konsumsi adalah suatu tindakan manusia dalam mengurangi atau menghabiskan kegunaan suatu barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan. Soeharno (2009:6), konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan, menurut Miller & Stafford (2010:25) “konsumen merupakan setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk”.

Perilaku konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan guna mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang. Menurut Engel, dkk (1995:3), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan barang/jasa proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.

2.1.2.Nilai-nilai Budaya Lokal

Kebudayaan merupakan sebuah kategori sosial, hal ini karena kebudayaan dipahami sebagai keseluruhan cara hidup yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat. Dapat diketahui bahwa hal ini merupakan pengertian kebudayaan yang bersifat pluralis dan berpotensi demokratis yang telah menjelma menjadi titik perhatian dalam sosiologi dan antropologi, dan perkembangan belakangan ini dalam pengertian yang lebih lokal dalam ranah kajian budaya (Jenks, 2013:11).

Budaya lahir dan dikembangkan oleh manusia, melalui akal dan pikiran, kebiasaan, serta tradisi. Menurut Hawkins, *et al* (2007:43), budaya diartikan

sebagai kompleksitas yang menyeluruh mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, dan kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Solomon (2004:526), “*culture is the accumulation of shared meanings, rituals, norms, and traditions among the members of an organization or society*. Menurut Engel, dkk (1995:69), budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Peter & Olson (1996:30), “budaya sebagai makna yang dimiliki bersama oleh masyarakat dalam suatu kelompok sosial”.

Menurut Sumarwan (2014:227-228), nilai-nilai bisa dianggap makna budaya (*cultural meaning*) jika dalam sebuah masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut. Contoh, menghormati orang yang lebih tua usianya merupakan nilai yang dianggap penting bagi masyarakat Jawa. Semua orang Jawa memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai penghormatan tersebut, maka menghormati orang tua bisa dianggap sebagai memiliki makna budaya. Engel, dkk (1995) menyebutkan 10 sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh budaya seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1 Sikap dan Perilaku yang Dipengaruhi oleh Budaya

No.	Sikap dan Perilaku
1	Rasa diri dan ruang (<i>sense of self and space</i>)
2	Komunikasi dan bahasa
3	Pakaian dan penampilan
4	Makanan dan kebiasaan makan
5	Waktu dan kesadaran akan waktu
6	Hubungan (keluarga, organisasi, pemerintah, dan sebagainya)
7	Nilai dan norma
8	Kepercayaan dan sikap
9	Proses mental dan pembelajaran
10	Kebiasaan kerja dan praktik

(Sumber: Engel, Blackwell, dan Minard, 1995:70)

2.2.PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penulisan penelitian ini tentu penulis membutuhkan referensi yang pernah meneliti tentang Jembatan Suramadu ataupun penelitian yang sejenis. Maka dari itu penulis mengambil referensi pada penelitian yang berjudul dampak pembangunan Jembatan Suramadu terhadap perekonomian Pulau Madura (studi kasus Kabupaten Bangkalan) di tulis oleh Mohammad Efendi Mahasiswa Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2013.

3.METODE PENELITIAN

3.1.Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif studi evaluasi. Menurut Emzir (2016:37-63) dalam metode analisis data kualitatif menjelaskan bahwa “menggunakan tiga cara pengumpulan data: 1) observasi langsung; 2) wawancara mendalam, wawancara dengan format pertanyaan terbuka; 3) dokumen lokasi termasuk sumber-sumber tertulis dari hasil wawancara terbuka pada kuesioner, buku harian seseorang, dan catatan program. Data evaluasi kualitatif awalnya belum terolah, informasi deskriptif tentang program dan orang dalam suatu program. Evaluator mendatangi program untuk melakukan observasi secara langsung tentang aktivitas program, terkadang melibatkan secara personal dalam kegiatan yang ada sebagai “pengamat yang berperan serta”.

Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi bagaimana perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Proses evaluasi dimaksudkan untuk menguraikan dan memahami dinamika internal berjalannya suatu program. Proses evaluasi kebanyakan memerlukan deskripsi rinci tentang berjalannya suatu program. “Proses” sebagai fokus dalam evaluasi berimplikasi pada penekanan dalam melihat bagaimana hasil atau keluaran itu dihasilkan dari pada hanya melihat hasilnya. Proses evaluasi itu berkembang, deskriptif, berkesinambungan, luwes dan induktif (Emzir, 2016).

3.2.Deskripsi populasi (Lokasi penelitian)

Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Pembatasan ruang lingkup ini dilakukan agar hasil pembahasan dapat mencapai sasaran dan lebih berfokus pada bagaimana nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura dalam

kaitannya dengan perilaku konsumsi khususnya di kalangan masyarakat yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu antara lain:

3.3.1. Survei pendahuluan

Penelitian melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini serta untuk mengetahui apakah data dan informasi tersebut mudah diperoleh.

3.3.2. Studi lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan penelitian langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

3.3.3. Dokumentasi

Yaitu salah satu cara mendapatkan data yang diinginkan dengan cara melihat data tertulis yang dapat memberi keterangan lebih jauh, dan biasanya data tersebut tersimpan dalam objek dan sudah terdokumentasi.

3.4. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, tahap-tahap yang dilakukan yaitu antara lain:

3.4.1. Mengumpulkan semua data yang dibutuhkan untuk penilaian tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

3.4.2. Melakukan observasi dengan terjun langsung pada lapangan untuk wawancara dengan berbagai kalangan, antara lain yaitu: tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk mengetahui sejauh mana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

3.4.3. Menganalisa pelaksanaan tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

3.4.4. Kesimpulan yaitu mengevaluasi pelaksanaan tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan mengenai tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal, maka peneliti melihat bahwa kebudayaan lokal yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura masih sangatlah kental akan nilai-nilai budaya lokal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pertama, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Abdul Fatah (Ketua RT 1, Kelurahan Mlajah, Kota Bangkalan) sebagai informan 1 dalam pandangannya tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal yaitu bahwasanya masyarakat Bangkalan tidak lepas dari perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dikarenakan oleh faktor lingkungan, faktor lingkungan tidak hanya bersifat negatif tetapi juga memiliki sisi positif yang mana dalam gaya berpakaian para pegawai serta anak sekolah memakai baju atau seragam batik, yang mana batik merupakan kesenian atau kebudayaan Kabupaten Bangkalan Madura yang mana terkenal dengan batik tulisnya dari daerah Tanjung Bumi. Temuan ini selaras dengan beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Sumarwan (2014:227) yang menyatakan bahwa rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian merupakan contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya dalam sebuah masyarakat. Budaya akan memberikan petunjuk kepada seseorang tentang perilaku yang bisa diterima oleh suatu masyarakat. Makna budaya biasanya diciptakan oleh seseorang dalam sebuah kelompok kecil.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ke dua, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Suhardi, ST (Kepala Desa Arosbaya, Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan) sebagai informan 2, kutipan hasil wawancara dengan informan ke-dua tidak jauh berbeda jawabannya dengan informan pertama, keduanya sama-sama memiliki pandangan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal bahwasanya perilaku konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Hal ini sejalan dengan beberapa referensi sebagai tolak dasar dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketiga, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Dr. Abdur Rohman, S.Ag., M.EI (Wakil Dekan III Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura) sebagai informan 3 dalam

pandangannya tentang perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu bahwasanya perilaku konsumsi di sini cenderung berada di luar batasan Islam. Misalnya contoh dalam acara peringatan 1000 hari anggota keluarga yang telah meninggal dunia harus “menyembelih sapi atau kambing”, hal ini menyebabkan *israf* atau berlebih-lebihan cenderung tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, hal ini terkadang sering dilakukan oleh masyarakat (berdasarkan filosofi yang berkembang)”. Temuan ini selaras dengan beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu budaya merupakan salah satu unsur lingkungan sosial, di mana unsur-unsur dari budaya itu sendiri (Sumarwan, 2014:228-236), diantaranya adalah terdapat sebuah kebiasaan (*customs*). Kebiasaan merupakan bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya yang diturunkan secara turun-temurun dari generasi ke generasi, misalnya upacara perkawinan, pemakaman, pelantikan pejabat, ulang tahun, dan keagamaan. Kebiasaan di Jawa Timur yaitu perayaan keagamaan Muludan, acara seperti ini akan meningkatkan pembelian bahan makanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan keempat, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Holis, S.HI. M.HI (Anggota Komisi Dakwah dan Hubungan Internasional MUI Jawa Timur) sebagai informan 4 berkenaan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura masih memegang teguh nilai-nilai nilai-nilai ukhuwah islamiyah yang diajarkan dalam Islam. Selain itu, terdapat bahwasanya dalam sebuah kaidah yang berbunyi bahwa tradisi atau budaya lokal dapat dijadikan sebagai dasar hukum. Hal ini selaras dengan referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa budaya mencakup baik dari elemen abstrak maupun material (Wardana, 2011:43). Elemen abstrak meliputi nilai, sikap, gagasan, tipe kepribadian, dan gagasan ringkasan (seperti agama). Sedangkan, elemen material meliputi budaya yang terkadang dideskripsikan sebagai artefak budaya atau manifestasi material dari budaya, sehingga mampu membatasi pemakaian budaya untuk konsep-konsep abstrak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kelima, maka dapat disimpulkan bahwa Ibu Dinara Maya Djulijanti, S.Sos., M.Si merupakan salah satu tokoh budayawan dengan bidang penelitian komunikasi sosial Madura

(Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura) sebagai informan 5 berkenaan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi dan kecepatan sarana transportasi yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura. Harapan yang diimpikan adalah tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat. Nantinya akan tetap memunculkan identitas masyarakat tersebut yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan masyarakat lainnya. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Suprpti (2010:210) yaitu budaya merupakan seperangkat nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang diperoleh atau dipelajari, yang diterima oleh masyarakat tertentu secara turun-temurun sebagai suatu kesatuan yang membantu mengarahkan perilaku para anggotanya. Nilai, keyakinan, maupun kebiasaan tersebut disampaikan kepada anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Budaya merupakan sesuatu yang kompleks merefleksikan setiap makna dan tradisi yang terdapat dalam suatu masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan keenam, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Mohammad Hipni, S.HI. M.HI (Budayawan di bidang Sosiologi Madura, sekaligus merupakan salah satu Pengasuh Pondok Pesantren Hidayatul Muttaqin) memiliki sifat "*prempen*". Artinya menyimpan sebagian uang, bukan dalam makna pelit atau irit. Tetapi menyisihkan sebagian uang yang diperoleh, tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok (makanan dan minuman). Sebagian uang tersebut dapat dibelanjakan untuk simpanan di masa depan (misalnya, rumah dan kendaraan). Dengan tetap memegang teguh nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu nilai keislaman. Hal ini juga didukung dengan pendapat Wiyata (2013) yang menjelaskan bahwa mengenal Madura artinya mengenal nilai keislaman. Lebih jauh lagi jika ingin mengenal Madura adalah dengan melihat etos kerja orang Madura. Tak dapat dipungkiri lagi bahwa orang Madura dikenal memiliki etos kerja yang sangat tinggi karena secara naluriah bagi mereka bekerja merupakan bagian daripada ibadahnya sesuai dengan ajaran agama Islam yang dianutnya (Wiyata, 2013:11). Oleh karena itu,

tidak ada pekerjaan yang bakal dianggapnya hina selama kegiatannya tidak tergolong maksiat sehingga hasilnya akan halal dan diridhoi Allah SWT.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketujuh, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi timbul karena faktor lingkungan, rasa harga diri yang tinggi, dan emosi yang mendorong seseorang harus membeli sesuatu guna untuk mendapatkan pujian. Hal ini sebenarnya yang terjadi di dalam masyarakat, selain itu juga dapat didukung dari beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kedelapan, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi terbentuk karena adanya kebutuhan, rasa ingin memiliki, dan rasa gengsi yang tinggi. Dengan perilaku tersebut akan mengikis sedikit demi sedikit nilai-nilai budaya lokal dan berpeluang terjerumus ke dalam lingkungan yang kurang baik dan pergaulan yang salah. Tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini juga sering terjadi di dalam masyarakat, selain itu juga dapat didukung dari beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kesembilan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai budaya lokal yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura sangatlah kental dan memiliki ciri khas tersendiri. Sedangkan perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura, akan selalu melakukan konsumsi karena konsumsi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena kebutuhan tersebut adalah kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi. Hal ini sesuai dengan beberapa kutipan yang diambil dari bab kajian pustaka yang menjelaskan bahwa tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/jasa, dan memperoleh kepuasan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kesepuluh, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku dan budaya sangat berhubungan erat. Di mana terdapat sebuah kebudayaan, di situ juga menunjukkan sikap perilaku yang timbul. Hal ini dijelaskan bahwa budaya konsumsi menggambarkan masyarakat sangat suka sekali berbelanja barang mewah, agar terkesan hebat di hadapan masyarakat atau lingkungan sekitar. Temuan ini memang berkembang di dalam kehidupan bermasyarakat, selain itu juga dapat didukung dari beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008.

4.2.PEMBAHASAN

Berdasarkan kutipan hasil wawancara yang telah dilakukan tim peneliti terhadap informan yang telah terpilih, yaitu antara lain: tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk mengetahui sejauh mana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Hal ini dilakukan agar mampu mengungkapkan keadaan yang sebenarnya tentang bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura? Sehingga dasar-dasar tersebut terpilihlah sebanyak sepuluh orang informan se-Kabupaten Bangkalan Madura. Secara berurutan akan dibahas dari hasil kutipan wawancara yang telah disajikan di atas pada bagian hasil penelitian.

Dalam pandangan tokoh masyarakat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura tidak lepas dari perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dikarenakan faktor lingkungan, faktor lingkungan tidak hanya bersifat negatif tetapi juga memiliki sisi positif. Selaras dengan beberapa referensi sebagai tolak dasar dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Lingkungan merupakan tempat tinggal seorang individu dengan masyarakatnya. Dalam masyarakat terdapat kebudayaan yang merupakan suatu hal yang kompleks

meliputi, ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, norma-norma yang berlaku pada masyarakat (Mangkunegara, 2009:39).

Selanjutnya, dalam pandangan tokoh agama bahwasanya tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura di sini cenderung berada di luar batasan Islam. Misalnya contoh dalam acara peringatan 1000 hari anggota keluarga yang telah meninggal dunia harus “menyembelih sapi atau kambing”, hal ini menyebabkan *israf* atau berlebih-lebihan cenderung tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, hal ini terkadang sering dilakukan oleh masyarakat (berdasarkan filosofi yang berkembang). Temuan ini selaras dengan beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu budaya merupakan salah satu unsur lingkungan sosial, di mana unsur-unsur dari budaya itu sendiri (Sumarwan, 2014:228-236), diantaranya adalah terdapat sebuah kebiasaan (*customs*).

Pola hidup tersebut sebenarnya memang sengaja ditumbuhkan oleh “suatu kekuatan maha dahsyat” dalam sistem ekonomi yang sangat kapitalistik. Para produsen dari semua produk, khususnya barang-barang untuk kebutuhan sekunder, tersier, dan seterusnya secara sengaja dan terus-menerus diproduksi secara massal dan dalam skala masif. Tidak berhenti sampai di situ, para produsen juga terus memproduksi dan mereproduksi citra (*image*) dari jenis barang-barang tertentu agar menjadi simbol-simbol yang bermakna keberhasilan hidup seseorang. Pada situasi dan kondisi semacam ini mudah dipahami jika pola hidup konsumtif para pemudik kian dipicu dan semakin menggebu-gebu. Para pemudik yang sudah terlanjur terjebak pada konstruksi sosial-budaya tentang makna lebaran (sebagai arena sosial melakukan *show-off* tentang keberhasilan) menjadi kian bernafsu untuk memiliki dan menguasai simbol-simbol tersebut. Mereka berlomba ingin tampil lebih *glamour* dari orang lain, bahkan tidak jarang bukan sekedar berbeda tapi sedapat mungkin harus mengunggulinya.

5. KESIMPULAN

5.1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari observasi dan wawancara terhadap sepuluh orang informan dapat disimpulkan bahwa tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten

Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing.

5.2.Di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan memiliki kebudayaan lokal yang sangatlah unik estetis dan agamis dapat dibuktikan dengan banyaknya masjid-masjid megah berdiri di Bangkalan, tidak hanya itu masih banyak kebudayaan yang lain seperti karapan sapi, batik tulis asli, topeng Madura biasanya digunakan untuk pentas seni yang menjelaskan suatu cerita. Selain itu, bukti lain yaitu perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu “tradisi kultural keagamaan” hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekonstruksi sosial-budaya yang semakin berkembang.

6.SARAN

Berdasarkan uraian kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, maka dalam penelitian dapat dituliskan beberapa saran, yaitu antara lain:

6.1.Sebagai individu dalam masyarakat, harus mampu bertindak cerdas dalam melakukan pembelian untuk berperilaku konsumsi harus pandai memilih produk benar dibutuhkan dan belum dimiliki.

6.2.Sebagai orang tua yang berada dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, harus mampu membimbing putra-putri untuk lebih rasional dalam berperilaku konsumsi dan tetap pada koridor nilai-nilai agama dan budaya lokal yang ada.

6.3.Sebagai orang tua yang berada dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, harus mampu memilah antara perilaku konsumsi yang rasional dan konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S. 2003. *Business Research Methods* (Eight Edition). New York: Mc Graw-Hill/Irwin.
- Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.
- , R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.
- Hawkins, D.I, Mothersbaugh, D.L, and Best R.J. 2007. *Consumer Behavior: Mulding Marketing Strategy*, 10ed, USA: Mc Graw Hill.
- Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Jumiati. 2010. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Internalitas Kegiatan Promosi, dan Pengalaman Belajar Bidang Studi Ekonomi terhadap Rasionalitas dalam Berkonsumsi Peserta Didik SMA Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- . & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Lestari, P.P. 2010. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Malhotra, N.K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Bandung: PT Refika Aditama.
- Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.
- Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga.

- Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.
- , R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara
- Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Jumiati. 2010. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Internalitas Kegiatan Promosi, dan Pengalaman Belajar Bidang Studi Ekonomi terhadap Rasionalitas dalam Berkonsumsi Peserta Didik SMA Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- . & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Lestari, P.P. 2010. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga
- Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Purwati, A. 2010. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Persepsi Siswa atas Lingkungannya terhadap Perilaku Konsumsi yang Diintermediasi oleh Prestasi Belajar Ekonomi Siswa SMA se Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Rohman, Abdur. 2016. *Teori Kebocoran (Jilid 1)*. Surabaya: Pustaka Radja.
- Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Jakarta: PT Indeks.
- . & L. L. Kanuk. 2010. *Consumer Behavior* (Tenth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Septiana, Aldila, 2013. *Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.

- Setiadi, N.J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Soeharno. 2009. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Solomon, M.R. 2004. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Amus.
- Suprpti, Ni W.S. 2009. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar-Bali: Udayana University Press.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. (Online). (www.asmakmalaikat.com, diakses 19 Maret 2016).
- Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.
- Wardana, L.W. 2011. *Perilaku Konsumen* (Chamdan Purnama, Ed.). Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo Press.
- Wiyata, A. Latief. 2013. *Mencari Madura*. Jakarta: Bidik-Phronesis Publishing.
- .