

BAB I

PENDAHULUAN

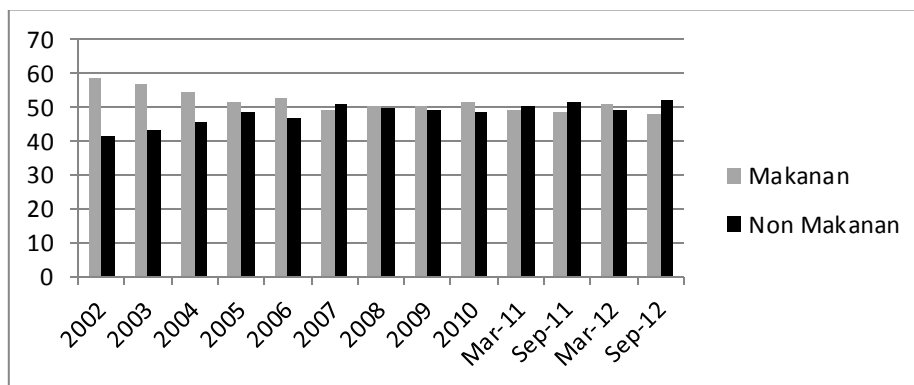
1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan kegiatan individu dalam menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa. Konsumsi adalah suatu kegiatan yang sudah pasti dilakukan oleh semua manusia yang hidup. Seseorang dalam kegiatan konsumsinya pasti melakukan penganggaran dari pendapatannya terlebih dahulu. Perilaku dalam mengalokasi pendapatan yang dilakukan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dan keinginan untuk berkonsumsi sering disebut sebagai perilaku konsumsi. Manusia melakukan konsumsi karena manusia memiliki kebutuhan dalam hidupnya. Selain kebutuhan manusia juga memiliki keinginan untuk menggunakan dan memanfaatkan suatu barang. Keinginan dan kebutuhan merupakan hal yang berbeda, namun banyak sekali orang yang menganggap bahwa hal tersebut memiliki makna yang sama. Keinginan merupakan hasrat seseorang yang jika tidak dipenuhi tidak akan mempengaruhi kehidupan. Sedangkan kebutuhan dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup (Mangkunegara, 2005:5).

Bentuk dari kebutuhan konsumsi di masyarakat tidak hanya berbentuk makanan tetapi juga non makanan seperti untuk rekreasi dan berbelanja (kendaraan, pakaian, sepatu, tas, perhiasan, dan lain-lain). Kebutuhan masyarakat akan konsumsi memperlihatkan perkembangan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat. Pengeluaran konsumsi terbagi menjadi tiga bagian yaitu pengeluaran konsumsi rumah tangga, pengeluaran konsumsi lembaga non profit, dan pengeluaran konsumsi pemerintah.

Jumlah penduduk dapat mempengaruhi jumlah konsumsi dalam suatu wilayah, contohnya Indonesia. Indonesia adalah yang memiliki jumlah penduduk mencapai kurang lebih 250 juta jiwa, maka sudah tentu memiliki jumlah konsumsi

yang besar pula, baik kebutuhan konsumsi makanan maupun konsumsi non makanan. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS : 2013) dapat diketahui bahwa pengeluaran konsumsi Indonesia yang terbesar adalah pada pengeluaran rumah tangga, dimana konsumsi rumah tangga Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat digambarkan dalam grafik berikut ini :



Gambar1.1

Pengeluaran Konsumsi untuk Makanan dan Non Makanan di Indonesia (%)

Sumber : Produk Domestik Bruto Indonesia (BPS:2013)

Dari data di atas terlihat jelas bahwa pengeluaran konsumsi makanan dari tahun 2002-2006 lebih besar dari pada pengeluaran konsumsi non makanan, sedangkan pada tahun-tahun berikutnya pengeluaran konsumsi antara makanan dan non makanan cenderung berfluktuasi. Namun, di bulan September tahun 2012 pengeluaran non makanan lebih tinggi dibandingkan dengan pengeluaran konsumsi makanan. Ini dikarenakan penduduk Indonesia sudah mulai merubah perilaku konsumsinya, tidak hanya memikirkan konsumsi makanan saja tetapi juga menganggarkan dananya untuk kegiatan lain seperti rekreasi dan berbelanja (kendaraan, pakaian, sepatu, tas, perhiasan, dan lain-lain).

Sejalan dengan penjelasan tersebut, Kota Bandung sebagai salah satu kota besar yang ada di Indonesia pun memiliki tingkat konsumsi yang cukup tinggi. Berdasarkan data BPS dari ketiga pengeluaran konsumsi tersebut porsi yang paling

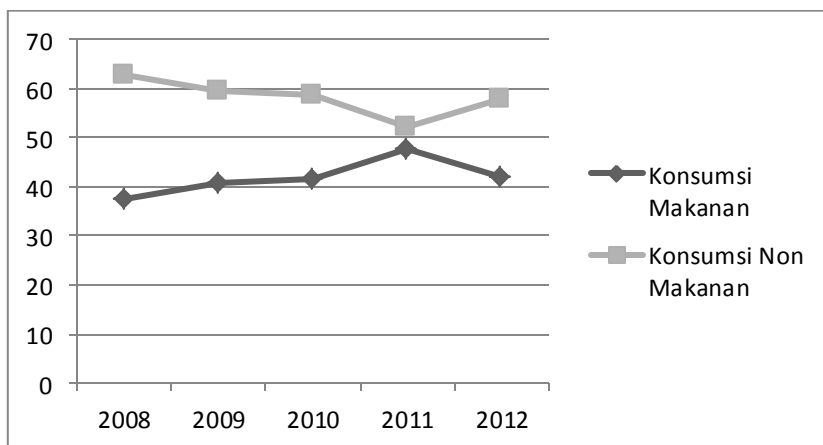
besar di Kota Bandung adalah tingkat pengeluaran konsumsi rumah tangga, baik dalam pengeluaran konsumsi makanan maupun non makanan. Hal tersebut digambarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Konsumsi Rumah Tangga di Kota Bandung
Tahun 2008-2012 (%)

Tahun	Konsumsi Makanan	Konsumsi Non Makanan
2008	37,4	62,6
2009	40,62	59,38
2010	41,44	58,56
2011	47,77	52,23
2012	42,13	57,87

Sumber : Statistik Daerah Kota Bandung (BPS:2013)

Data-data yang ada di dalam tabel tersebut diubah ke dalam bentuk grafik agar mudah untuk melihat kenaikan maupun penurunan konsumsi masyarakat.



Gambar 1.2
Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga di Kota Bandung
Tahun 2008-2012 (%)

Sumber : Statistik Daerah Kota Bandung (BPS:2013)

Data dan grafik tersebut memperlihatkan bahwa tingkat konsumsi di Kota Bandung dari tahun 2008 hingga tahun 2011 mengalami penurunan untuk konsumsi non makanan dan mengalami peningkatan untuk konsumsi makanan. Namun pada tahun 2012 konsumsi makanan Kota Bandung menurun dan konsumsi non makanan meningkat masing-masing sebesar 5,64 persen. Pengeluaran konsumsi Kota Bandung bila dilihat dari kelompok pengeluarannya dari tahun 2008 sampai 2012, pengeluaran untuk konsumsi non makanan lebih besar dari pada pengeluaran konsumsi makanan. Itu berarti masyarakat Kota Bandung sudah merubah perilaku konsumsinya. Masyarakat tidak hanya menganggarkan pendapatannya untuk melakukan kegiatan konsumsi makanan tetapi juga untuk rekreasi dan berbelanja (kendaraan, pakaian, sepatu, tas, perhiasan, dan lain-lain).

Sebenarnya kegiatan konsumsi makanan dan non makanan yang tinggi dapat menggambarkan kesejahteraan yang baik pula, namun apabila konsumsi yang tinggi ini dibiayai dari kredit dan dilakukan secara tidak terkendali maka masyarakat Kota Bandung dapat dikatakan sebagai masyarakat yang konsumtif dan mendekati perilaku hedonisme. Menurut Barry (Aisyah, 2011:23) konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya meningkatkan status seseorang, karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan memfokuskan pada salah satu kelurahan yang ada di Kota Bandung, yaitu Kelurahan Sekejati yang terletak pada Kecamatan Buah Batu. Kecamatan Buah Batu ini memiliki empat kelurahan, salah satunya adalah Kelurahan Sekejati. Kelurahan Sekejati memiliki 14 RW dan 93 RT dengan jumlah penduduk sebanyak 24.854 jiwa dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 6.504.

Untuk itu penulis melakukan pra penelitian untuk mengetahui pendapatan masyarakat dan kegiatan konsumsi masyarakat di Kelurahan Sekejati. Hasil sampel pra penelitian penulis kepada 10 orang responden menyatakan bahwa :

Tabel 1.2
Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Sekejati

Pendapatan (Rp/bulan)	Frekuensi	%
< 2.000.000	-	-
2.000.000 - 3.000.000	1 orang	10
3.001.000 - 4.000.000	2 orang	20
4.001.000 – 5.000.000	-	-
5.001.000 – 6.000.000	1 orang	10
> 6.000.000	6 orang	60
Total	10 orang	100

Sumber : Pra Penelitian (data diolah)

Tabel 1.3
Perilaku Konsumsi Masyarakat di Kelurahan Sekejati

Perilaku Konsumsi	Frekuensi per bulan		
	≥ 3 kali	1-2 kali	Tidak Pernah
Menabung	50%	50 %	-
Rekreasi	40 %	60 %	-
Makan di restaurant	80 %	20 %	-
Berbelanja ke pasar swalayan	70 %	30 %	-
Membeli barang-barang bermerek	40 %	60 %	-
Berbelanja kebutuhan hobby	40 %	60 %	-
Berbelanja karena diskon	40 %	50 %	10%
Menggunakan kartu debit/kredit	60 %	30 %	10 %
Melakukan pembayaran cicilan atas pembelian suatu barang	20 %	80 %	-

Sumber : Pra Penelitian (data diolah)

Dari Tabel 1.2, menjelaskan bahwa dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan enam dari 10 responden memiliki pendapatan diatas Rp. 6.000.000. Terlihat jelas bahwa pendapatan dari para responden cukup tinggi.

Selain pendapatan, kita juga dapat melihat perilaku konsumsi dari faktor lainnya, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor budaya. Diantara faktor tersebut yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Sekejati adalah faktor pribadi dan faktor sosial. Faktor pribadi dapat dilihat dari perilaku seseorang dalam membelanjakan pendapatannya untuk kebutuhan konsumsi.

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa dari 10 orang responden, mereka semua sadar akan pentingnya menabung. Hal tersebut terbukti bahwa terdapat lima orang responden yang menabung sebanyak satu sampai dua kali dalam sebulan, dan lima orang responden yang menabung lebih dari tiga kali dalam sebulan. Masyarakat di Kelurahan Sekejati juga senang sekali mengalokasikan pendapatannya untuk melakukan kegiatan rekreasi, hal ini terlihat dari enam orang responden setidaknya melakukan rekreasi sebanyak satu sampai dua kali setiap bulannya, dan delapan orang responden menyempatkan untuk makan di *restaurant* lebih dari tiga kali dalam sebulannya.

Kelurahan Sekejati sudah memiliki sarana prasarana yang baik, kelurahan ini memiliki pasar tradisional dan juga swalayan. Dari sepuluh orang responden, sebanyak tujuh orang responden memilih untuk berbelanja di pasar swalayan setiap bulannya dengan harga yang lebih mahal dari pada pasar tradisional. Tabel tersebut juga menjelaskan bahwa sekitar enam orang responden membeli barang-barang bermerek sekali sampai dua kali dalam sebulan. Seperti yang kita ketahui bahwa harga barang-barang yang memiliki merek terkenal sudah pasti memiliki harga yang cukup tinggi pula, hal tersebut akan berdampak pada besarnya pengeluaran konsumsi masyarakat.

Dalam tahap wawancara terhadap sepuluh responden, enam responden mengatakan mereka sering membuat skala prioritas, namun terkadang hal itu sering terlupakan karena banyaknya keinginan. Penggunaan kartu kredit dan debit juga mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati, enam dari sepuluh responden mengatakan kartu kredit sering menjadi alat pembayaran dalam kegiatan konsumsinya. Ketika responden ditanya tentang pengeluaran yang melebihi

pendapatan, terdapat delapan orang yang menyatakan hal tersebut memang sering terjadi. Ada empat orang yang mengatakan mereka gemar mengganti mobil rata-rata lima tahun sekali dengan cicilan per bulan yang cukup tinggi dan sisanya gemar membeli *gadget* dan *furniture*, sehingga terkadang pengeluaran mereka lebih besar dibanding pendapatannya dan mendorong mereka untuk melakukan kredit. Dari sepuluh responden terdapat lima orang yang memiliki mobil lebih dari satu, dan tidak semua mobil digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Perilaku konsumsi masyarakat seperti itu dapat terjadi mengingat pendapatan yang dimiliki masyarakat tinggi, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan konsumsi yang lebih. Selain itu konsumsi makanan masyarakat juga dipengaruhi dengan banyaknya *cafe*, rumah makan, maupun *restaurant* yang mudah ditemui sehingga memudahkan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan. Tempat rekreasi di Kota Bandung pun sudah banyak dijumpai. Tingkat konsumsi non makanan seperti membeli kendaraan yang dilakukan masyarakat juga dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya adalah kemudahan bagi masyarakat untuk mengambil kredit kendaraan bermotor sehingga kebutuhan konsumsi akan barang saat ini dapat terpenuhi oleh pembiayaan kredit. Dengan penggunaan pinjaman atau kredit dan juga kelebihan pilihan tempat atau barang konsumsi di pasaran menjadikan masyarakat ini menjadi tidak rasional dan cenderung bersifat konsumtif.

Bila hal ini dibiarkan maka mereka bisa menggunakan pendapatan seumur hidupnya dengan cara yang tidak bijaksana. Mereka tidak melakukan kegiatan konsumsinya secara rasional melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan gengsi pada masa sekarang, sehingga konsumsi mereka lebih tinggi dari pendapatannya. Kondisi itu akan mendorong para konsumen untuk melakukan kredit. Bila konsumen menggunakan kredit dengan intensitas yang sering dan tidak terkendali, maka pendapatan dimasa depan akan terkuras dan menyebabkan pengurangan konsumsi dimasa depan. Dan sebenarnya kegiatan ini menunjukkan pemborosan.

Teori yang digunakan untuk menyelesaikan masalah perilaku konsumsi di masyarakat ini adalah teori pendapatan relative tentang konsumsi dari James S.

Duesenberry. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Sekejati. Adapun judul penelitiannya yaitu **“Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Konsumsi Masyarakat di Kelurahan Sekejati Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat terlihat bahwa permasalahan yang terjadi adalah pendapatan yang dimiliki masyarakat digunakan untuk kegiatan konsumsi dengan alasan yang tidak rasional. Oleh karena itu masyarakat memiliki sifat konsumtif. Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian dengan menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana gambaran perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Sekejati ?
- 2) Bagaimana gambaran tingkat pendapatan yang diperoleh masyarakat Kelurahan Sekejati?
- 3) Bagaimana gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati dilihat dari alokasi, frekuensi, dan lokasi konsumsi?
- 4) Bagaimana gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati dilihat dari efek saling ketergantungan (*demonstration effect*) ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

- 1) Gambaran perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Sekejati.
- 2) Gambaran tingkat pendapatan yang diperoleh masyarakat Kelurahan Sekejati.
- 3) Gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati dilihat dari alokasi, frekuensi, dan lokasi konsumsi
- 4) Gambaran perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Sekejati dilihat dari efek saling ketergantungan (*demonstration effect*).

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi makro, khususnya terkait dengan perilaku konsumsi.
- 2) Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor konsumsi pada masyarakat Kelurahan Sekejati. Selain itu, juga dapat memberikan masukan bagaimana seharusnya masyarakat mengalokasikan anggarannya dengan lebih bijak dalam menghadapi perubahan, sehingga perilaku konsumsinya pun tetap proporsional, rasional dan tidak menyimpang.

