

SKRIPSI

**ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN
SOSIAL DESA MAKKAWARU KECAMATAN
MATTIRO BULU KAB. PINRANG**



**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026 M / 1448 H

**ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN
SOSIAL DESA MAKKAWARU KECAMATAN
MATTIRO BULU KAB. PINRANG**



OLEH

**NIRWANDASARI
NIM.2220203869201010**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada
Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026 M / 1448 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Implikasi Budaya Konsumtif
pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru
Kecamatan Mattiro Bulu Kab. Pinrang

Nama Mahasiswa : Nirwandasari

NIM : 2220203869201010

Program Studi : Sosiologi Agama

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-1236/In.39/FUAD.00 .3/PP.00. 9/05/2025

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si. (.....)

NIP : 1969 0220 2006 041001

Mengetahui:



Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. Muhiddin, Lc., M.Fil.
NIP. 197607132009121002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Implikasi Budaya Konsumtif
pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru
Kecamatan Mattiro Bulu Kab. Pinrang

Nama Mahasiswa : Nirwandasari

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203869201010

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Sosiologi Agama

Dasar Penetapan Penguji : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-1236/In.39/FUAD.00 .3/PP.00. 9/05/2025

Tanggal Kelulusan : 15 Juni 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si

(Ketua)

Mahyuddin, MA.

(Anggota)

Wahyuddin Bakri, M.Si

(Anggota)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan DakwahDr. Muhiddin, Lc., M.Fil.1
NIP. 197607132009121002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ASSALAMUALAIKUM WARAHMATULLAHI WABARAKATU

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Implikasi Budaya Konsumtif pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang” dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Nabi Muhammad Saw., sosok teladan bagi seluruh umat manusia yang telah membawa manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan peradaban yang lebih baik seperti yang dirasakan saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Banyak hambatan, kesulitan, serta tantangan yang dihadapi, baik dalam proses pengumpulan data, penyusunan tulisan, maupun dalam memahami berbagai teori yang berkaitan dengan penelitian. Namun, berkat doa, dukungan, bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof Dr. Hj. Darmawati,S.Ag,M.Pd. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare, Dan Dr. Zulfah, M.Pd selaku Wakil Rektor I, Serta Dr. Nurhikmah, M.Sos. I. Selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Parepare.
2. Bapak Dr. Muhiddin,Lc.,M.Fil.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah beserta seluruh stafnya yang telah memberikan Izin dan persetujuan mengadakan penelitian bahkan bantuan selama penulis menempuh studi di

Institut Agama Islam Negeri Parepare Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Dan kepada Bapak Dr. Ahmad Yani. M. Hum selaku Wakil Dekan I, Serta Bapak Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si. selaku Wakil Dekan II, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare.

3. Bapak Mahyuddin MA. selaku dosen pembimbing akademik dan selaku dosen penguji I penulis yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis.
4. Bapak Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si sebagai pembimbing yang senantiasa memberikan sumbangan pemikiran dan arahan, meluangkan waktu, tenaganya, bagi penulis dalam studi maupun penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Andi Nurul Mutmainnah, M.Si selaku ketua prodi sosiologi agama ushuluddin adab dan dakwah.
6. Bapak Wahyuddin Bakri, M.Si selaku penguji II saya yang juga telah memberikan bimbingan, koreksi, serta saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kepada Bapak tercinta Nirwan, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang begitu besar tanpa mengharap balasan. Segala jerih payah, kerja keras, yang tidak kenal panas hujan demi menghidupi keluarganya, dan ketulusan bapak dalam membesarkan serta mendidik penulis menjadi kekuatan terbesar hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini. Penulis menyadari bahwa setiap langkah yang dicapai hari ini tidak lepas dari doa dan perjuangan bapak. Dengan penuh rasa hormat dan cinta yang mendalam, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan balasan yang terbaik untuk bapak.
8. Kepada ibu tercinta Munira, sosok paling berharga dalam hidup penulis yang tidak pernah lelah memberikan doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak terhingga. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya perjuangan Ibu dalam membesarkan, mendidik, serta menguatkan penulis dalam setiap keadaan, baik dalam suka maupun duka. Setiap doa yang Ibu panjatkan menjadi kekuatan

yang selalu mengiringi langkah penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan studi ini. Penulis menyadari bahwa segala pencapaian ini tidak lepas dari ketulusan hati dan pengorbanan Ibu. Dengan penuh cinta, hormat, dan rasa terima kasih yang sangat dalam, penulis memohon kepada Allah Swt. agar senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan balasan terbaik untuk Ibu di dunia dan akhirat.

9. Kepada Kakak satu-satunya Nirmalasari, yang selalu menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang tidak pernah putus, baik dalam bentuk motivasi, bantuan, maupun doa yang selalu menguatkan penulis dalam setiap langkah. Kehadiran Kakak menjadi sumber semangat tersendiri bagi penulis untuk terus berjuang menyelesaikan studi ini.
10. Kepada Sahabat seperjuangan bimbingan Hanisah A.S, yang telah menjadi teman diskusi, berbagi pengalaman, serta saling memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan semangat yang telah diberikan, baik dalam menghadapi kesulitan maupun dalam menyelesaikan setiap tahap bimbingan. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk terus berjuang hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Dan untuk Seseorang yang pernah hadir dalam perjalanan hidup penulis, yang telah memberikan banyak makna, pelajaran, serta pengalaman berharga, baik dalam suka maupun duka. Terima kasih atas setiap waktu, kebersamaan, dan kenangan yang pernah terjalin, yang secara tidak langsung turut membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih kuat dan dewasa. Walaupun kini jalan yang ditempuh telah berbeda, penulis tetap menyimpan rasa terima kasih atas bagian yang pernah singgah dalam kehidupan ini.
12. Serta Seseorang yang saat ini hadir dan mendampingi penulis dalam perjalanan hidup, yang telah memberikan dukungan, perhatian, serta semangat dalam menghadapi setiap proses yang tidak mudah selama penyusunan skripsi ini.

Terima kasih atas kebersamaan, pengertian, dan doa yang selalu menguatkan penulis di saat lelah dan ragu. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber motivasi yang berarti bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan studi ini dengan baik. Semoga Allah Swt. senantiasa menjaga, melimpahkan kebahagiaan, serta memberikan yang terbaik dalam setiap langkah kehidupan kita ke depan.

13. Untuk diri penulis sendiri, terima kasih karena telah mampu bertahan, berjuang, dan tetap melangkah meskipun banyak rasa lelah, ragu, dan tekanan yang harus dihadapi selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak semua perjalanan mudah, namun pada akhirnya penulis mampu sampai pada titik ini berkat keteguhan, kesabaran, dan keyakinan untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik ke depannya, serta menjadi pengingat bahwa setiap usaha yang disertai doa tidak pernah sia-sia. Penulis berharap diri ini dapat terus berkembang, lebih kuat, dan lebih bijak dalam menghadapi kehidupan di masa yang akan datang.

Semoga Allah SWT memberikan pahala atas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian, sehingga sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian sosiologi mengenai kehidupan sosial masyarakat. Aamiin.

Parepare, 29 Juni 2026 M
25 Dzulhijjah 1447 H
Penulis,


Nirwandasari
NIM : 2220203869201010

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nirwandasari
NIM : 2220203869201010
Tempat, tanggal lahir : Bottae, 09 Agustus 2003
Program Studi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Implikasi Budaya Konsumtif pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru, Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan ini merupakan plagiat, tiruan, atau dibuat orang lain, sebagian dari seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 29 Juni, 2026

Penyusun,



Nirwandasari

NIM. 2220203869201010

ABSTRAK

Nirwandasari *Analisis Implikasi Budaya Konsumtif pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang*. (Dibimbing oleh Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si.)

Perkembangan teknologi digital, media sosial, dan marketplace telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk masyarakat pedesaan. Konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh tren, gaya hidup, dan keinginan memperoleh pengakuan sosial. Kondisi tersebut mendorong berkembangnya budaya konsumtif yang membawa perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena budaya konsumtif masyarakat Desa Makkawaru, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif, serta menganalisis implikasinya terhadap kehidupan sosial masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian berjumlah delapan orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumtif di Desa Makkawaru ditandai dengan meningkatnya aktivitas belanja online, ketertarikan terhadap barang yang sedang tren, serta penggunaan barang sebagai simbol status sosial. Faktor yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif meliputi faktor internal berupa keinginan mengikuti tren, gengsi sosial, dan kebutuhan akan pengakuan sosial, serta faktor eksternal berupa perkembangan teknologi digital, media sosial, marketplace, promosi, dan kemudahan transaksi online. Budaya konsumtif tersebut berimplikasi pada perubahan interaksi sosial masyarakat, berkurangnya intensitas gotong royong, meningkatnya pengeluaran rumah tangga, penggunaan layanan PayLater atau kredit digital, serta menurunnya kebiasaan menabung.

Kata Kunci: Budaya Konsumtif, Kehidupan Sosial, Modernitas, Masyarakat Pedesaan, Perubahan Sosial.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	10
B. Tinjauan Teori	15
C. Kerangka Konseptual.....	19
D. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Fokus Penelitian.....	29
D. Jenis Dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data	32
F. Uji Keabsahan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Simpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	88
BIOGRAFI PENULIS	108



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Persamaan dan perbedaan penelitian relevan	12
1.2	Bagan kerangka pikir	24
1.3	Sumber data primer	32



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Sk Pembimbing	Terlampir
2	Surat Permohonan Izin Penelitian	Terlampir
3	Surat Izin Melaksanakan Penelitian	Terlampir
4	Surat Keterangan Selesai Penelitian	Terlampir
5	Pedoman Wawancara	Terlampir
6	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
7	Dokumentasi Wawancara	Terlampir
8	Hasil Turnitin	Terlampir

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

- Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang ada dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	Te dan Sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	De dan Zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

- Vokal

1. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhommah	U	U

2. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
وَ...	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

1. كَتَبَ kataba
2. فَعَلَ fa`ala
3. سِئِلَ suila
4. كَيْفَ kaifa
5. حَوَّلَ haula

- Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf Tanda dan	Nama
اَ...اَ...	Fathah dan Alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
إَ...إَ...	Kasrah dan Ya	Ī	I dan garis di atas
أَ...أَ...	Kasrah dan	Ū	U dan garis di

	wau		atas
--	-----	--	------

Contoh:

6. قَالَ qāla
7. رَمَى ramā
8. قِيلَ qīla
9. يَقُولُ yaqūlu

- Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- I. Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- II. Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

10. رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
11. الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
12. طَلْحَةُ

- Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (‘), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

13. نَزَّلَ nazzala
14. الْبِرُّ al-birr

Jika huruf bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah, maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

- Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata

sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

- 15. الرَّجُلُ ar-rajulu
- 16. الْقَلَمُ al-qalamu
- 17. الشَّمْسُ asy-syamsu
- 18. الْجَلَالُ al-jalālu

- Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa Alif.

Contoh:

- 19. تَأْخُذُ ta'khuẓu
- 20. شَيْءٌ syai'un
- 21. النَّوْءُ an-nau'u
- 22. إِنَّ inna

- Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas, misalnya kata *Al-Qur'an* (darul Qur'an), *sunnah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

- 23. وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
- 24. بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

- *Lafz al-jalalah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudhaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasikan tanpa huruf hamzah.

Contoh:

25. الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

26. الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

- Huruf Kapital

Walaupun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-).

Contoh:

27. الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

28. الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

29. اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

30. إِلَهَ الْأُمُورِ جَمِيعًا

- Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kafasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Oleh karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

1 Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	= subhanahu wata ‘ala
Saw.	= Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam’
a.s.	= alaihis salam
H	= Hijriah

M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir Tahun
w.	=Wafat Tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/...,ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

Ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al, : “Dan lain-lain” atau “Dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan untuk karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahannya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan sosial merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Seiring perkembangan zaman, pola pikir, gaya hidup, serta cara manusia berinteraksi terus mengalami pergeseran.¹ Kemajuan teknologi, arus informasi yang cepat, serta keterbukaan hubungan antarwilayah membuat masyarakat hidup dalam situasi yang berbeda dibandingkan beberapa dekade sebelumnya. Di tengah perubahan tersebut, nilai-nilai tradisional seperti kesederhanaan, hidup hemat, dan kebersamaan yang dahulu menjadi pondasi kehidupan sosial perlahan mulai mengalami pergeseran. Salah satu perubahan yang paling nyata terlihat dalam kehidupan masyarakat saat ini adalah perubahan pola konsumsi.²

Perkembangan teknologi digital di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2025 mencapai 229.428.417 jiwa atau sebesar 80,66% dari total populasi penduduk Indonesia. Angka tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2024 yang berada pada angka 221,56 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% (APJII, 2025). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan semakin mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk masyarakat pedesaan.³

¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

² Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age* (Cambridge: Polity Press, 1991).

³ Agus Tri Haryanto, "APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang," *detikInet*, 31 Januari 2024, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.

Perkembangan penggunaan internet juga berdampak pada meningkatnya aktivitas ekonomi digital dan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan akses terhadap berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia menyebabkan masyarakat semakin mudah memperoleh informasi, mengikuti tren, serta melakukan aktivitas konsumsi secara daring. Kondisi tersebut secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi masyarakat yang tidak lagi semata-mata berorientasi pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup, tren, promosi digital, dan keinginan memperoleh pengakuan sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang mengarah pada budaya konsumtif dalam kehidupan masyarakat modern.

Di Provinsi Sulawesi Selatan, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga terus mengalami peningkatan. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Selatan melalui publikasi Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2025 menjelaskan bahwa perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat Sulawesi Selatan semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital dan akses informasi yang semakin luas. Perkembangan tersebut turut mendorong perubahan pola interaksi sosial dan aktivitas ekonomi masyarakat yang semakin terhubung dengan internet dan media digital.⁴

Kondisi yang sama juga terlihat di Kabupaten Pinrang. Berdasarkan publikasi Statistik Daerah Kabupaten Pinrang 2025, perkembangan pembangunan di berbagai sektor menunjukkan semakin luasnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan masyarakat. Kemudahan akses internet serta penggunaan media sosial dan platform digital turut memengaruhi pola kehidupan sosial maupun aktivitas konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong munculnya

⁴ Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, *Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2025* (Makassar: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2025).

budaya konsumtif dalam kehidupan masyarakat, termasuk pada masyarakat Desa Makkawaru Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang.⁵

Jika pada masa lalu seseorang membeli barang berdasarkan kebutuhan yang benar-benar mendesak, kini pembelian sering kali didorong oleh keinginan, gengsi, dan dorongan mengikuti tren. Konsumsi tidak lagi sekadar bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan status sosial dan membangun citra diri di hadapan orang lain. Fenomena ini tidak muncul begitu saja. Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial memiliki peran besar dalam membentuk pola konsumsi baru tersebut. Kehadiran platform seperti Instagram dan TikTok membuat masyarakat dengan mudah melihat berbagai gaya hidup dari berbagai daerah bahkan negara lain.

Gaya berpakaian, model kendaraan, gadget terbaru, hingga konsep pesta pernikahan yang mewah dapat diakses hanya melalui layar telepon genggam. Paparan tersebut secara perlahan membentuk standar baru tentang apa yang dianggap modern, sukses, dan membanggakan. Selain media sosial, perkembangan perdagangan daring juga mempercepat perubahan tersebut. Di Indonesia, platform seperti Shopee dan Tokopedia telah memudahkan masyarakat untuk membeli berbagai barang tanpa harus keluar rumah. Ditambah lagi dengan sistem pembayaran digital dan layanan cicilan, masyarakat dapat memperoleh barang dengan cepat meskipun kondisi keuangan belum sepenuhnya siap.

Kemudahan ini memang membawa manfaat, tetapi juga membuka peluang terjadinya perilaku konsumsi yang berlebihan apabila tidak disertai pengendalian diri. Dalam kajian sosiologi, perilaku konsumtif dipahami sebagai bagian dari sistem sosial modern yang menempatkan konsumsi sebagai ukuran keberhasilan hidup. Seorang pemikir Prancis, Jean Baudrillard, menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, orang sering membeli barang bukan karena manfaatnya semata, tetapi karena makna simbolik yang melekat padanya.

⁵ Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang, *Statistik Daerah Kabupaten Pinrang 2025* (Pinrang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang, 2025).

Barang tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi simbol prestise, gengsi, dan identitas sosial. Konsumsi dengan demikian sarat akan makna sosial. Fenomena ini semakin diperkuat oleh perkembangan media sosial yang secara signifikan memengaruhi gaya hidup konsumtif masyarakat, di mana semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif.⁶ Pengaruh tersebut tidak hanya dirasakan oleh masyarakat perkotaan, tetapi juga masyarakat pedesaan yang kini telah terhubung dengan internet. Akses terhadap media sosial, tren global, serta figur influencer mendorong individu untuk mengonsumsi barang demi pengakuan sosial, bukan semata kebutuhan.⁷ Dengan demikian, batas antara desa dan kota dalam hal informasi dan gaya hidup semakin kabur.

Perubahan ini membawa dampak pada cara masyarakat desa memandang keberhasilan dan kesejahteraan. Jika dahulu kebahagiaan lebih banyak diukur dari kecukupan kebutuhan pokok, keharmonisan keluarga, serta hubungan sosial yang baik, kini mulai muncul pandangan bahwa status sosial juga dapat ditunjukkan melalui kepemilikan barang modern dan kemampuan mengikuti tren. Pergeseran ini menunjukkan adanya perubahan orientasi nilai dalam kehidupan masyarakat pedesaan. Fenomena tersebut juga mulai tampak di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang. Meskipun sebagian besar masyarakatnya masih menggantungkan hidup pada sektor pertanian dan perkebunan, perubahan gaya hidup mulai terlihat secara nyata.

Generasi muda khususnya semakin aktif menggunakan media sosial, mengikuti tren busana, memperbarui gawai, serta menjadikan barang bermerek sebagai simbol prestise. Perubahan ini juga tecermin dalam pelaksanaan acara-acara sosial seperti pesta pernikahan dan hajatan. Jika dahulu acara dilakukan secara sederhana dengan

⁶ Multazam Nur, Juniar Nur Aulia, Nur Atiqah A., dan Sri Wahyuni Nur, "Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Konsumtif dan Keputusan Finansial Mahasiswa IAIN Parepare," *Laa Maghrib: Journal of Development in Islamic Economics and Business* 1, no. 2 (2025).

⁷ Sitti Badriah, *Strategi Selebgram terhadap Perilaku Konsumtif Remaja dalam Berbelanja Online di SMAN 2 Parepare* (Skripsi Sarjana, IAIN Parepare, Parepare, 2025), <https://repository.iainpare.ac.id/eprint/11338>

menekankan kebersamaan dan gotong royong, kini terdapat kecenderungan untuk menyelenggarakan acara yang lebih besar dan lebih mewah. Dalam beberapa kasus, demi menjaga citra dan gengsi sosial, sebagian keluarga rela mengeluarkan biaya besar bahkan harus berutang. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan sosial untuk tampil “lebih” mulai terasa dalam kehidupan masyarakat desa.⁸

Dampak dari perubahan pola konsumsi tersebut tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial. Munculnya orientasi materi berpotensi menciptakan perbedaan status yang semakin nyata di antara warga. Solidaritas sosial yang sebelumnya kuat dapat mengalami pelemahan ketika hubungan antarindividu mulai diwarnai oleh perbandingan kepemilikan dan kemampuan finansial. Sikap gotong royong dan kebersamaan yang dahulu menjadi ciri khas pedesaan perlahan dapat tergeser oleh sikap individualistik.⁹

Perspektif agama, perilaku konsumtif yang berlebihan jelas menjadi persoalan penting. Islam mengajarkan keseimbangan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam menggunakan harta. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-A'raf/7: 31

{ فَيٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْۤا زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ }

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf/7: 31)

Manusia makan dan minum, tetapi tidak berlebih-lebihan. Larangan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga persoalan moral dan spiritual. Para ulama tafsir seperti Imam Fakhruddin Ar-Razi dan Imam Ibnu Katsir menjelaskan bahwa berlebih-lebihan (israf) mencakup segala tindakan yang melampaui batas kewajaran, baik dalam jumlah, cara, maupun tujuan

⁸ Taufiq Djalal, Arlin Adam, dan Syamsu A. Kamaruddin, "Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard," *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* 3, no. 2 (2022): 255–260, <https://doi.org/10.26858/ijses.v3i2.43263>

⁹ Novita Sari, Haeran, Farida, Anisa Munfarida, dan Monica Fitri Andrasari, "Dampak Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Identitas Budaya Generasi Muda," *DINASTI: Jurnal Sosial dan Budaya* 1, no. 1 (2024): 36–44, <https://ejournal.almusthofa.org/index.php/dinasti/article/view/89>

penggunaan harta. Artinya, ketika konsumsi dilakukan hanya demi gengsi atau pengakuan sosial, maka hal tersebut berpotensi bertentangan dengan nilai keseimbangan yang diajarkan agama.¹⁰

Penelitian ini menjadi penting karena tidak hanya membahas konsumsi sebagai perilaku ekonomi, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang memengaruhi kehidupan masyarakat. Kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana budaya konsumtif berkembang di masyarakat pedesaan, khususnya di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang, termasuk faktor-faktor yang mendorongnya serta dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara teoritis dalam pengembangan kajian sosiologi, tetapi juga memiliki relevansi praktis sebagai bahan refleksi bagi masyarakat dalam menghadapi arus modernisasi tanpa mengabaikan nilai-nilai sosial yang menjadi bagian dari kehidupan bermasyarakat.

Sejumlah penelitian sebelumnya banyak membahas budaya konsumtif dalam konteks masyarakat perkotaan, generasi milenial, atau pengguna media sosial di kota besar. Fokus penelitian-penelitian tersebut umumnya melihat konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup modern, simbol kelas sosial, serta dampak kapitalisme global terhadap perilaku individu. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji budaya konsumtif dalam masyarakat pedesaan masih sangat terbatas. Padahal, perubahan pola konsumsi di desa memiliki karakter yang berbeda dengan di perkotaan.

Di desa, hubungan sosial antarwarga cenderung lebih erat, interaksi sosial berlangsung lebih intensif, serta norma dan nilai sosial masih memiliki peran penting dalam mengatur kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, menarik untuk mengkaji bagaimana budaya konsumtif berkembang dalam masyarakat pedesaan yang selama ini dikenal memiliki pola hidup yang lebih sederhana. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji budaya konsumtif masyarakat

¹⁰ Muh Anshori, Hani Tahlani, dan Rizal Renaldi, "Konsumsi dalam Perspektif Islam," *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2023): 180–192, <https://doi.org/10.51476/syarie.v6i2.542>

pedesaan di Desa Makkawaru dalam perspektif masyarakat modern. Inilah celah akademik yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini menjadi penting karena perubahan budaya konsumsi bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga menyangkut perubahan nilai, pola pikir, dan orientasi hidup masyarakat. Jika budaya konsumtif terus berkembang tanpa kesadaran kritis, maka dikhawatirkan dapat memunculkan dampak sosial seperti meningkatnya beban ekonomi rumah tangga, munculnya kesenjangan sosial, serta melemahnya nilai kesederhanaan yang selama ini menjadi ciri masyarakat pedesaan.

Dari sudut pandang agama, perilaku konsumsi berlebihan dapat bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan larangan berlebih-lebihan dalam menggunakan harta. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi akademik, tetapi juga relevansi moral dan sosial bagi masyarakat Desa Makkawaru.

Penelitian ini juga dapat menjadi bahan refleksi bagi pemerintah desa, dan masyarakat setempat untuk memahami perubahan sosial yang sedang berlangsung, sehingga dapat merumuskan langkah-langkah yang lebih bijak dalam menghadapi arus modernisasi. Perubahan budaya konsumsi di Desa Makkawaru menunjukkan bahwa modernisasi tidak hanya masuk melalui pembangunan fisik, tetapi juga melalui perubahan cara berpikir dan orientasi hidup masyarakat. Barang-barang konsumsi kini tidak lagi dipandang semata sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol identitas, prestise, dan pengakuan sosial.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana fenomena Budaya konsumtif masyarakat desa Makkawaru?
2. Apa faktor-faktor utama yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif di kalangan masyarakat Desa Makkawaru?
3. Bagaimana implikasi budaya konsumtif dalam perubahan nilai kesederhanaan, serta pola pengelolaan ekonomi rumah tangga masyarakat Desa Makkawaru?

C. Tujuan Penelitian

Dengan dirumuskan beberapa poin penting yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini, maka dari hal tersebutlah penelitian ini bertujuan untuk;

1. Untuk mengetahui bagaimana fenomena Budaya konsumtif masyarakat desa Makkawaru?
2. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang paling dominan mendorong terbentuknya budaya konsumtif di kalangan masyarakat Desa Makkawaru.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis implikasi budaya konsumtif dalam perubahan nilai kesederhanaan serta pola pengelolaan ekonomi rumah tangga masyarakat Desa Makkawaru.

D. Kegunaan Penelitian

Dari tujuan di atas, diharapkan hasil dari penelitian ini akan berguna khususnya untuk hal-hal berikut:

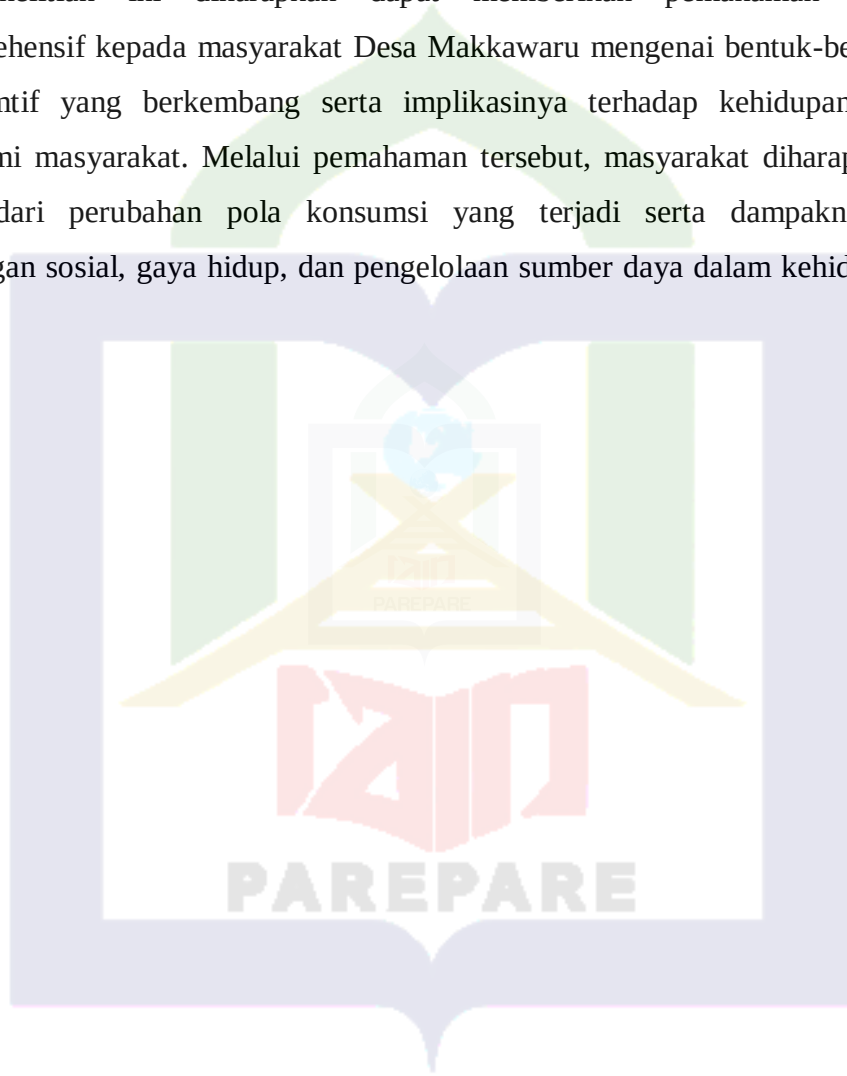
1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Sosiologi Agama, khususnya dalam memahami proses terbentuknya budaya konsumtif dan implikasinya dalam kehidupan sosial masyarakat pedesaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai hubungan antara modernisasi, perubahan sosial, dan pola konsumsi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik dalam pengembangan teori tentang konsumerisme dan dinamika sosial masyarakat

pedesaan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji budaya konsumtif, perubahan nilai sosial, serta transformasi kehidupan masyarakat pedesaan di tengah arus perkembangan zaman.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada masyarakat Desa Makkawaru mengenai bentuk-bentuk budaya konsumtif yang berkembang serta implikasinya terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Melalui pemahaman tersebut, masyarakat diharapkan mampu menyadari perubahan pola konsumsi yang terjadi serta dampaknya terhadap hubungan sosial, gaya hidup, dan pengelolaan sumber daya dalam kehidupan sehari-hari.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka adalah sekumpulan sumber yang relevan dan berkaitan erat dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Penulis meninjau beberapa penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, menghindari plagiarisme, dan sebagai dasar dalam melaksanakan penelitian ini.

Penelitian ini berjudul "Analisis implikasi budaya konsumtif pada kehidupan masyarakat Desa Makkawaru Kabupaten Pinrang" Setelah mempelajari hasil dari beberapa penelitian sebelumnya, penulis menemukan beberapa studi yang relevan dengan judul penelitian ini dan memiliki kesamaan dalam pembahasan atau gambaran umum masalah yang ingin diteliti. Adapun hasil penelitian yang relevan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ade Astian Cahyani dkk 2026 dengan judul *"Analisis TikTok Shop, Live Streaming, dan Harga terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z"*¹¹ membahas mengenai pengaruh perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, terhadap perilaku konsumsi generasi muda. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa keberadaan fitur TikTok Shop dan aktivitas live streaming menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif dalam menarik minat konsumen, terutama generasi Z. Melalui live streaming, penjual dapat menampilkan produk secara langsung, memberikan penjelasan mengenai kualitas barang, serta menawarkan berbagai promosi menarik seperti potongan harga dan gratis ongkos kirim. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor harga yang relatif terjangkau serta adanya promosi yang ditampilkan secara

¹¹ Ade Astian Cahyani dan Widyatmoko, "Analisis TikTok Shop, Live Streaming, dan Harga terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z," *Solusi* 24, no. 1 (2026): 138–154, <https://doi.org/10.26623/slsi.v24i1.13717>

- visual dan persuasif melalui live streaming mampu mendorong munculnya perilaku konsumtif pada generasi Z. Selain itu, pengaruh tren media sosial serta
2. rekomendasi dari influencer atau content creator juga menjadi faktor yang memperkuat gaya hidup konsumtif di kalangan generasi muda. Dengan demikian, konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren serta gaya hidup yang berkembang di media sosial. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu sama-sama membahas fenomena perilaku konsumtif yang muncul sebagai akibat perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Namun demikian, terdapat perbedaan dalam fokus kajian penelitian. Penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada pengaruh media sosial dan strategi pemasaran digital terhadap gaya hidup konsumtif generasi Z, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih berfokus pada implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat pedesaan di Desa Makkawaru dalam perspektif Sosiologi Agama.
 3. Penelitian yang dilakukan oleh Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso *“Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”* menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku konsumtif muncul sebagai akibat dari dorongan untuk memperoleh kesenangan, status sosial, dan pengakuan diri. Temuan ini relevan dengan penelitian penulis karena keduanya menyoroti fenomena konsumtif sebagai hasil dari perubahan gaya hidup modern. Bedanya, penelitian Anggraini dan Santhoso berfokus pada perilaku konsumtif remaja dalam konteks

psikologis, sedangkan penelitian ini menelaah implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat di Desa Makkawaru.¹²

4. Penelitian oleh Halimatus Sya'diyah, Menur Kusumaningtyas, Iwang Suwangsih yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Mahardhika di Era Digital*" bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Penelitian ini menyoroti pengaruh perkembangan teknologi, media sosial, gaya hidup, serta kemudahan akses belanja daring terhadap pola konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses teknologi, promosi digital, serta pengaruh lingkungan sosial dan tren gaya hidup menjadi faktor utama yang mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Selain itu, adanya dorongan untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial juga memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif tersebut. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena sama-sama membahas fenomena perilaku konsumtif yang berkembang dalam masyarakat modern akibat pengaruh perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup. Namun demikian, terdapat perbedaan dalam fokus kajian penelitian. Penelitian tersebut lebih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih menitikberatkan pada implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat pedesaan di Desa Makkawaru dalam perspektif sosiologi agama.¹³

¹² Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (2017): 131–140, <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>

¹³ Halimatus Sya'diyah, Menur Kusumaningtyas, dan Iwang Suwangsih, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Mahardhika di Era Digital," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 5, no. 1 (2026):, <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.5860>

Tabel 1.1 Relevansi persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis.

No	Nama Peneliti & Judul Penelitian	Uraian Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Ade Astian Cahyani dkk., 2026. Analisis TikTok Shop, Live Streaming, dan Harga terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z	Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial seperti TikTok Shop dan fitur live streaming, berpengaruh terhadap munculnya gaya hidup konsumtif pada generasi Z. Promosi yang dilakukan melalui live streaming, harga yang relatif terjangkau, serta pengaruh influencer mampu menarik minat beli dan mendorong perilaku konsumtif.	Persamaan: Sama-sama membahas fenomena perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Perbedaan: Penelitian tersebut berfokus pada pengaruh media sosial dan strategi pemasaran digital terhadap generasi Z, sedangkan penelitian penulis berfokus pada implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat pedesaan di Desa Makkawaru
2.	Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan psikologis untuk melihat bagaimana gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dapat memengaruhi pola	Persamaan: Sama-sama membahas fenomena perilaku konsumtif yang muncul sebagai akibat dari perubahan gaya hidup dalam masyarakat modern. Perbedaan: Penelitian Anggraini dan Santhoso berfokus pada

		<p>konsumsi individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Perilaku tersebut muncul karena adanya dorongan untuk memperoleh kesenangan, status sosial, serta pengakuan dari lingkungan sosial.</p>	<p>perilaku konsumtif remaja dalam perspektif psikologis, sedangkan penelitian ini berfokus pada implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat pedesaan di Desa Makkawaru.</p>
3.	<p>Halimatus Sya'diyah, Menur Kusumaningtyas, Iwang Suwangsih "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Mahardhika di Era Digital"</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Penelitian ini menyoroti pengaruh perkembangan teknologi, media sosial, gaya hidup, serta kemudahan akses belanja daring terhadap pola konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses teknologi, promosi digital, serta pengaruh lingkungan sosial dan tren gaya hidup menjadi faktor utama yang mendorong</p>	<p>Persamaan: Sama-sama membahas fenomena perilaku konsumtif yang berkembang dalam masyarakat modern akibat pengaruh perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup. Perbedaan: Penelitian tersebut berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan</p>

		munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Selain itu, adanya dorongan untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial juga memperkuat kecenderungan konsumtif tersebut.	pada implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat pedesaan di Desa Makkawaru.
--	--	--	--

B. Tinjauan Teori

1. Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard

Fenomena konsumsi dalam masyarakat modern tidak dapat dilepaskan dari perkembangan kapitalisme yang semakin kompleks. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, kapitalisme tidak hanya mengatur produksi barang, tetapi juga membentuk pola konsumsi masyarakat melalui penciptaan kebutuhan semu dan gaya hidup tertentu. Pada era postmodernisme, konsumsi semakin bergeser menjadi sarana pembentukan identitas dan citra sosial, sebagaimana terlihat dalam penggunaan layanan digital seperti Shopee PayLater yang mendorong konsumsi instan dan simbolik.¹⁴

Jean Baudrillard, salah satu pemikir pascamodern terkemuka, memberikan pandangan mendalam mengenai konsumsi yang tidak lagi sekadar dipahami sebagai aktivitas memenuhi kebutuhan dasar. Dalam gagasannya, masyarakat modern mengalami pergeseran fundamental, di mana konsumsi berubah menjadi proses sosial yang sarat makna. Nilai simbolik dan tanda-tanda sosial justru lebih diutamakan dibandingkan nilai guna suatu barang. Dengan kata lain, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga menjadi medium komunikasi dan alat untuk mengekspresikan identitas sosial.

Perspektif Baudrillard, objek-objek yang dikonsumsi berfungsi untuk merepresentasikan status dan citra diri seseorang. Ketika individu membeli barang

¹⁴ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013)

tertentu, tindakan itu sering kali tidak didorong oleh kebutuhan praktis, melainkan oleh keinginan menampilkan posisi sosial tertentu. Misalnya, pembelian mobil mewah lebih dimotivasi oleh upaya menunjukkan prestise dibandingkan fungsi kendaraan itu sendiri. Fenomena ini berkaitan dengan *sign value*, yaitu nilai tanda yang melekat pada suatu produk sebagai pembeda dalam struktur sosial.

Fenomena tersebut sangat tampak dalam penggunaan fitur Shopee PayLater. Melalui layanan kredit ini, masyarakat dapat memiliki barang-barang bernilai simbolik tinggi tanpa kemampuan finansial yang memadai. Kebijakan pembayaran tertunda menciptakan kesan seolah-olah konsumen memiliki kebebasan ekonomi, padahal justru membuat mereka semakin terjerat dalam pola konsumsi berlebihan. Banyak pengguna akhirnya melakukan pembelian impulsif demi mempertahankan citra sosial yang dibentuk oleh produk-produk tersebut. Hal ini menegaskan pandangan Baudrillard bahwa konsumsi adalah mekanisme yang digunakan untuk memanipulasi tanda dalam kehidupan sosial.¹⁵

Baudrillard menyoroti bagaimana ideologi konsumerisme membentuk perilaku masyarakat. Ia menjelaskan bahwa sistem kapitalisme modern menciptakan mitos bahwa kebahagiaan dapat dicapai melalui kepemilikan barang-barang konsumsi. Mitos ini pada dasarnya merupakan ilusi yang dirancang untuk mempertahankan dominasi kapitalisme atas individu. Karena itu, konsumsi tidak hanya terkait kebutuhan material, tetapi juga memenuhi kebutuhan emosional dan psikologis yang dibentuk oleh media.

Media massa dan promosi digital memainkan peran besar dalam memperkuat konstruksi simbolik tersebut. Melalui iklan, masyarakat disodorkan gambaran gaya hidup ideal yang seolah-olah dapat direalisasikan melalui konsumsi barang tertentu. Citra semu yang diciptakan media ini menghasilkan kondisi hiperrealitas, yaitu

¹⁵ Syamsu A. Kamaruddin, Arlin Adam, dan Andi Gunawan Ratu Chakti, "Komodifikasi Media Sosial dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard: Studi Kasus TikTok Indonesia," *Bosowa Journal of Education* 5, no. 1 (2024): 177–180, <https://doi.org/10.35965/bje.v5i1.546>

situasi di mana masyarakat lebih terdorong membeli karena keinginan mengejar citra sosial tertentu daripada memenuhi kebutuhan nyata.¹⁶

2. Teori Modernitas Anthony Giddens

Teori modernitas yang dikemukakan oleh Anthony Giddens memberikan kerangka analisis yang penting dalam memahami dinamika perubahan sosial dalam masyarakat kontemporer. Dalam karyanya *The Consequences of Modernity*, Giddens (1990).¹⁷ menjelaskan bahwa modernitas merupakan suatu fase perkembangan masyarakat yang ditandai oleh transformasi mendasar dalam struktur sosial, pola interaksi, serta cara individu membangun makna dalam kehidupan sehari-hari. Modernitas tidak hanya berkaitan dengan kemajuan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan dalam sistem sosial dan budaya yang memengaruhi cara hidup masyarakat secara luas.

Salah satu konsep utama yang dikemukakan Giddens adalah *time-space distanciation*, yaitu kondisi di mana hubungan sosial tidak lagi bergantung pada kedekatan ruang dan waktu. Perkembangan teknologi komunikasi modern, seperti internet dan media sosial, memungkinkan individu untuk terhubung dengan berbagai informasi global tanpa batas geografis. Akibatnya, masyarakat lokal, termasuk masyarakat pedesaan, tidak lagi berada dalam kondisi terisolasi, melainkan menjadi bagian dari jaringan sosial global yang terus berkembang.¹⁸

Konsep tersebut dapat digunakan untuk memahami perubahan yang terjadi pada masyarakat Desa Makkawaru Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang. Akses terhadap teknologi informasi telah membuka ruang bagi masyarakat untuk mengenal berbagai gaya hidup, tren konsumsi, serta standar kehidupan yang berkembang di luar

¹⁶ Taufiq Djalal, Arlin Adam, dan Syamsu A. Kamaruddin, "Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard," *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* 3, no. 2 (2022): 255–260, <https://doi.org/10.26858/ijses.v3i2.43263>

¹⁷ Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity* (Cambridge: Polity Press, 1990).

¹⁸ Wesley Longhofer dan Daniel Winchester (eds.), *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives*, ed. ke-3 (New York: Routledge, 2023), <https://doi.org/10.4324/9781003320609>

lingkungan lokal mereka. Hal ini menunjukkan bahwa batas antara desa dan kota dalam hal akses informasi dan orientasi gaya hidup semakin tidak jelas.

Giddens juga menekankan konsep reflektivitas (*reflexivity*) dalam masyarakat modern, yaitu kemampuan individu untuk secara terus-menerus mengevaluasi dan menyesuaikan tindakan mereka berdasarkan informasi yang diperoleh (Giddens, 1990). Dalam masyarakat modern, individu tidak lagi sepenuhnya bergantung pada tradisi, tetapi lebih terbuka terhadap pengaruh eksternal, termasuk media dan budaya global. Reflektivitas ini menyebabkan individu secara aktif membentuk dan mengubah gaya hidupnya sesuai dengan perkembangan zaman.

Perubahan tersebut berdampak pada pergeseran pola konsumsi dalam masyarakat. Konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh tren, citra, dan gaya hidup yang berkembang secara luas. Dalam hal ini, pandangan Jean Baudrillard dalam *The Consumer Society: Myths and Structures* menegaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi lebih didasarkan pada nilai tanda (*sign value*) dibandingkan nilai guna. Barang yang dikonsumsi tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga menjadi simbol status dan identitas sosial.

Perkembangan kapitalisme modern turut memperkuat budaya konsumtif dalam masyarakat. Mike Featherstone dalam *Consumer Culture and Postmodernism* menjelaskan bahwa budaya konsumen modern ditandai oleh penekanan pada gaya hidup, citra, dan simbol sebagai bagian dari identitas individu (Featherstone, 2007). Media massa dan media digital memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi tersebut dengan menghadirkan berbagai representasi gaya hidup ideal yang mendorong individu untuk terus mengonsumsi.

Teori modernitas Giddens memberikan pemahaman bahwa budaya konsumtif yang berkembang dalam masyarakat pedesaan tidak dapat dilepaskan dari proses globalisasi dan perkembangan teknologi yang menjadi ciri utama modernitas. Perubahan ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga menyentuh aspek sosial dan kultural, termasuk dalam hal nilai, norma, dan praktik keagamaan. Oleh karena itu, analisis terhadap budaya konsumtif dalam penelitian ini perlu mempertimbangkan

modernitas sebagai konteks utama yang membentuk perilaku dan pola pikir masyarakat Desa Makkawaru.

C. Kerangka Konseptual

1. Modernisasi

Salah satu bentuk paling nyata dari perubahan sosial adalah proses modernisasi, yaitu perubahan sosial–budaya yang berlangsung secara terarah dan didasarkan pada suatu perencanaan. Modernisasi menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat karena proses ini menyentuh banyak aspek kehidupan, mulai dari persoalan disorganisasi sosial, munculnya masalah-masalah baru, konflik antarkelompok, hingga berbagai hambatan terhadap perubahan itu sendiri.

Dalam kajian ilmu sosial, modernisasi dipahami sebagai proses perubahan menyeluruh yang tidak hanya menyentuh aspek material seperti teknologi dan infrastruktur, tetapi juga aspek non-material berupa pola pikir, gaya hidup, dan sistem nilai masyarakat. Modernisasi mendorong pergeseran dari pola kehidupan tradisional menuju cara hidup yang lebih rasional, terbuka terhadap pembaruan, serta berorientasi pada efisiensi dan kemajuan. Dalam konteks Indonesia, proses modernisasi berlangsung tidak hanya di wilayah perkotaan, tetapi juga menjangkau masyarakat pedesaan, terutama melalui sektor pertanian, teknologi komunikasi, dan akses terhadap pasar.

Perkembangan ekonomi dan penetrasi pasar modern telah membawa perubahan yang cukup berarti dalam kehidupan masyarakat desa, termasuk masyarakat Desa Makkawaru. Modernisasi yang masuk melalui jalur perdagangan, media sosial, dan berbagai bentuk promosi digital menjadi pintu masuk bagi pola konsumsi baru yang lebih berorientasi pada gaya hidup daripada kebutuhan. Dalam konteks pedesaan, perubahan ini tampak dari meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap produk-produk bermerek, tren pakaian, kosmetik, maupun kebutuhan sekunder lain yang sebenarnya tidak berkaitan langsung dengan pekerjaan atau kebutuhan pokok sehari-hari.

Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi bukan lagi aktivitas utilitarian, melainkan bagian dari proses pencarian identitas sosial dan simbol status. Sejumlah penelitian di Indonesia menemukan bahwa modernisasi yang dibawa melalui media dan teknologi berperan besar dalam memperluas pola konsumtif hingga ke wilayah pedesaan. Dalam masyarakat desa, pola konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh dorongan untuk menyesuaikan diri dengan tren global dan citra “modern” yang ditampilkan media.

Hal ini memperkuat pemahaman bahwa budaya konsumtif tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses transformasi sosial yang berlangsung perlahan melalui interaksi budaya, perubahan ekonomi, dan ekspansi pasar.

2. Perubahan Sosial

Perubahan sosial merupakan proses yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Setiap masyarakat akan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, baik dalam pola interaksi, gaya hidup, maupun sistem nilai yang dianut. Menurut Soerjono Soekanto, perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi dalam struktur sosial dan lembaga kemasyarakatan yang memengaruhi sistem sosial secara keseluruhan, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku masyarakat.¹⁹ Sejalan dengan itu, Selo Soemardjan juga menjelaskan bahwa perubahan sosial mencakup perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan yang kemudian berdampak pada kehidupan sosial masyarakat secara luas.

Dalam konteks masyarakat modern, perubahan sosial tidak dapat dilepaskan dari pengaruh modernitas sebagaimana dikemukakan oleh Anthony Giddens. Dalam *Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas*, menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan globalisasi telah memperluas jangkauan interaksi sosial manusia.

¹⁹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

Masyarakat tidak lagi hidup dalam ruang yang terbatas, melainkan terhubung dengan berbagai informasi dan budaya global melalui media komunikasi modern. Kondisi ini menyebabkan batas antara masyarakat desa dan kota semakin kabur, terutama dalam hal akses informasi dan gaya hidup. Perubahan tersebut mendorong masyarakat untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan yang ada.

Giddens menyebut hal ini sebagai reflektivitas, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan tindakan dan gaya hidupnya berdasarkan informasi yang diperoleh. Dalam kehidupan sehari-hari, hal ini terlihat dari bagaimana masyarakat mulai mengikuti tren, meniru gaya hidup tertentu, serta mengadopsi pola konsumsi yang berkembang melalui media sosial. Perubahan sosial juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi.

Karl Marx menyatakan bahwa perubahan dalam sistem ekonomi, khususnya kapitalisme, memiliki peran penting dalam membentuk struktur sosial masyarakat. Sistem kapitalisme tidak hanya mendorong produksi, tetapi juga menciptakan kebutuhan-kebutuhan baru yang mendorong masyarakat untuk terus mengonsumsi barang dan jasa. Fenomena tersebut semakin diperjelas oleh Jean Baudrillard yang menyatakan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan semata, tetapi lebih pada makna simbolik yang melekat pada suatu barang.

Barang yang dikonsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan status sosial, gaya hidup, dan identitas individu. Dengan demikian, konsumsi telah berubah menjadi bagian dari cara masyarakat mengekspresikan diri dalam kehidupan sosial. Perubahan tersebut terlihat dari mulai bergesernya pola konsumsi masyarakat dari yang berorientasi pada kebutuhan menuju orientasi pada keinginan, gaya hidup, dan citra sosial. Selain itu, perubahan juga terjadi pada nilai-nilai sosial dan keagamaan yang mulai berinteraksi dengan nilai-nilai modern.

Dalam kondisi tertentu, nilai-nilai tersebut tetap dipertahankan, namun dalam kondisi lain mengalami penyesuaian.

3. Budaya Konsumtif Masyarakat

Budaya konsumtif merupakan fenomena sosial yang semakin berkembang dalam kehidupan masyarakat seiring dengan proses modernisasi dan globalisasi. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tidak lagi semata-mata mengonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi keinginan, mengikuti tren, serta menunjukkan identitas diri dan status sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi telah mengalami pergeseran makna dalam kehidupan sosial masyarakat. Dalam kajian sosiologi, konsumsi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari praktik sosial yang memiliki makna simbolik.

Jean Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi telah bergeser dari nilai guna menuju nilai tanda, di mana barang dikonsumsi bukan semata karena fungsinya, tetapi karena makna yang melekat padanya, seperti prestise dan citra diri.²⁰ Sejalan dengan itu, Mike Featherstone menyatakan bahwa budaya konsumtif merupakan bagian dari budaya konsumen, di mana gaya hidup menjadi faktor penting dalam menentukan pola konsumsi masyarakat. Dalam kondisi ini, individu cenderung mengonsumsi barang sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Perkembangan teknologi dan media sosial juga turut memperkuat munculnya budaya konsumtif.²¹

Kehadiran platform digital seperti TikTok dan Instagram membuat masyarakat semakin mudah mengakses berbagai informasi, tren, dan gaya hidup dari berbagai belahan dunia. Hal ini secara tidak langsung memengaruhi cara pandang masyarakat dalam menentukan pilihan konsumsi. Dalam konteks ini, Anthony Giddens menjelaskan bahwa modernitas ditandai dengan meningkatnya arus informasi yang membentuk pola pikir dan tindakan individu dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu,

²⁰ Naufal Rizki Fadhilah dan Suryo Ediyono, "Perilaku Konsumtif oleh Masyarakat Konsumsi dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard [Studi Kasus: TikTok Shop]," *Marketgram Journal* 1, no. 1 (2023)

²¹ Queen Salsabila dan Lutfiana Dwi Nur Fadhilah, "Analisis Konsumerisme Pasif Para Penggemar Fanatik Idol Grup BTS di Kediri dalam Pembelian Merchandise," *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya* 11, no. 1 (2022): 1–16, <https://doi.org/10.18860/lorong.v11i1.2106>

perubahan nilai dalam masyarakat juga menjadi faktor penting dalam terbentuknya budaya konsumtif. Masyarakat yang sebelumnya lebih mengutamakan kesederhanaan dan pemenuhan kebutuhan pokok, kini mulai mengalami pergeseran menuju gaya hidup yang lebih modern dan berorientasi pada simbol. Perubahan ini menunjukkan adanya transformasi sosial yang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor lokal dan global.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan landasan konseptual yang digunakan untuk menggambarkan hubungan logis antara konsep, faktor, dan teori yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian berjudul “Analisis Budaya Konsumtif Pada Kehidupan Sosial Masyarakat Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang”, kerangka pikir ini disusun untuk menjelaskan bagaimana budaya konsumtif terbentuk di masyarakat pedesaan, faktor-faktor yang mendorong kemunculannya, serta implikasi yang ditimbulkan terhadap perubahan nilai sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Penyusunan kerangka pikir ini bertujuan untuk menuntun arah analisis agar penelitian mampu membaca fenomena konsumsi tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai gejala sosial yang berkaitan erat dengan perubahan budaya dan struktur kehidupan masyarakat desa.²²

Rumusan masalah mengenai faktor-faktor utama yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif di kalangan masyarakat Desa Makkawaru dianalisis menggunakan Teori Konsumsi Jean Baudrillard. Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi didasarkan pada nilai guna (use value) suatu barang, melainkan pada nilai tanda (sign value) dan nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Dalam konteks masyarakat Desa Makkawaru, masuknya produk-produk modern, kemudahan akses belanja daring, serta pengaruh media sosial mendorong masyarakat untuk mengonsumsi barang bukan semata karena kebutuhan, tetapi

²² Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, dan Ramadani Syafitri, "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif," *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran* 2, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.64464/tarbiyah.v2i1.25>

karena simbol status, prestise, dan pengakuan sosial. Konsumsi kemudian menjadi sarana pembentukan identitas sosial, di mana kepemilikan barang tertentu dipandang sebagai ukuran keberhasilan, modernitas, dan posisi sosial di tengah masyarakat desa.

Untuk memperkuat analisis faktor pendorong budaya konsumtif, digunakan konsep Perilaku Konsumtif. Perilaku konsumtif dipahami sebagai kecenderungan individu atau kelompok untuk mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, tidak rasional, serta lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Dalam kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru, perilaku konsumtif muncul melalui kebiasaan mengikuti tren, dorongan gengsi sosial, serta tekanan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup yang dianggap modern. Fenomena ini sering kali diperkuat oleh iklan, promosi digital, serta kemudahan sistem pembayaran non-tunai atau kredit, yang membuat aktivitas konsumsi semakin tidak terkendali. Akibatnya, konsumsi tidak lagi menjadi aktivitas fungsional, melainkan bagian dari pola hidup sehari-hari yang membentuk budaya baru di masyarakat desa.

Rumusan masalah mengenai implikasi budaya konsumtif terhadap perubahan nilai sosial dan ekonomi masyarakat Desa Makkawaru dianalisis melalui Teori Modernisasi. Teori ini menjelaskan bahwa modernisasi membawa perubahan dari pola hidup tradisional menuju pola hidup yang lebih rasional, terbuka, dan berorientasi pada kemajuan material. Dalam proses tersebut, masyarakat desa mengalami pergeseran nilai, dari nilai kesederhanaan, kebersamaan, dan gotong royong menuju nilai individualisme, materialisme, serta orientasi pada kepemilikan barang.

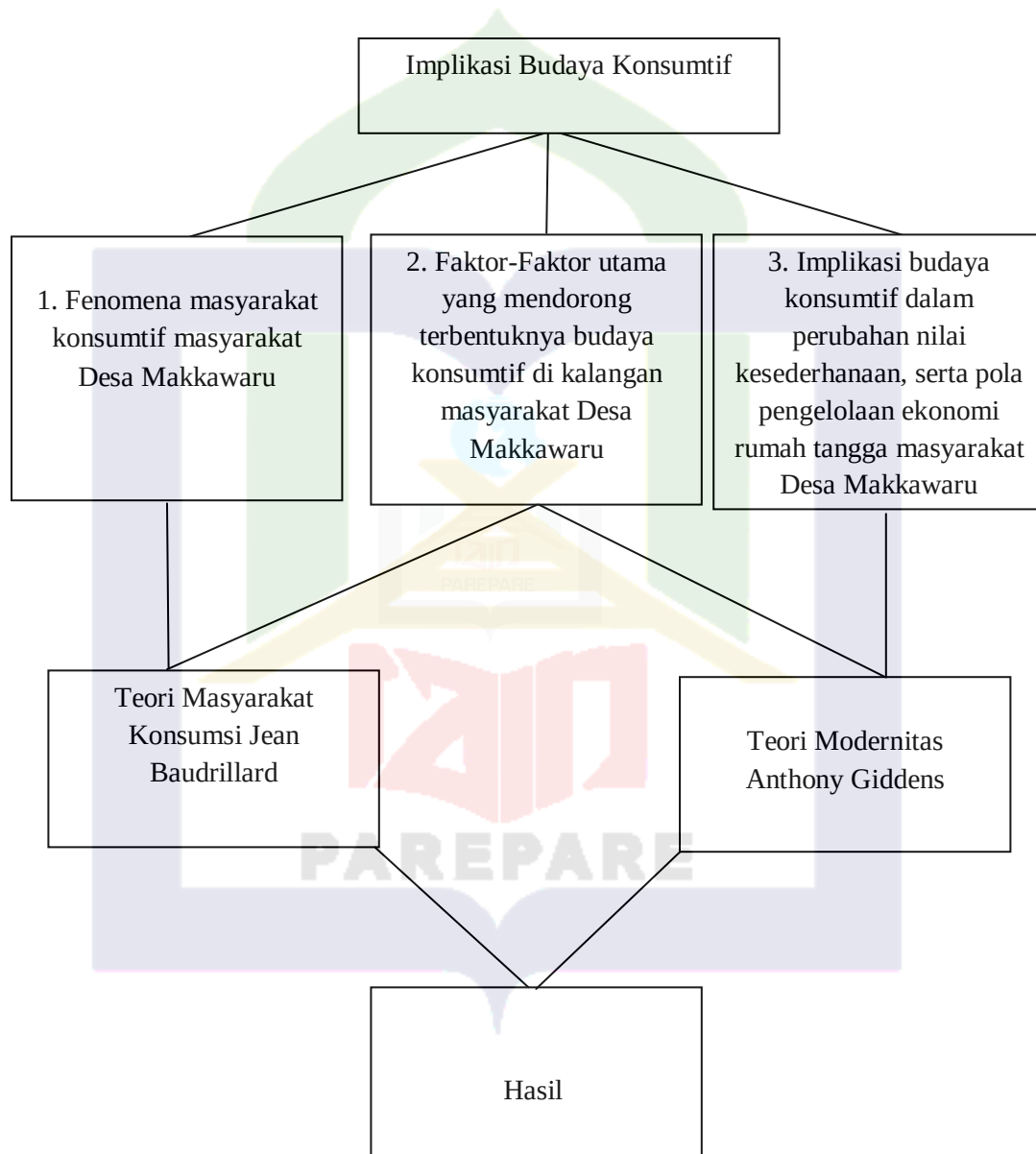
Budaya konsumtif yang berkembang menjadi indikator perubahan sosial, di mana ukuran keberhasilan sosial tidak lagi ditentukan oleh kontribusi sosial atau kearifan lokal, melainkan oleh kemampuan ekonomi dan gaya hidup konsumsi. Dari sisi ekonomi, budaya konsumtif memberikan dampak ganda bagi masyarakat Desa Makkawaru. Di satu sisi, meningkatnya konsumsi dapat mendorong aktivitas ekonomi lokal dan memperluas akses terhadap barang dan jasa modern.

Perilaku konsumsi yang berlebihan berpotensi menimbulkan masalah ekonomi rumah tangga, seperti meningkatnya pengeluaran, ketergantungan pada utang, serta melemahnya budaya menabung. Kondisi ini menunjukkan bahwa modernisasi tidak selalu membawa kesejahteraan yang merata, melainkan juga menghadirkan tantangan baru dalam pengelolaan ekonomi keluarga dan kehidupan sosial masyarakat desa.

Ketiga pendekatan teoritis tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena budaya konsumtif di Desa Makkawaru. Teori Konsumsi Jean Baudrillard membantu memahami makna simbolik di balik perilaku konsumsi masyarakat, konsep Perilaku Konsumtif menjelaskan pola dan kecenderungan konsumsi berlebihan dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan Teori Modernisasi memberikan kerangka untuk membaca perubahan nilai sosial dan ekonomi yang menyertai perkembangan budaya konsumtif di masyarakat pedesaan. Dengan memadukan ketiga perspektif tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana budaya konsumtif terbentuk, berkembang, dan memengaruhi kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru di tengah arus perubahan sosial dan modernisasi.

Bagan Kerangka Pikir

**ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN
SOSIAL DESA MAKKAWARU KECAMATAN MATTIROBULU KAB.
PINRANG**



Tabel 1.2

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dilihat dari fokus penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah studi kasus, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang mengumpulkan dan mendeskripsikan data dengan kata-kata, seperti hasil wawancara antara penulis dan responden. Alasan mengapa peneliti memilih metode penelitian kualitatif adalah karena dalam sebuah penelitian harus mempelajari secara langsung subjek dalam penelitian sehingga peneliti dapat secara langsung mengamati dan mewawancarai subjek serta memperoleh data yang diperlukan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan bahwa budaya konsumtif merupakan fenomena sosial yang kompleks dan tidak dapat dipahami melalui angka semata. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, motivasi, serta pengalaman masyarakat dalam menjalani pola hidup konsumtif. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana budaya konsumtif berkembang dan memengaruhi kehidupan masyarakat Desa Makkawaru.²³

Studi lapangan dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai bagaimana budaya konsumtif memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti gaya hidup, relasi sosial, ekonomi keluarga, hingga perubahan nilai budaya lokal. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana meningkatnya akses terhadap media, barang konsumsi modern, serta peningkatan pendapatan memicu terjadinya pergeseran pola konsumsi di kalangan masyarakat desa. Sebagai bagian dari metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas konsumsi masyarakat, wawancara mendalam dengan warga, tokoh masyarakat, dan pedagang, serta dokumentasi berupa foto, catatan lapangan, dan

²³ Rizal Safarudin, Zulfamanna, Martin Kustati, dan Nana Sepriyanti, "Penelitian Kualitatif," *Innovative: Journal of Social Science Research* 3, no. 2 (2023)

dokumen pendukung lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Syafrida Hafni Sahir yang menegaskan bahwa metode penelitian kualitatif menekankan pengumpulan data melalui interaksi langsung dan eksplorasi intensif terhadap konteks sosial.²⁴ Pada akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari, memahami, dan mengeksplorasi fenomena budaya konsumtif yang berkembang di masyarakat Desa Makkawaru, serta menganalisis implikasinya terhadap struktur sosial, gaya hidup, nilai-nilai budaya, dan hubungan sosial antarwarga. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi perilaku individu, tetapi juga membentuk dinamika sosial dan budaya dalam masyarakat pedesaan modern.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang, yaitu salah satu wilayah pedesaan yang sedang mengalami perubahan sosial sebagai akibat dari meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi, teknologi, dan barang konsumsi modern. Desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memperlihatkan fenomena budaya konsumtif yang berkembang cukup pesat, terutama dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang sebelumnya dikenal dengan gaya hidup sederhana dan berorientasi pada kebutuhan dasar. Perubahan pola konsumsi ini tampak dalam berbagai aspek kehidupan warga, mulai dari penggunaan barang-barang elektronik, gaya berpakaian, pola belanja, hingga cara masyarakat memaknai prestise dan status sosial.

Meningkatnya budaya konsumtif di Desa Makkawaru tidak hanya berkaitan dengan faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, modernisasi, serta perubahan nilai yang terjadi di masyarakat. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi dari kebutuhan menuju keinginan, serta meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk membeli barang-barang yang

²⁴ Syafrida Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021.

bernilai simbolik. Oleh karena itu, Desa Makkawaru menjadi lokasi yang tepat untuk meneliti bagaimana budaya konsumtif berkembang dan apa saja implikasinya terhadap kehidupan sosial masyarakat desa.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal dipresentasikan dan dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap penelitian. Sebelum memulai penelitian, diperlukan kelengkapan dokumen administratif, seperti surat izin dari pihak jurusan dan pemerintah setempat di lokasi penelitian. Penelitian dilaksanakan selama 1 bulan mulai 28 April sampai dengan 28 Mei

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada implikasi budaya konsumtif dalam kehidupan masyarakat Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang. Penulis akan menganalisis bagaimana budaya konsumtif yang berkembang di masyarakat memengaruhi gaya hidup, pola pengeluaran, serta dinamika sosial ekonomi warga desa. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji bagaimana perubahan pola konsumsi berdampak pada nilai-nilai sosial, struktur hubungan masyarakat, serta cara masyarakat memaknai identitas dan status sosial dalam kehidupan sehari-hari. Data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan metode kualitatif, dengan tujuan untuk memahami sejauh mana budaya konsumtif membentuk perilaku sosial masyarakat dan bagaimana pengaruhnya terhadap kehidupan sosial ekonomi di Desa Makkawaru.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memfokuskan perhatian pada pemilihan informan sebagai sumber data utama dan menggali pengalaman mereka secara mendalam. Proses penelitian melibatkan pengumpulan data, interpretasi data, serta penarikan kesimpulan berdasarkan temuan lapangan. Informasi yang dikumpulkan untuk penelitian ini berasal dari informan yang merupakan masyarakat Desa Makkawaru, termasuk tokoh masyarakat, ibu rumah tangga, remaja, serta pelaku usaha lokal yang mengalami langsung dampak budaya konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari informan yang memiliki pengalaman terkait perkembangan budaya konsumtif di Desa Makkawaru dan dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat. Informan memiliki posisi penting dalam penelitian ini karena mereka dapat memberikan gambaran nyata mengenai perubahan pola konsumsi, motivasi konsumsi, serta konsekuensi sosial ekonomi yang ditimbulkan. Jenis sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan catatan lapangan, serta data sekunder, berupa literatur, dokumen desa, artikel, dan sumber-sumber penunjang lainnya yang relevan. Kedua jenis data ini digunakan untuk memperkuat analisis mengenai bagaimana budaya konsumtif memengaruhi kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru.

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada peneliti. Data jenis ini bersifat spesifik karena dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan penelitian, terutama terkait fenomena budaya konsumtif yang terjadi di masyarakat Desa Makkawaru. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan interaksi langsung dengan informan, yang memungkinkan peneliti untuk memahami perubahan pola konsumsi, gaya hidup, serta dampak sosial ekonomi yang ditimbulkan dari budaya konsumtif tersebut.

Sebagaimana dijelaskan oleh Muhammad Rizal Pahleviannur dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif*, data primer menjadi penting karena memberikan gambaran langsung mengenai realitas sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih meliputi masyarakat Desa Makkawaru, seperti tokoh masyarakat, ibu rumah tangga, remaja, pelaku usaha lokal, serta warga yang mengalami secara langsung perkembangan budaya konsumtif di wilayah tersebut. Informasi dari para informan ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam

bagaimana budaya konsumtif terbentuk dan memengaruhi kehidupan masyarakat desa.²⁵

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada sumber yang tidak menyajikan informasi secara langsung kepada peneliti, tetapi tetap memiliki relevansi kuat dengan fokus penelitian. Data sekunder digunakan sebagai pendukung dan pelengkap data primer, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena budaya konsumtif di Desa Makkawaru. Sumber sekunder dalam penelitian ini meliputi buku-buku ilmiah, artikel jurnal, hasil penelitian terdahulu, surat kabar, majalah, serta berbagai dokumen resmi lainnya yang membahas mengenai konsumsi, budaya konsumtif, perubahan sosial masyarakat pedesaan, Sumber-sumber tersebut memberikan landasan teoritis yang kuat untuk menjelaskan konsep budaya konsumtif serta membantu peneliti memahami konteks sosial yang melatarbelakangi perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Makkawaru.

D. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena budaya konsumtif yang terjadi di masyarakat Desa Makkawaru serta implikasinya terhadap kehidupan sosial masyarakat. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat menjelaskan berbagai bentuk perilaku konsumtif yang berkembang di tengah masyarakat, seperti kebiasaan membeli barang bermerek, penggunaan gawai modern, serta pola konsumsi yang cenderung berorientasi pada gaya hidup. Selain itu, pendekatan ini juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong munculnya budaya konsumtif serta dampaknya terhadap nilai kesederhanaan dan pola pengelolaan ekonomi rumah tangga masyarakat Desa Makkawaru.

²⁵ Muhammad Rizal Pahleviannur dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukoharjo, Jawa Tengah: Pradina Pustaka, 2022)

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari para informan melalui kegiatan seperti wawancara mendalam, observasi lapangan, serta pengumpulan dokumentasi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif masyarakat Desa Makkawaru. Melalui wawancara, peneliti menggali pengalaman, pandangan, serta motif warga dalam melakukan konsumsi, seperti kecenderungan membeli barang bermerek, penggunaan teknologi tertentu, dan partisipasi dalam aktivitas gaya hidup modern. erminikan realitas sosial yang dialami masyarakat.

2. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan melalui sejumlah sumber seperti jurnal akademik, buku referensi, penelitian sebelumnya, serta dokumen resmi desa yang menggambarkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat Desa Makkawaru maupun wilayah Kabupaten Pinrang secara umum. Informasi ini membantu peneliti memahami konteks perkembangan pola konsumsi masyarakat, faktor sosial ekonomi yang memengaruhinya, serta nilai budaya lokal yang turut membentuk cara masyarakat mengekspresikan perilaku konsumtif.

E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Menurut Sugiyono,²⁶ teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), dengan peneliti sebagai instrumen utama. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai implikasi budaya konsumtif dalam kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretatif, Interaktif, dan Konstruktif*, ed. ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2023)

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas, perilaku, maupun situasi yang terjadi di lapangan sehingga peneliti dapat memperoleh data yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Melalui observasi, peneliti dapat memahami berbagai fenomena sosial yang tidak selalu dapat diungkapkan melalui wawancara. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di Desa Makkawaru untuk mengamati perilaku konsumtif masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti mengamati berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pola konsumsi masyarakat, seperti kebiasaan berbelanja, penggunaan barang-barang modern, gaya hidup, serta bentuk interaksi sosial yang menunjukkan adanya perubahan akibat berkembangnya budaya konsumtif. Hasil observasi dicatat secara sistematis sebagai bahan pendukung dalam proses analisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan apabila peneliti ingin mengetahui informasi secara lebih mendalam mengenai suatu permasalahan dari informan. Dalam penelitian kualitatif, wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara yang bersifat fleksibel sehingga peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam sesuai dengan perkembangan situasi di lapangan. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti tokoh masyarakat, aparat desa, serta masyarakat yang dianggap mengetahui dan mengalami secara langsung fenomena budaya konsumtif di Desa Makkawaru.

Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai perubahan pola konsumsi masyarakat, faktor-faktor yang mendorong munculnya budaya konsumtif, serta implikasinya terhadap kehidupan sosial, ekonomi, dan hubungan antaranggota

masyarakat. Selama proses wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan, namun tetap memberikan kesempatan kepada informan untuk menyampaikan pengalaman dan pandangannya secara bebas sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan sesuai dengan fokus penelitian.

Tabel 1.3 Sumber Data Primer

Nama informan	Pekerjaan	Umur	Alamat
Nurul Annisa	Staf Notaris	25 thn	Bottae
Aswan	Pedagang	26 thn	Bottae
Rapida Anwar	Pelajar	18 thn	Bottae
Nur Hikma	Pelajar	16 thn	Bottae
Nirmalasari	Ibu Rumah Tangga	29 thn	Bottae
Hasmawati	Pembuat Kerupuk Ubi	35 thn	Bottae
Julia	Pembuat Kerupuk Ubi	28 thn	Bottae
Nursalina	Ibu Rumah tangga	22 thn	Bottae

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi menjadi salah satu metode penting dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan perubahan pola konsumsi dan dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat desa. Teknik dokumentasi ini melibatkan penelusuran dan analisis terhadap berbagai dokumen tertulis maupun visual, seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, arsip desa, foto kegiatan masyarakat, dokumen pemerintahan, serta rekaman visual lainnya yang berhubungan dengan perilaku

konsumsi masyarakat. Melalui dokumen-dokumen tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana budaya konsumtif berkembang di Desa Makkawaru seiring masuknya pengaruh modernisasi, media, dan perkembangan ekonomi.

Metode dokumentasi digunakan untuk memahami konteks sosial dan historis perubahan gaya hidup masyarakat, termasuk bagaimana masyarakat mengalihfungsikan barang, memperluas kebutuhan konsumtif, serta membangun simbol status melalui konsumsi. Analisis dokumen memungkinkan peneliti melihat dinamika budaya konsumtif secara lebih objektif, terutama yang tidak dapat diamati secara langsung di lapangan atau tidak terungkap sepenuhnya melalui wawancara.

Pada penelitian kualitatif, observasi dan wawancara menjadi instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari masyarakat. Namun, dalam konteks penelitian ini, studi dokumentasi memiliki peran yang sangat signifikan karena membantu memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat pedesaan.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam tahapan uji keabsahan data pada penelitian kualitatif, peneliti perlu memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya dan mencerminkan realitas sosial yang diteliti. Suatu penelitian kualitatif dianggap sah apabila telah melewati proses pengujian keabsahan data, salah satunya melalui *credibility* atau keterpercayaan (*validitas internal*). Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah, *credibility* merupakan kriteria utama yang menentukan kuat atau tidaknya hasil penelitian kualitatif, karena berfungsi sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana data yang dikumpulkan mampu menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan.²⁷

Dalam penelitian “Analisis Implikasi Budaya Konsumtif pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang”, uji *credibility*

²⁷ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009).

menjadi pedoman penting bagi peneliti dalam memastikan bahwa temuan mengenai perilaku konsumtif masyarakat tidak hanya berasal dari persepsi subjektif, tetapi benar-benar merupakan representasi dari fenomena sosial yang terjadi. Melalui uji credibility inilah peneliti dapat menarik kesimpulan yang valid dari data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Keterpercayaan (*Credibility*)

Perlu diketahui bahwa keterpercayaan dalam penelitian kualitatif tidak ditentukan oleh sejauh mana kesesuaian antara desain penelitian dan hasil yang diperoleh, melainkan bergantung pada kredibilitas peneliti. Kredibilitas merujuk pada sejauh mana data yang dikumpulkan dapat dianggap benar, serta menggambarkan kecocokan konsep peneliti dengan penelitian. Kredibilitas data yang ditemukan dalam penelitian ini kemudian akan diperiksa melalui kelengkapan data yang diperoleh dari berbagai sumber. Keabsahan atas hasil-hasil penelitian dilakukan melalui :

- a) Meningkatkan mutu partisipasi peneliti dalam aktivitas di lapangan;
- b) Pengamatan yang dilakukan secara berkelanjutan;
- c) Triangulasi, baik dari segi sumber maupun data, untuk memverifikasi keabsahan data dengan melakukan perbandingan dengan informan yang diperoleh dari sumber lain, dilakukan untuk memperdalam pemahaman terhadap hubungan antara berbagai data;
- d) Keterlibatan rekan sejawat untuk berdiskusi, memberikan saran, dan kritik dalam proses penelitian;
- e) Menggunakan sumber referensi untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap kebenaran data yang diperoleh, berupa rekaman, tulisan, salinan, dan sebagainya;
- f) Pengecekan terhadap hasil-hasil yang diperoleh untuk perbaikan dan penambahan, serta untuk mengidentifikasi kemungkinan kesalahan atau kekeliruan dalam penyediaan data yang diperlukan oleh peneliti.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model analisis data interaktif Miles dan Huberman. Menurut Qomaruddin dan Sa'diyah, analisis data kualitatif merupakan proses yang dilakukan secara sistematis untuk mengolah, menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan data sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Model analisis data Miles dan Huberman terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan.²⁸

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengelompokkan, dan mengorganisasi data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap ini peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru. Data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian disisihkan, sedangkan data yang relevan dikelompokkan berdasarkan tema-tema penelitian sehingga memudahkan proses analisis selanjutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis agar memudahkan peneliti memahami fenomena yang diteliti. Penyajian data dapat berupa uraian naratif, matriks, tabel, atau bagan sehingga hubungan antar data dapat terlihat dengan jelas. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga memberikan gambaran mengenai implikasi budaya konsumtif terhadap kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru.

²⁸ Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, (2024), 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

3. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan makna data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi secara terus-menerus melalui pengecekan kembali data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar temuan penelitian memiliki tingkat keabsahan dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi yang terjadi di lapangan.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan. Rumusan masalah tersebut menjadi dasar dalam memahami fenomena budaya konsumtif masyarakat di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, khususnya terkait pola konsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga menggambarkan faktor-faktor yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif serta implikasinya terhadap perubahan nilai kesederhanaan dan pola pengelolaan ekonomi rumah tangga masyarakat. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa tahapan pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung di lapangan kepada informan penelitian.

Kegiatan penelitian ini dilakukan selama satu bulan setelah mendapatkan izin penelitian dari kampus Institut Agama Islam Negeri Parepare yang ditujukan kepada pemerintah Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena dianggap mampu memahami fenomena budaya konsumtif yang terjadi di masyarakat Desa Makkawaru Kecamatan Mattiro Bulu secara mendalam. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan faktor-faktor yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif serta implikasinya terhadap kehidupan sosial dan pola pengelolaan ekonomi rumah tangga masyarakat.

1. Fenomena Budaya Konsumtif Masyarakat Desa Makkawaru

Fenomena budaya konsumtif dalam kehidupan masyarakat saat ini dapat dilihat dari perubahan pola perilaku sosial masyarakat dalam aktivitas sehari-hari. Masyarakat tidak hanya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga mulai menjadikan konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup. Keadaan ini terlihat dari meningkatnya kebiasaan masyarakat dalam mengikuti tren yang sedang berkembang,

baik dalam bidang fashion, penggunaan teknologi, makanan, maupun gaya hidup modern lainnya.²⁹

Budaya konsumtif juga terlihat dari adanya kecenderungan masyarakat untuk menilai keberhasilan atau status sosial seseorang melalui barang yang dimiliki. Kepemilikan barang tertentu sering dianggap mampu meningkatkan rasa percaya diri serta memberikan pengakuan sosial di lingkungan masyarakat. Akibatnya, sebagian masyarakat rela mengeluarkan penghasilan yang cukup besar demi memenuhi keinginan konsumsi meskipun barang tersebut belum tentu menjadi kebutuhan utama.

Fenomena budaya konsumtif ditandai dengan perubahan kebiasaan masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja. Kemudahan akses belanja online membuat masyarakat dapat membeli barang kapan saja tanpa harus datang langsung ke pasar atau toko. Adanya promo, diskon, gratis ongkir, serta pembayaran digital juga semakin mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian secara berulang. Kondisi tersebut secara tidak langsung membentuk perilaku konsumsi yang lebih praktis namun cenderung berlebihan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan modernisasi telah membawa perubahan terhadap pola hidup masyarakat, terutama dalam cara masyarakat memandang kebutuhan dan keinginan. Konsumsi tidak lagi dipahami hanya sebagai usaha memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga menjadi sarana untuk mengikuti perkembangan zaman dan menunjukkan identitas sosial dalam lingkungan masyarakat.

Fenomena budaya konsumtif dalam kehidupan masyarakat di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang mengalami perkembangan yang cukup signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup modern. Kehadiran media sosial, marketplace, serta berbagai platform digital membuat masyarakat lebih mudah mengakses informasi mengenai produk-produk

²⁹ Fiky Binti Zakiyah, Madia Mutiara Andini, and Lyca Shelya Dewi, "Fiky Binti Zakiyah, Madia Mutiara Andini, Dan Lyca Shelya Dewi, 'Analisis Fenomena Budaya Konsumerisme Fastfood Bagi Kalangan Generasi Z,' SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS 2, No. 2 (2024): 96–102, <https://doi.org/10.62383/Sosial.V2i2.144>."

terbaru. Dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas konsumsi tidak lagi hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren, gaya hidup, dan perkembangan zaman. Budaya konsumtif sendiri merupakan perilaku masyarakat yang cenderung membeli atau menggunakan barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan utama.

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pola interaksi serta perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial memungkinkan masyarakat memperoleh berbagai informasi, termasuk mengenai produk, promosi, dan tren gaya hidup, secara cepat dan berkelanjutan. Menurut Muhammad Qadaruddin dan Wahyuddin Bakri,³⁰ media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi postmilenial dan memiliki pengaruh dalam membentuk cara berpikir, berinteraksi, serta menyerap berbagai informasi di era digital. Oleh karena itu, fenomena meningkatnya kecenderungan masyarakat Desa Makkawaru membeli barang karena promosi, diskon, atau mengikuti tren dapat dipahami sebagai salah satu dampak dari intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Budaya konsumtif di Desa Makkawaru berlangsung secara terus-menerus karena didukung oleh perkembangan teknologi digital yang semakin memudahkan aktivitas belanja masyarakat. Kemudahan pembayaran digital, layanan pengiriman yang cepat, serta banyaknya penawaran menarik membuat masyarakat semakin aktif melakukan konsumsi. Fenomena tersebut tidak hanya memengaruhi pola pengeluaran masyarakat, tetapi juga membawa perubahan terhadap gaya hidup dan hubungan sosial di lingkungan masyarakat. Dari sisi positif, perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi, perilaku konsumtif yang berlebihan dapat mendorong munculnya sikap hidup boros, meningkatnya persaingan sosial, serta berkurangnya kebiasaan hidup sederhana dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif pada masyarakat

³⁰ Muhammad Qadaruddin dan Wahyuddin Bakri, *Islam, Media Sosial dan Generasi Postmilenial* (Sleman Yogyakarta: Deepublish, 2023)

Desa Makkawaru dipengaruhi tidak hanya oleh kebutuhan hidup, tetapi juga oleh perkembangan teknologi, lingkungan sosial, dan perubahan gaya hidup masyarakat modern.

Berdasarkan hasil observasi, fenomena budaya konsumtif pada masyarakat di Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, media sosial, dan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Kehadiran media sosial dan aplikasi belanja online membuat masyarakat lebih mudah mengakses berbagai produk yang sedang tren sehingga mendorong meningkatnya aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan tersebut terlihat dari kebiasaan masyarakat yang mulai membeli barang tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena adanya keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman dan gaya hidup di lingkungan sosial. Kondisi ini tampak dari meningkatnya penggunaan barang-barang modern seperti gadget, pakaian bermerek, kosmetik, serta perlengkapan rumah tangga yang dianggap mampu menunjang penampilan dan status sosial masyarakat. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan salah satu masyarakat di Desa Makkawaru yaitu saudara N'A yang mengatakan bahwa:

“Pola belanja masyarakat di desa makkawaru ini sudah mengalami pergeseran signifikan, dimana semua orang sudah beralih ke online online”³¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa pola belanja masyarakat di Desa Makkawaru telah mengalami perubahan yang cukup signifikan dibandingkan sebelumnya. Masyarakat yang dulunya lebih sering melakukan aktivitas belanja secara langsung di pasar atau toko, kini mulai beralih menggunakan layanan belanja online. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan penggunaan internet telah memengaruhi cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

³¹ Wawancara dengan N'A di Desa Makkawaru, Staf Notaris tanggal (10 Mei 2026) Pada hari Minggu

Kemudahan akses belanja online menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat. Masyarakat dapat membeli berbagai kebutuhan hanya melalui handphone tanpa harus keluar rumah. Selain itu, adanya promo, diskon, gratis ongkir, serta banyaknya pilihan produk membuat masyarakat lebih tertarik melakukan pembelian secara online. Kondisi tersebut secara tidak langsung mendorong munculnya perilaku konsumtif karena masyarakat menjadi lebih mudah tergoda untuk membeli barang, termasuk barang yang sebenarnya bukan kebutuhan utama.

Dapat dipahami bahwa perkembangan teknologi telah membawa perubahan terhadap pola belanja dan gaya hidup masyarakat di Desa Makkawaru. Masyarakat yang sebelumnya lebih sering melakukan aktivitas belanja secara langsung di pasar, kini mulai beralih menggunakan layanan belanja online yang dianggap lebih praktis dan mudah. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumsi masyarakat dari pola belanja tradisional menuju pola belanja berbasis digital. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh saudari N'A yang mengatakan bahwa:

“Dulu itu kita pergi kepasar untuk berbelanja sekarang masyarakatnya telah berpindah ke online dimana kalau kita pesan online tinggal menunggu saja barangnya”³²

Hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa telah terjadi perubahan gaya hidup masyarakat dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Dahulu masyarakat cenderung melakukan aktivitas belanja secara langsung di pasar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Aktivitas tersebut tidak hanya menjadi sarana memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari interaksi sosial masyarakat. Namun, seiring perkembangan teknologi dan internet, masyarakat mulai beralih menggunakan layanan belanja online yang dianggap lebih mudah dan praktis.

³² Wawancara dengan N'A di Desa Makkawaru, Staf Notaris tanggal (10 Mei 2026) Pada Hari Minggu

Perubahan tersebut terlihat dari kebiasaan masyarakat yang kini lebih memilih memesan barang melalui aplikasi belanja online dan hanya menunggu barang sampai di rumah tanpa harus pergi ke pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa pola hidup masyarakat mulai berubah ke arah yang lebih modern dan serba instan. Kemudahan akses teknologi membuat masyarakat lebih mengutamakan kepraktisan dan efisiensi dalam melakukan aktivitas konsumsi. Saudari R'A juga mengatakan bahwa :

“Kalau sekarang orang belanja lebih banyak lihat HP. Kalau ada diskon atau gratis ongkir langsung dibeli. Dulu orang lebih sering ke pasar, sekarang banyak pesan online karena lebih gampang. Tapi masyarakat sekarang juga tetap pilih-pilih harga, cari yang murah dan bagus.”³³

Perubahan gaya hidup tersebut juga memperlihatkan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat dari yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi berbasis digital. Belanja online memberikan kemudahan dalam memilih barang, membandingkan harga, serta memperoleh berbagai promo yang menarik. Akan tetapi, kemudahan tersebut juga dapat memicu meningkatnya perilaku konsumtif karena masyarakat menjadi lebih mudah tertarik membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama.

Perubahan pola belanja masyarakat tersebut juga terlihat dari jenis barang yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ibu J yang mengatakan bahwa

“banyak seperti perangkat elektronik yang canggih, kendaraan pribadi, peralatan rumah yang modern.”³⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan budaya konsumtif dalam masyarakat tidak hanya terlihat dari perubahan cara berbelanja, tetapi juga dari meningkatnya minat masyarakat terhadap barang-barang modern. Perangkat elektronik canggih seperti handphone terbaru, televisi modern, serta berbagai perlengkapan digital menjadi barang yang banyak digunakan

³³ Wawancara dengan R'A , Siswa di Desa Makkawaru 11 Mei 2026 Pada Hari Senin

³⁴ Wawancara dengan ibu J Pembuat Kerupuk Ubi di Desa Makkawaru 12 Mei 2026 Pada Hari Selasa

masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, kepemilikan kendaraan pribadi dan peralatan rumah tangga modern juga mulai dianggap sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat saat ini.

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mulai mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dengan membeli barang-barang yang dianggap mampu memberikan kemudahan serta menunjang gaya hidup. Barang yang dimiliki tidak hanya dipandang dari fungsi penggunaannya, tetapi juga menjadi bagian dari penampilan dan simbol kemajuan sosial di lingkungan masyarakat. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya perubahan pola hidup masyarakat dari yang sebelumnya lebih sederhana menjadi lebih modern dan konsumtif.

Meningkatnya penggunaan barang-barang modern juga dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi dan promosi melalui media sosial maupun marketplace. Masyarakat menjadi lebih mudah mengetahui produk terbaru sehingga muncul keinginan untuk memiliki barang yang sedang tren. Hal tersebut secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk terus melakukan konsumsi terhadap barang-barang modern dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu ibu H juga mengatakan bahwa:

“ saya sering memesan sandal model terbaru di shope karena shope biasanya menyiapkan barang promo seperti menggunakan voucher belanja seperti merek delta atau cross ”³⁵

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan marketplace dan sistem promosi digital memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Adanya voucher, diskon, dan potongan harga membuat masyarakat lebih tertarik membeli barang, bahkan terhadap barang yang sebenarnya bukan kebutuhan utama. Selain itu, keinginan untuk mengikuti model atau tren terbaru juga menjadi salah satu alasan masyarakat melakukan pembelian secara online. Seperti yang di katakan ibu N’S:

³⁵ Wawancara dengan ibu H, Pembuat Kerupuk Ubi di Desa Makkawaru 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

“Menurut saya masyarakat sekarang ada yang membeli berdasarkan kebutuhan ada juga yang berdasarkan keinginan, dimana kalau berdasarkan kebutuhannya itu seperti misalnya, kita membeli alat-alat dapur untuk di pakai memasak, kemudian kalau sesuai keinginan itu kita hanya ingin melihat-lihat ketika kita sudah membeli rasa puas kita sudah terpenuhi”³⁶

Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara informan yang menyatakan bahwa pola konsumsi masyarakat saat ini tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan pribadi dan rasa kepuasan setelah membeli barang. Informan menjelaskan bahwa pembelian berdasarkan kebutuhan biasanya dilakukan untuk memenuhi keperluan sehari-hari, seperti membeli alat-alat dapur untuk digunakan memasak. Namun, di sisi lain, masyarakat juga sering melakukan pembelian berdasarkan keinginan, yaitu membeli barang hanya karena tertarik melihat produk tersebut atau ingin merasakan kepuasan setelah memilikinya. Pernyataan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat mulai bergeser dari orientasi pemenuhan kebutuhan menuju pemenuhan keinginan dan kepuasan pribadi. Di perkuat oleh pernyataan saudari N’H mengatakan bahwa:

“kalau diliat dari teman saya dia membeli barang itu karna mengikuti trend viral,karna mereka tidak mau ketinggalan apalagi kita ini anak sekolahan anak gen z”³⁷

Berdasarkan dari hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tren viral dan lingkungan pergaulan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif masyarakat, khususnya di kalangan remaja dan generasi muda. Keinginan untuk mengikuti perkembangan tren membuat sebagian anak muda membeli barang bukan semata-mata karena kebutuhan, tetapi agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh teman sebaya. Selain itu, identitas sebagai generasi Z yang dekat dengan media

³⁶ Wawancara dengan N’S Pembuat Kerupuk ubi di Desa Makkawaru 13 Mei 2026 Pada Hari Rabu

³⁷ Wawancara dengan N’H, Siswa di Desa 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

sosial juga mendorong mereka lebih mudah terpengaruh oleh tren yang sedang populer di internet.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh faktor sosial, gaya hidup, dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan dalam lingkungan pertemanan.

2. Faktor Penyebab Budaya Konsumtif Masyarakat Desa Makkawaru

Gaya hidup konsumtif di kalangan masyarakat merupakan fenomena yang semakin mengkhawatirkan di era modern saat ini. Perkembangan teknologi dan arus globalisasi membawa perubahan besar terhadap pola hidup masyarakat, terutama dalam hal konsumsi barang dan jasa. Kemudahan akses internet, penggunaan media sosial, serta hadirnya berbagai platform belanja online membuat masyarakat semakin mudah melakukan aktivitas konsumsi kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini menyebabkan masyarakat tidak hanya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga untuk memenuhi keinginan, mengikuti tren, dan memperoleh kepuasan pribadi. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat dari yang sebelumnya bersifat sederhana menjadi lebih modern dan konsumtif.³⁸

Masyarakat saat ini berada dalam situasi yang sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial, perkembangan media digital, serta budaya populer yang berkembang di media sosial. Berbagai promosi seperti diskon, gratis ongkir, voucher belanja, hingga tren barang viral menjadi faktor yang mendorong masyarakat melakukan pembelian secara berlebihan. Selain itu, pengaruh teman sebaya dan keinginan untuk tidak tertinggal dari perkembangan zaman juga menjadi alasan masyarakat membeli barang tertentu, meskipun barang tersebut belum tentu menjadi kebutuhan utama. Fenomena ini semakin terlihat pada masyarakat yang aktif

³⁸ Fransisca, Charissa, dan Rezi Erdiansyah. "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif." *Prologia* 4, no. 2 (2020): 435–439. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>

menggunakan media sosial dan marketplace karena mereka lebih sering terpapar iklan dan gaya hidup modern. Seperti yang dikatakan A'M bahwa:

“kalau saya kemudahan transaksi belanja online yang membuat masyarakat sering berbelanja, karna biarpun mereka baring-baring atau lagi gabut dia bisa memesan apapun kapan saja apa lagi kalau ada iklan yang sering muncul membuat orang jadi tertarik membelinya tanpa memikirkan bagus tidaknya barang tersebut”³⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa kemudahan akses dalam berbelanja online menjadi salah satu faktor utama yang mendorong munculnya perilaku konsumtif pada masyarakat Desa Makkawaru. Perkembangan teknologi digital serta penggunaan smartphone yang semakin luas membuat masyarakat lebih mudah mengakses berbagai marketplace dan media sosial. Kondisi ini menyebabkan aktivitas belanja tidak lagi harus dilakukan dengan datang langsung ke pasar atau toko, melainkan cukup melalui telepon genggam dari rumah. Bahkan ketika masyarakat sedang bersantai atau memiliki waktu luang, mereka tetap dapat melakukan transaksi pembelian kapan saja sesuai keinginan mereka.

Berbagai fitur yang disediakan oleh aplikasi belanja online seperti diskon besar-besaran, gratis ongkir, voucher belanja, cashback, hingga kemunculan barang-barang viral turut memengaruhi pola konsumsi masyarakat Desa Makkawaru. Iklan yang muncul secara terus-menerus di media sosial maupun aplikasi marketplace membuat masyarakat merasa tertarik untuk membeli barang tertentu, meskipun barang tersebut belum tentu menjadi kebutuhan utama. Dalam kondisi tertentu, masyarakat cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan kualitas, manfaat, maupun dampak terhadap kondisi keuangan mereka.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan media digital telah membawa perubahan pada pola hidup masyarakat Desa Makkawaru, khususnya dalam hal konsumsi. Jika dahulu masyarakat lebih mengutamakan pembelian

³⁹Wawancara dengan A'M Pedagang Sayur di Desa Makkawaru 15 Mei 2026 Pada Hari Jum'at

berdasarkan kebutuhan pokok, kini sebagian masyarakat mulai dipengaruhi oleh tren, gaya hidup modern, serta keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman. Kemudahan transaksi online juga membuat masyarakat semakin terbiasa dengan budaya konsumtif karena proses pembelian dapat dilakukan dengan cepat dan praktis. Dengan demikian, media sosial dan marketplace tidak hanya menjadi sarana jual beli, tetapi juga berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat di Desa Makkawaru. Selain itu A'M juga mengatakan bahwa:

“faktor gengsi juga biasa, karna ketika melihat orang-orang terdekat kita memiliki atau membeli barang yang sedang viral, terus kita tidak punya”⁴⁰

“biasanya juga kalau pemasukan meningkat atau lebih langsung mulai lagi lah belanja”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan informan, ditemukan bahwa budaya konsumtif yang berkembang di Desa Makkawaru dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sosial dan perkembangan teknologi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu yang mendorong munculnya perilaku konsumtif. Salah satu faktor yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keinginan masyarakat untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Masyarakat cenderung tertarik membeli barang yang sedang populer agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh lingkungan sekitarnya. Selain itu, rasa gengsi dan keinginan memperoleh pengakuan sosial juga menjadi faktor yang mendorong perilaku konsumtif.

⁴⁰ Wawancara dengan A'M Pedagang Sayur di Desa Makkawaru 15 Mei 2026 Pada Hari Jum'at

Sebagian masyarakat menganggap bahwa kepemilikan barang tertentu dapat meningkatkan kepercayaan diri serta menunjukkan status sosial mereka di tengah masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat tidak hanya membeli barang karena kebutuhan, tetapi juga karena adanya keinginan untuk mendapatkan penghargaan dan pengakuan dari lingkungan sosial.

Temuan ini sejalan dengan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard yang menjelaskan bahwa masyarakat modern tidak lagi mengonsumsi barang berdasarkan nilai guna semata, melainkan berdasarkan nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Barang digunakan sebagai simbol identitas, prestise, dan status sosial sehingga konsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensi diri di tengah masyarakat. Jean Baudrillard

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri individu dan berperan dalam membentuk perilaku konsumtif masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terbentuknya budaya konsumtif di Desa Makkawaru. Kemudahan akses internet dan penggunaan smartphone memungkinkan masyarakat memperoleh informasi mengenai berbagai produk dengan cepat dan mudah.

Media sosial juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Berbagai konten promosi, iklan produk, tren yang sedang viral, serta rekomendasi dari influencer mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian. Intensitas paparan informasi mengenai produk di media sosial membuat masyarakat lebih mudah tertarik untuk membeli barang yang sebenarnya belum menjadi kebutuhan utama. Selain media sosial, keberadaan marketplace turut memperkuat budaya konsumtif masyarakat.

Berbagai fitur yang ditawarkan seperti diskon, cashback, voucher belanja, dan gratis ongkos kirim menjadi daya tarik yang mendorong masyarakat melakukan pembelian secara berulang. Kemudahan transaksi online memungkinkan masyarakat

berbelanja kapan saja tanpa harus datang langsung ke toko atau pasar. Kondisi ini menyebabkan aktivitas konsumsi menjadi lebih praktis dan semakin sering dilakukan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital, media sosial, dan marketplace telah menjadi faktor eksternal yang paling dominan dalam mendorong terbentuknya budaya konsumtif di Desa Makkawaru. Fenomena tersebut sejalan dengan teori modernitas yang dikemukakan oleh Anthony Giddens yang menjelaskan bahwa modernisasi membawa perubahan terhadap pola hidup masyarakat, termasuk dalam cara masyarakat memenuhi kebutuhan dan melakukan aktivitas konsumsi. Perubahan tersebut menyebabkan masyarakat semakin terbuka terhadap pengaruh global, perkembangan teknologi, dan gaya hidup modern yang pada akhirnya mendorong terbentuknya budaya konsumtif.

C. Dampak Budaya Konsumtif Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat Desa Makkawaru

1. Dampak Sosial Masyarakat Desa Makkawaru

Perkembangan budaya konsumtif di tengah masyarakat tidak hanya mengubah pola konsumsi dan gaya hidup, tetapi juga berpotensi memengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Keinginan untuk memiliki barang-barang yang sedang tren, penggunaan media sosial sebagai sarana menunjukkan gaya hidup, serta meningkatnya aktivitas belanja online telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi sekadar bertujuan memenuhi kebutuhan, melainkan juga berkaitan dengan cara seseorang menampilkan diri di hadapan lingkungan sosialnya. Dalam kehidupan bermasyarakat, perilaku konsumsi sering kali melibatkan interaksi dengan orang lain, baik melalui proses saling memengaruhi, berbagi informasi mengenai produk, maupun munculnya kecenderungan untuk mengikuti gaya hidup yang berkembang di lingkungan sekitar. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif memiliki keterkaitan dengan hubungan sosial yang terjalin dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui lebih lanjut apakah perkembangan budaya konsumtif tersebut turut

memengaruhi hubungan antar masyarakat di Desa Makkawaru. Seperti yang di katakan informan yang berinisial N'S:

“Kalau menurut saya ada pengaruhnya. Dulu masyarakat lebih sering berkumpul dan saling membantu tanpa melihat siapa yang punya banyak barang atau tidak. Sekarang kadang ada pembahasan tentang barang-barang baru, seperti HP, motor, atau peralatan rumah tangga yang modern. Ada sebagian masyarakat yang ingin mengikuti apa yang dimiliki orang lain supaya tidak dianggap ketinggalan. Jadi hubungan antar masyarakat memang berubah karena pengaruh gaya hidup dan kebiasaan konsumsi yang semakin meningkat.”⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi pola konsumsi masyarakat, tetapi juga berpengaruh terhadap hubungan sosial antar masyarakat. Informan menjelaskan bahwa kepemilikan barang-barang tertentu, seperti telepon genggam, kendaraan, maupun produk yang sedang tren, sering menjadi perhatian dalam lingkungan sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa barang konsumsi tidak lagi dipandang hanya sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol yang dapat memengaruhi cara masyarakat memandang dan menilai orang lain.

Fenomena ini memperlihatkan adanya perubahan dalam pola interaksi sosial masyarakat. Jika sebelumnya hubungan sosial lebih banyak didasarkan pada nilai kebersamaan dan kekeluargaan, kini terdapat kecenderungan masyarakat untuk membandingkan kondisi ekonomi dan kepemilikan barang dengan orang lain. Perbandingan tersebut dapat memunculkan berbagai respons sosial, seperti keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang, rasa bangga terhadap kepemilikan barang tertentu, bahkan perasaan iri atau minder bagi sebagian masyarakat yang belum mampu memenuhi standar konsumsi yang sama.

Budaya konsumtif juga menjadikan barang-barang yang dimiliki seseorang sebagai bagian dari bahan pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi telah menjadi salah satu faktor yang

⁴¹ Wawancara dengan N'S Ibu Rumah Tangga di Desa Makkawaru pada tanggal 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

memengaruhi dinamika hubungan sosial masyarakat. Dengan demikian, budaya konsumtif memiliki implikasi terhadap hubungan antar masyarakat karena dapat memengaruhi pola interaksi, cara pandang sosial, serta hubungan yang terjalin di dalam lingkungan masyarakat Desa Makkawaru.

Memengaruhi hubungan sosial antar masyarakat, budaya konsumtif juga berpotensi membawa perubahan terhadap nilai-nilai sosial yang telah lama berkembang dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah nilai gotong royong. Nilai gotong royong merupakan salah satu bentuk solidaritas sosial yang mencerminkan kebersamaan, kepedulian, dan kerja sama antarwarga dalam memenuhi kepentingan bersama. Oleh karena itu, peneliti juga berupaya mengetahui apakah perkembangan gaya hidup konsumtif yang terjadi di Desa Makkawaru turut memengaruhi keberlangsungan nilai gotong royong yang selama ini menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat. Untuk memperoleh informasi tersebut, peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan mengenai perubahan nilai gotong royong sejak berkembangnya gaya hidup konsumtif di masyarakat. Dengan demikian pernyataan semua informan hampir sama dengan ibu H yang mengatakan bahwa:

“Kalau menurut saya ada perubahan. Dulu masyarakat lebih sering berkumpul dan saling membantu kalau ada kegiatan di kampung, seperti kerja bakti, membangun rumah, atau acara hajatan. Sekarang gotong royong masih ada, tetapi tidak sesering dulu. Banyak masyarakat yang lebih sibuk dengan pekerjaan masing-masing dan lebih fokus pada urusan pribadi. Selain itu, masyarakat sekarang juga lebih banyak memperhatikan kebutuhan dan keinginan pribadi, sehingga kebersamaan yang dulu sangat terasa mulai berkurang.”⁴²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa perkembangan gaya hidup konsumtif telah membawa perubahan terhadap nilai gotong royong dalam kehidupan masyarakat Desa Makkawaru. Informan menjelaskan bahwa gotong royong masih tetap dilaksanakan, namun intensitas dan partisipasi masyarakat tidak lagi seperti sebelumnya. Dahulu masyarakat lebih aktif terlibat dalam berbagai

⁴² Wawancara dengan H Pembuat Kerupuk pada tanggal 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

kegiatan bersama, seperti kerja bakti, membantu pembangunan rumah warga, maupun kegiatan sosial lainnya yang membutuhkan kerja sama antar masyarakat. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, keterlibatan masyarakat dalam kegiatan tersebut mulai mengalami penurunan.

Perubahan tersebut dapat dikaitkan dengan berkembangnya budaya konsumtif yang mendorong masyarakat untuk lebih berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan pribadi. Kesibukan dalam bekerja untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi, serta meningkatnya perhatian terhadap gaya hidup dan kepemilikan barang, menyebabkan sebagian masyarakat memiliki waktu yang lebih terbatas untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Akibatnya, interaksi sosial yang sebelumnya banyak terjalin melalui aktivitas gotong royong menjadi semakin berkurang. Selain itu, budaya konsumtif juga membawa perubahan pada pola kehidupan masyarakat yang semakin individualistik.

Masyarakat cenderung lebih fokus pada pencapaian dan kepentingan pribadi dibandingkan dengan aktivitas yang bersifat kolektif. Kondisi ini secara tidak langsung memengaruhi nilai kebersamaan yang selama ini menjadi ciri khas kehidupan masyarakat pedesaan. Meskipun demikian, nilai gotong royong belum sepenuhnya hilang karena masyarakat masih menunjukkan sikap saling membantu pada kegiatan-kegiatan tertentu yang dianggap penting bagi kepentingan bersama.

Temuan ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif memiliki implikasi terhadap kehidupan sosial masyarakat, khususnya pada nilai gotong royong. Meskipun tidak menghilangkan budaya gotong royong secara keseluruhan, perkembangan gaya hidup konsumtif telah menyebabkan terjadinya perubahan dalam bentuk dan intensitas pelaksanaannya. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk tetap mempertahankan nilai-nilai kebersamaan dan solidaritas sosial agar tidak semakin berkurang di tengah berkembangnya budaya konsumtif dalam masyarakat. Selain itu, Perubahan nilai gotong royong yang terjadi di masyarakat menunjukkan bahwa budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi pola interaksi dan kebersamaan

antarwarga, tetapi juga dapat memengaruhi cara masyarakat memandang dan menilai satu sama lain.

Pada kehidupan sosial, kepemilikan barang tertentu sering kali menjadi simbol yang mencerminkan kondisi ekonomi, gaya hidup, bahkan kedudukan seseorang di lingkungan masyarakat. Barang-barang seperti kendaraan pribadi, telepon genggam, maupun peralatan rumah tangga modern tidak hanya memiliki nilai guna, tetapi juga dapat menjadi penanda status sosial di tengah masyarakat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumtif berpotensi membentuk perbedaan persepsi sosial berdasarkan kepemilikan barang. Masyarakat yang memiliki barang-barang yang dianggap lebih modern atau bernilai tinggi terkadang memperoleh perhatian atau penilaian tertentu dari lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, peneliti berupaya mengetahui apakah budaya konsumtif yang berkembang di Desa Makkawaru turut memunculkan perbedaan status sosial berdasarkan kepemilikan barang di kalangan masyarakat. Seperti yang dikatakan ibu J bahwa :

“Iya, ada. Sekarang kalau ada orang yang punya motor baru, rumah yang bagus, atau HP yang mahal biasanya dianggap lebih berada. Masyarakat kadang melihat itu sebagai tanda bahwa orang tersebut ekonominya lebih baik. Jadi secara tidak langsung memang ada perbedaan pandangan terhadap orang yang memiliki banyak barang dibandingkan yang tidak. Tapi di sini masih banyak juga masyarakat yang tetap menghargai orang dari perilaku dan cara bergaulnya, bukan hanya dari barang yang dimiliki.”⁴³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa kepemilikan barang menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pandangan masyarakat terhadap status sosial seseorang. Informan menjelaskan bahwa masyarakat cenderung menganggap individu yang memiliki rumah yang bagus, kendaraan baru, atau telepon genggam yang mahal sebagai orang yang memiliki kondisi ekonomi yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa barang-barang yang dimiliki seseorang tidak hanya

⁴³ Wawancara dengan H Pembuat Kerupuk pada tanggal 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi simbol yang dapat mencerminkan posisi sosial seseorang di lingkungan masyarakat.

Fenomena tersebut merupakan salah satu bentuk implikasi budaya konsumtif dalam kehidupan sosial masyarakat. Perkembangan budaya konsumtif mendorong masyarakat untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kepemilikan barang dan gaya hidup. Akibatnya, barang konsumsi tidak hanya memiliki nilai guna, tetapi juga memiliki nilai sosial yang dapat memengaruhi cara masyarakat menilai individu lain. Semakin banyak atau semakin modern barang yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi pula kemungkinan masyarakat memberikan penilaian positif terhadap status ekonominya.

Kondisi ini juga dapat mendorong sebagian masyarakat untuk mengikuti pola konsumsi tertentu demi memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitar. Keinginan untuk dianggap mampu atau tidak tertinggal dari orang lain dapat menyebabkan masyarakat terdorong membeli barang-barang yang sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama. Dengan demikian, budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat membentuk persepsi mengenai status sosial seseorang. Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat menjadikan kepemilikan barang sebagai satu-satunya ukuran dalam menilai seseorang.

Masih terdapat masyarakat yang lebih menghargai sikap, perilaku, dan hubungan sosial yang baik dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial tradisional masih tetap bertahan di tengah berkembangnya budaya konsumtif.

Meskipun kepemilikan barang dapat memengaruhi pandangan terhadap status sosial, hubungan sosial dan karakter individu tetap menjadi aspek penting dalam kehidupan masyarakat Desa Makkawaru. Dengan demikian, budaya konsumtif telah memberikan pengaruh terhadap cara masyarakat memandang status sosial seseorang. Kepemilikan barang tertentu dapat menjadi simbol yang mencerminkan kondisi ekonomi dan kedudukan sosial di masyarakat, meskipun penilaian terhadap seseorang

masih dipengaruhi pula oleh nilai-nilai sosial dan hubungan kemasyarakatan yang ada.

2. Dampak Ekonomi dalam Pengelolaan Keuangan Keluarga

Budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi kehidupan sosial masyarakat, tetapi juga memberikan dampak terhadap kondisi ekonomi masyarakat. Perkembangan teknologi, media sosial, dan kemudahan berbelanja secara online mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan kegiatan konsumsi. Keinginan untuk mengikuti tren, memiliki barang-barang terbaru, dan memenuhi gaya hidup tertentu menyebabkan pengeluaran masyarakat semakin meningkat.

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tidak lagi membeli barang semata-mata berdasarkan kebutuhan, tetapi juga berdasarkan keinginan dan pengaruh lingkungan sosial. Kondisi ini dapat menyebabkan sebagian masyarakat mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Akibatnya, kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan menjadi berkurang karena sebagian besar pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Selain itu, budaya konsumtif juga dapat mendorong masyarakat untuk melakukan pengeluaran yang melebihi kemampuan ekonomi yang dimiliki.

Keinginan untuk memiliki barang yang sama dengan orang lain atau mengikuti perkembangan tren sering kali membuat masyarakat lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan pertimbangan ekonomi jangka panjang. Jika kondisi ini berlangsung secara terus-menerus, maka dapat memengaruhi stabilitas ekonomi keluarga.

Budaya konsumtif juga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Tingginya aktivitas konsumsi dapat meningkatkan perputaran ekonomi melalui bertambahnya transaksi jual beli, baik di toko lokal maupun melalui platform digital. Dengan demikian, budaya konsumtif memiliki dampak ekonomi yang bersifat ganda, yaitu dapat meningkatkan aktivitas ekonomi

masyarakat, tetapi juga berpotensi menimbulkan pemborosan dan kesulitan dalam pengelolaan keuangan apabila tidak disertai dengan perilaku konsumsi yang bijaksana.

Selain memengaruhi hubungan sosial dan pandangan masyarakat terhadap status sosial seseorang, budaya konsumtif juga memiliki kaitan yang erat dengan kondisi ekonomi keluarga. Keinginan untuk memiliki barang-barang yang dianggap modern, mengikuti tren yang sedang berkembang, serta memenuhi tuntutan gaya hidup tertentu dapat memengaruhi pola pengeluaran rumah tangga. Dalam banyak kasus, masyarakat tidak hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, tetapi juga berdasarkan keinginan untuk memperoleh kepuasan, kenyamanan, maupun pengakuan dari lingkungan sosial.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpotensi memengaruhi cara keluarga mengelola keuangan mereka. Semakin tinggi tingkat konsumsi yang dilakukan, semakin besar pula pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh keluarga. Apabila tidak disertai dengan perencanaan keuangan yang baik, kebiasaan konsumtif dapat menyebabkan berkurangnya kemampuan keluarga dalam memenuhi kebutuhan lain yang lebih penting. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap kondisi keuangan keluarga di Desa Makkawaru. Seperti yang dikatakan saudari R bahwa:

“Menurut saya ada pengaruhnya. Sekarang masyarakat lebih sering berbelanja, apalagi dengan adanya belanja online yang memudahkan orang membeli barang kapan saja. Kadang-kadang pengeluaran keluarga jadi bertambah karena banyak membeli barang yang diinginkan, bukan yang dibutuhkan. Kalau terus seperti itu, keuangan keluarga bisa terganggu karena uang cepat habis dan tabungan jadi berkurang.”⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa gaya hidup konsumtif memberikan pengaruh terhadap kondisi keuangan keluarga masyarakat Desa Makkawaru. Informan menjelaskan bahwa kemudahan dalam berbelanja serta banyaknya promosi yang ditawarkan melalui berbagai media mendorong masyarakat

⁴⁴Wawancara dengan R Siswa di Desa Makkawaru) pada tanggal 11 Mei 2026 Pada Hari Senin

untuk melakukan pembelian secara lebih sering. Kondisi tersebut menyebabkan pengeluaran keluarga mengalami peningkatan, terutama ketika pembelian dilakukan berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan yang mendesak.

Perkembangan budaya konsumtif telah mengubah pola pengelolaan keuangan sebagian masyarakat. Jika sebelumnya pengeluaran lebih difokuskan pada pemenuhan kebutuhan pokok, kini sebagian masyarakat juga mengalokasikan pendapatannya untuk membeli barang-barang yang sedang tren atau dianggap dapat menunjang gaya hidup. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada nilai guna suatu barang, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, perkembangan teknologi, dan keinginan untuk mengikuti tren yang berkembang di masyarakat.

Dampak budaya konsumtif terhadap keuangan keluarga tidak hanya terlihat dari meningkatnya pengeluaran rumah tangga, tetapi juga dapat memengaruhi cara masyarakat memenuhi keinginan konsumsi mereka. Keinginan untuk memiliki barang tertentu, mengikuti perkembangan tren, atau memenuhi gaya hidup yang dianggap modern terkadang mendorong masyarakat untuk mencari berbagai cara agar dapat memperoleh barang yang diinginkan. Dalam kondisi tertentu, ketika pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi, sebagian masyarakat dapat memilih untuk meminjam uang atau berhutang guna memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi mereka.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumtif berpotensi memengaruhi perilaku keuangan masyarakat, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk berhutang. Keputusan tersebut dapat dilakukan karena adanya dorongan untuk segera memiliki suatu barang tanpa harus menunggu hingga memiliki dana yang cukup. Oleh karena itu, peneliti perlu mengetahui apakah budaya konsumtif yang berkembang di Desa Makkawaru turut mendorong masyarakat untuk berhutang dalam memenuhi keinginan konsumsi mereka. Informan yang berinisial N'H mengatakan :

“Iya, sekarang ada juga masyarakat yang berhutang untuk membeli barang yang mereka inginkan. Apalagi sejak adanya fitur pembayaran seperti Shopee PayLater dan pinjaman online lainnya. Banyak orang merasa terbantu karena bisa mendapatkan barang terlebih dahulu lalu membayarnya secara cicilan. Biasanya yang sering dibeli itu seperti handphone, pakaian, peralatan rumah tangga, dan barang-barang yang sedang tren. Namun, ada juga yang akhirnya kesulitan membayar karena terlalu banyak mengambil cicilan. Jadi menurut saya, kemudahan pembayaran sekarang membuat masyarakat lebih mudah berhutang untuk membeli barang yang diinginkan.”⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa perkembangan budaya konsumtif turut memengaruhi perilaku masyarakat dalam menggunakan fasilitas hutang untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi. Informan menjelaskan bahwa kemudahan layanan pembayaran digital seperti Shopee PayLater telah memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat untuk memperoleh barang tanpa harus membayar secara langsung pada saat pembelian. Kondisi ini menyebabkan masyarakat memiliki kesempatan yang lebih besar untuk melakukan konsumsi meskipun belum memiliki dana yang cukup.

Kehadiran layanan PayLater menjadi salah satu faktor yang mendukung berkembangnya perilaku konsumtif di masyarakat. Sistem pembayaran yang memungkinkan pembeli memperoleh barang terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari sering kali mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian secara lebih mudah dan cepat. Akibatnya, keputusan membeli suatu barang tidak lagi sepenuhnya mempertimbangkan kemampuan ekonomi yang dimiliki, melainkan lebih didasarkan pada keinginan untuk segera memiliki barang tersebut.

Selain memberikan kemudahan dalam bertransaksi, penggunaan layanan PayLater juga dapat menimbulkan konsekuensi ekonomi apabila tidak digunakan secara bijaksana. Masyarakat yang terlalu sering melakukan pembelian dengan sistem cicilan berisiko mengalami peningkatan beban pengeluaran pada bulan-bulan berikutnya. Dalam beberapa kasus, kondisi tersebut dapat menyebabkan kesulitan

⁴⁵ Wawancara dengan N'H, Siswa di Desa Makkawaru pada tanggal 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

dalam mengatur keuangan keluarga karena sebagian pendapatan harus dialokasikan untuk membayar tagihan yang telah jatuh tempo.

Temuan ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif dan kemudahan akses kredit digital memiliki hubungan yang erat dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat. Keinginan untuk mengikuti tren, memiliki barang yang dianggap modern, atau memenuhi gaya hidup tertentu dapat mendorong masyarakat memanfaatkan fasilitas PayLater sebagai solusi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Dengan demikian, penggunaan layanan seperti Shopee PayLater menjadi salah satu bentuk implikasi budaya konsumtif yang berpengaruh terhadap kondisi ekonomi masyarakat Desa Makkawaru.

Fenomena penggunaan layanan hutang dan pembayaran cicilan menunjukkan bahwa budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi pola konsumsi masyarakat, tetapi juga berpengaruh terhadap cara masyarakat mengelola keuangan mereka. Kemudahan memperoleh barang melalui sistem kredit atau PayLater dapat meningkatkan pengeluaran masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Kondisi ini berpotensi memengaruhi kemampuan masyarakat untuk menyisihkan sebagian pendapatannya sebagai tabungan.

Menabung merupakan salah satu bentuk pengelolaan keuangan yang penting dalam kehidupan keluarga. Melalui kebiasaan menabung, masyarakat dapat mempersiapkan kebutuhan di masa depan serta mengantisipasi berbagai kebutuhan yang tidak terduga. Namun, di tengah berkembangnya budaya konsumtif dan meningkatnya keinginan untuk membeli berbagai barang, kebiasaan menabung dapat mengalami perubahan. Sebagian masyarakat mungkin lebih memilih menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dibandingkan menyisihkan uang untuk ditabung. Seperti yang dikatakan ibu N'S bahwa :

“Kalau menurut saya, kebiasaan menabung masih ada di masyarakat, tetapi tidak sebanyak dulu. Sekarang sebagian masyarakat lebih sering menggunakan uangnya untuk berbelanja atau membeli barang yang diinginkan. Apalagi dengan adanya belanja online yang membuat orang lebih

*mudah mengeluarkan uang. Kadang setelah kebutuhan sehari-hari dan keinginan lainnya terpenuhi, sudah tidak banyak lagi uang yang bisa ditabung. Namun masih ada juga masyarakat yang tetap berusaha menabung untuk kebutuhan masa depan, seperti biaya pendidikan anak, kebutuhan mendadak, atau keperluan lainnya.*⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa kebiasaan menabung masih ditemukan dalam kehidupan masyarakat Desa Makkawaru, meskipun mengalami perubahan dibandingkan dengan masa sebelumnya. Informan menjelaskan bahwa sebagian masyarakat masih menyadari pentingnya menabung sebagai persiapan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Namun, perkembangan gaya hidup konsumtif menyebabkan sebagian masyarakat lebih banyak mengalokasikan pendapatannya untuk kegiatan konsumsi dibandingkan untuk disimpan sebagai tabungan.

Kemudahan dalam berbelanja, terutama melalui platform digital dan marketplace, menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku keuangan masyarakat. Berbagai promosi, diskon, dan kemudahan transaksi mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian secara lebih sering. Akibatnya, sebagian pendapatan yang seharusnya dapat disisihkan untuk tabungan digunakan untuk memenuhi berbagai keinginan konsumsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif memiliki pengaruh terhadap kebiasaan masyarakat dalam mengelola keuangan keluarga.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Fenomena Budaya Konsumtif Masyarakat Desa Makkawaru

Berdasarkan hasil penelitian, fenomena budaya konsumtif pada masyarakat Desa Makkawaru menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, media sosial, dan perubahan gaya hidup masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat saat ini lebih mudah melakukan aktivitas belanja melalui marketplace dan media sosial dibandingkan

⁴⁶ Wawancara dengan N'A Masyarakat di Desa Makkawaru Staf Notaris 10 Mei 2026 Pada Hari Minggu

dengan berbelanja secara langsung di pasar. Kemudahan akses, banyaknya promosi, diskon, voucher belanja, serta gratis ongkos kirim menjadi faktor yang mendorong masyarakat semakin aktif melakukan konsumsi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga untuk memenuhi keinginan dan memperoleh kepuasan pribadi. Hal ini terlihat dari kebiasaan masyarakat membeli barang karena mengikuti tren yang sedang populer, tertarik pada promosi yang ditawarkan, atau ingin memiliki barang yang dianggap modern. Bahkan, sebagian masyarakat membeli barang meskipun barang yang sama masih dapat digunakan dengan baik. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya pergeseran pola konsumsi dari orientasi kebutuhan menuju orientasi keinginan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pemikiran Jean Baudrillard yang menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, seseorang tidak lagi mengonsumsi barang semata-mata karena nilai guna yang dimilikinya, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Barang digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan identitas diri, gaya hidup, dan status sosial di tengah masyarakat.⁴⁷ Dalam konteks penelitian ini, masyarakat Desa Makkawaru tidak hanya membeli barang untuk digunakan, tetapi juga untuk mengikuti perkembangan zaman dan memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan sekitar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam mengubah cara masyarakat Desa Makkawaru memperoleh informasi dan menentukan pilihan ketika membeli suatu barang. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, masyarakat yang sebelumnya lebih banyak memperoleh informasi mengenai suatu produk dari keluarga, tetangga, atau toko di sekitar desa, kini lebih sering menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama. Melalui Facebook, TikTok, Instagram, dan WhatsApp, masyarakat setiap hari disugahi

⁴⁷ Rizqi Nurul Azizah, "Rizqi Nurul Azizah, 'Budaya Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Antara Gaya Hidup Dan Tekanan Sosial,' SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara 5, No. 1 (2026): 36–47, <https://doi.org/10.55123/Sabana.V5i1.7390>."

berbagai konten mengenai produk terbaru, ulasan pengguna, video promosi, hingga siaran langsung penjualan (*live shopping*). Paparan informasi tersebut membuat masyarakat lebih mudah mengenal berbagai produk yang sebelumnya tidak pernah mereka ketahui. Perubahan tersebut berlangsung secara bertahap.

Pada awalnya media sosial hanya dimanfaatkan sebagai sarana berkomunikasi, berbagi informasi, dan mencari hiburan. Namun, seiring berkembangnya fitur-fitur yang tersedia, media sosial mulai dimanfaatkan sebagai tempat mempromosikan berbagai produk dan jasa. Banyak pelaku usaha, influencer, maupun kreator konten yang secara rutin menampilkan produk dengan cara yang menarik sehingga mampu membangkitkan rasa ingin tahu masyarakat. Akibatnya, masyarakat tidak hanya melihat produk yang ditawarkan, tetapi juga mulai tertarik untuk mencoba dan memilikinya. Kondisi inilah yang secara perlahan mengubah kebiasaan masyarakat dalam mengambil keputusan ketika akan membeli suatu barang.

Berdasarkan hasil penelitian, perubahan tersebut terlihat dalam berbagai bentuk yang ditemukan di Desa Makkawaru. Masyarakat mulai terbiasa mencari informasi mengenai suatu produk melalui media sosial sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu, masyarakat juga lebih sering menunggu adanya promo, diskon, voucher belanja, gratis ongkos kirim, maupun program *flash sale* yang banyak diinformasikan melalui media sosial dan marketplace. Tidak sedikit masyarakat yang akhirnya membeli suatu barang karena melihat ulasan pengguna lain, rekomendasi dari influencer, atau karena produk tersebut sedang banyak digunakan oleh orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat memperoleh informasi, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat menentukan pilihan dalam berbelanja. Pengaruh media sosial juga terlihat dari semakin cepatnya penyebaran tren di tengah masyarakat. Produk yang sedang viral dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat Desa Makkawaru meskipun produk tersebut berasal dari luar daerah. Informasi mengenai model pakaian, alas kaki, kosmetik, perlengkapan rumah tangga, hingga makanan dan minuman yang sedang populer menyebar dengan sangat cepat melalui media sosial. Akibatnya, sebagian masyarakat terdorong untuk membeli

produk tersebut karena merasa tertarik setelah melihat tampilannya, membaca ulasan, atau mengetahui bahwa banyak orang telah menggunakannya. Keadaan ini menunjukkan bahwa media sosial telah mempercepat penyebaran informasi sekaligus memengaruhi pilihan masyarakat dalam membeli berbagai kebutuhan maupun barang yang diinginkan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh media sosial lebih terlihat pada kalangan remaja dan generasi muda. Kelompok ini lebih aktif menggunakan media sosial sehingga lebih sering terpapar berbagai informasi mengenai tren yang sedang berkembang. Keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman, mencoba produk yang sedang populer, serta tidak merasa tertinggal dari teman sebaya menjadi salah satu alasan mereka melakukan pembelian. Meskipun demikian, pengaruh media sosial tidak hanya dirasakan oleh generasi muda, tetapi juga mulai terlihat pada kalangan ibu rumah tangga yang memanfaatkan media sosial untuk mencari kebutuhan rumah tangga, pakaian, perlengkapan dapur, hingga berbagai barang yang ditawarkan dengan harga promo. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah membawa perubahan terhadap cara masyarakat Desa Makkawaru memperoleh informasi, menentukan pilihan, dan melakukan aktivitas belanja. Kemudahan mengakses informasi, banyaknya promosi, serta cepatnya penyebaran tren membuat masyarakat semakin mudah mengenal berbagai produk baru. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat pada meningkatnya aktivitas belanja secara daring, tetapi juga pada cara masyarakat mempertimbangkan suatu barang sebelum membeli, yang kini lebih banyak dipengaruhi oleh informasi dan tren yang berkembang di media sosial dibandingkan dengan pengalaman berbelanja secara langsung.

Menurut Baudrillard, masyarakat modern hidup dalam kondisi yang disebut sebagai masyarakat konsumsi (consumer society), yaitu masyarakat yang cenderung mengonsumsi tanda, simbol, dan citra yang melekat pada suatu barang. Dalam penelitian ini, kondisi tersebut terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap

gadget terbaru, pakaian bermerek, kendaraan pribadi, dan berbagai produk yang dianggap mampu menunjang penampilan serta meningkatkan status sosial. Barang-barang tersebut tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga menjadi simbol modernitas dan keberhasilan seseorang di lingkungan masyarakat. Dengan demikian, fenomena budaya konsumtif yang terjadi di Desa Makkawaru menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi digital, media sosial, dan perubahan gaya hidup.

Konsumsi tidak lagi hanya bertujuan memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana untuk memperoleh kepuasan, mengikuti tren, membangun identitas sosial, dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar. Temuan ini memperkuat pandangan Baudrillard bahwa masyarakat modern cenderung mengonsumsi simbol dan makna sosial yang terkandung dalam suatu barang, bukan hanya manfaat atau kegunaannya.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat di berbagai wilayah, termasuk masyarakat pedesaan. Kemudahan mengakses marketplace, banyaknya pilihan produk, serta promosi seperti diskon, voucher belanja, dan gratis ongkos kirim mendorong masyarakat melakukan pembelian dengan lebih mudah dan cepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi tidak lagi didasarkan sepenuhnya pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai strategi pemasaran digital yang mampu membangkitkan keinginan konsumen. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga membentuk budaya konsumsi baru yang lebih berorientasi pada pemenuhan keinginan daripada kebutuhan.⁴⁸

⁴⁸ Solihin, "Sepriadi Solihin Dan Saefudin Zuhdi, 'Pengaruh Kualitas Website Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore.Com,' Jurnal Informatika Kesatuan 1, No. 1 (2021): 13–22, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.403>."

Munculnya fenomena Fear of Missing Out (FOMO) semakin memperkuat perilaku konsumtif masyarakat. Keinginan untuk tidak tertinggal tren membuat seseorang terdorong membeli produk yang sedang populer agar tetap dianggap mengikuti perkembangan zaman. Dalam kondisi seperti ini, nilai simbolik suatu barang menjadi lebih dominan dibandingkan nilai gunanya. Barang tidak lagi dipandang hanya sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol identitas, prestise, dan pengakuan sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat modern cenderung mengonsumsi makna dan citra yang melekat pada suatu produk, sebagaimana dijelaskan dalam konsep masyarakat konsumsi Jean Baudrillard.⁴⁹

Temuan penelitian ini sejalan dengan fenomena yang sempat viral di Indonesia, yaitu kasus konsumen yang menolak membayar pesanan Cash on Delivery (COD) ketika kurir datang mengantarkan barang. Dalam beberapa kasus, penolakan tersebut bahkan disertai cekcok hingga tindakan kekerasan terhadap kurir karena pembeli menganggap barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan. Padahal, dalam mekanisme COD, kurir hanya bertugas mengantarkan barang dan menerima pembayaran, sedangkan komplain terhadap produk seharusnya diajukan kepada penjual atau platform e-commerce. Fenomena ini menunjukkan bahwa kemudahan berbelanja secara digital dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak diimbangi dengan pemahaman terhadap mekanisme transaksi dan tanggung jawab sebagai konsumen.⁵⁰

⁴⁹ Nova Rahma Dwi Pangastuti dan Dian Kusumaningtyas, “Pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*), *Flash Sale*, *Live Stream Shopping* terhadap *Impulsive Buying* pada Konsumen Lip Produk di TikTok Shop,” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 22, no. 2 (2025): 33–44, <https://doi.org/10.21831/jep.v22i2.91677>

⁵⁰ Luthfia Ayu Azanella, “Kasus Kurir COD Dimaki Konsumen, Apa yang Harus Diperbaiki?,” *Kompas.com*, 23 Mei 2021, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/23/141200165/kasus-kurir-cod-dimaki-konsumen-apa-yang-harus-diperbaiki>

2. Faktor Penyebab Budaya Konsumtif di Desa Makkawaru

a. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian, perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Makkawaru tidak terlepas dari pengaruh faktor-faktor yang berasal dari luar diri individu. Faktor tersebut meliputi perkembangan teknologi informasi, modernisasi, media sosial, marketplace, serta lingkungan sosial yang semakin terbuka terhadap arus informasi. Kehadiran internet dan telepon pintar telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berkomunikasi, serta melakukan berbagai aktivitas, termasuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Masyarakat yang sebelumnya lebih sering melakukan pembelian secara langsung di pasar atau toko kini mulai beralih memanfaatkan marketplace dan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi sekaligus melakukan transaksi.

Fenomena tersebut sejalan dengan pemikiran Anthony Giddens yang menjelaskan bahwa modernisasi merupakan proses perubahan sosial yang ditandai oleh berkembangnya teknologi, sistem komunikasi, serta meningkatnya keterhubungan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Giddens, masyarakat modern hidup dalam kondisi di mana berbagai aktivitas dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan arus informasi yang berlangsung secara cepat. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga mengubah cara mereka memperoleh informasi, menentukan pilihan, dan memenuhi berbagai kebutuhan. Dalam penelitian ini, proses modernisasi terlihat dari semakin luasnya penggunaan internet dan telepon pintar oleh masyarakat Desa Makkawaru. Kehadiran teknologi digital membuat masyarakat dapat mengakses berbagai informasi mengenai produk kapan saja dan di mana saja. Informasi mengenai barang terbaru, tren yang sedang berkembang, ulasan pembeli, hingga berbagai bentuk promosi dapat diperoleh hanya melalui media sosial maupun marketplace. Kondisi tersebut membuat masyarakat tidak lagi bergantung pada informasi yang diperoleh dari pasar atau lingkungan sekitar, tetapi juga dipengaruhi oleh informasi yang berasal dari media digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam mengubah cara masyarakat menentukan pilihan ketika membeli suatu barang. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, masyarakat kini lebih sering memperoleh informasi mengenai produk melalui Facebook, TikTok, Instagram, maupun WhatsApp. Berbagai konten seperti video promosi, ulasan produk, siaran langsung penjualan (*live shopping*), hingga rekomendasi dari kreator konten membuat masyarakat lebih mudah mengenal berbagai produk yang sebelumnya tidak mereka ketahui. Keadaan tersebut menyebabkan proses pembelian tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh informasi yang diterima setiap hari melalui media sosial. Selain media sosial, marketplace juga menjadi salah satu faktor yang mempercepat perubahan tersebut. Berbagai fitur seperti voucher belanja, diskon, cashback, gratis ongkos kirim, hingga program *flash sale* membuat masyarakat lebih tertarik membuka aplikasi belanja. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat sering memanfaatkan berbagai promo tersebut untuk memperoleh harga yang lebih murah. Bahkan, dalam beberapa kondisi, masyarakat membeli suatu barang bukan karena benar-benar membutuhkannya, melainkan karena merasa sayang apabila melewatkan kesempatan memperoleh potongan harga atau promosi yang sedang berlangsung.

Kemudahan transaksi digital juga menjadi faktor yang mendorong perubahan cara masyarakat dalam berbelanja. Sebelum berkembangnya marketplace, masyarakat harus datang langsung ke pasar atau toko untuk memperoleh barang yang diinginkan. Namun saat ini masyarakat dapat memilih barang, membandingkan harga, melakukan pembayaran secara digital maupun menggunakan sistem *Cash on Delivery* (COD), kemudian menunggu barang diantar ke rumah. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah membuat aktivitas belanja menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien dibandingkan sebelumnya.

Selain perkembangan teknologi, hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial juga memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membeli suatu barang. Sebagian informan mengaku tertarik membeli suatu produk karena melihat

teman, keluarga, maupun orang-orang di sekitarnya telah menggunakan barang tersebut. Keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman dan tidak dianggap tertinggal mendorong sebagian masyarakat membeli barang yang sedang populer. Dengan demikian, lingkungan sosial tidak hanya menjadi tempat berinteraksi, tetapi juga menjadi sumber yang memengaruhi pilihan masyarakat dalam melakukan pembelian.

Temuan tersebut memiliki kesamaan dengan fenomena yang berkembang di tingkat nasional, seperti viralnya boneka Labubu. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa banyak masyarakat rela membeli produk dengan harga tinggi karena dipengaruhi oleh tren, media sosial, dan keinginan untuk mengikuti apa yang sedang populer. Penelitian yang dilakukan oleh Dahlia Luftiani dkk. menunjukkan bahwa keputusan membeli boneka Labubu dipengaruhi oleh Fear of Missing Out (FOMO), pengaruh figur publik, serta status produk sebagai barang yang sedang tren.⁵¹ Fenomena tersebut memiliki kemiripan dengan kondisi masyarakat Desa Makkawaru yang juga cenderung tertarik membeli barang yang sedang populer agar tidak dianggap tertinggal oleh lingkungan sosialnya.

b. Faktor Internal

Selain dipengaruhi oleh faktor eksternal, hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Makkawaru juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu. Faktor tersebut meliputi meningkatnya pendapatan, keinginan untuk memperoleh kepuasan, perubahan gaya hidup, serta dorongan untuk mengikuti perkembangan zaman. Faktor-faktor tersebut memengaruhi cara masyarakat dalam menentukan prioritas ketika menggunakan pendapatan yang dimiliki.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa meningkatnya pendapatan masyarakat turut memengaruhi cara mereka dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sehari-

⁵¹ Luftiani et al., "Dahlia Luftiani, Aries Setiawan, Maria Safitri, Dan Mochammad Eric Suryakencana Wibowo, "Eksplorasi Hubungan Fear of Missing Out (FOMO), Pengaruh Selebriti, Dan Limited Edition Terhadap Purchase Intention Boneka Labubu Pada Komunitas Labubu Di Media Sosia." , " *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 5, no. 1 (2025): 89–101, <https://doi.org/10.51903/kkt7hc24>

hari. Ketika kondisi ekonomi keluarga mengalami peningkatan, masyarakat memiliki kemampuan yang lebih besar untuk membeli berbagai barang yang sebelumnya sulit dijangkau. Jika dahulu sebagian besar pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok, kini sebagian masyarakat mulai mengalokasikan pendapatannya untuk membeli telepon genggam, kendaraan pribadi, pakaian, perlengkapan rumah tangga modern, maupun barang lain yang dianggap dapat memberikan kenyamanan dan menunjang aktivitas sehari-hari. Perubahan tersebut berlangsung secara bertahap seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi lebih baik mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk memilih berbagai produk sesuai dengan kebutuhan maupun keinginannya. Selain itu, meningkatnya pendapatan juga memberikan rasa percaya diri kepada sebagian masyarakat untuk membeli barang yang sebelumnya dianggap sebagai barang mewah atau hanya dimiliki oleh kalangan tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi ekonomi turut memengaruhi pola pengeluaran masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian, perubahan tersebut terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan telepon genggam dengan spesifikasi yang lebih tinggi, membeli kendaraan pribadi, mengganti peralatan rumah tangga dengan produk yang lebih modern, serta membeli pakaian dan berbagai perlengkapan lain yang sedang populer. Barang-barang tersebut tidak hanya dipilih karena manfaatnya, tetapi juga karena dianggap mampu memberikan kenyamanan, menunjang aktivitas, dan mencerminkan gaya hidup yang lebih modern.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meningkatnya pendapatan memberikan kebebasan yang lebih besar kepada masyarakat dalam menentukan pilihan ketika berbelanja. Masyarakat dapat membandingkan berbagai produk, memilih merek yang diinginkan, serta mempertimbangkan kualitas maupun harga sebelum melakukan pembelian. Namun, di sisi lain, kemampuan ekonomi yang semakin baik juga membuat sebagian masyarakat lebih mudah tertarik terhadap berbagai produk yang dipromosikan melalui media sosial maupun marketplace.

Akibatnya, keputusan membeli tidak selalu didasarkan pada kebutuhan yang mendesak, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan, mengikuti tren, atau memiliki barang yang dianggap mampu meningkatkan rasa percaya diri.

Temuan tersebut dapat dipahami melalui perspektif Jean Baudrillard yang menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, seseorang tidak lagi mengonsumsi barang semata-mata karena nilai guna, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Barang dipandang sebagai simbol identitas, gaya hidup, dan status sosial. Dalam konteks masyarakat Desa Makkawaru, hal tersebut terlihat dari kecenderungan sebagian masyarakat membeli barang yang sedang populer, menggunakan telepon genggam terbaru, mengenakan pakaian yang mengikuti tren, maupun memiliki kendaraan pribadi sebagai bagian dari gaya hidup. Dengan demikian, keputusan membeli tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi barang, tetapi juga oleh makna sosial yang melekat pada barang tersebut.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Makkawaru merupakan hasil interaksi antara faktor eksternal dan faktor internal. Perkembangan teknologi, media sosial, marketplace, dan lingkungan sosial membuka akses masyarakat terhadap berbagai informasi dan kemudahan transaksi. Sementara itu, meningkatnya pendapatan, perubahan gaya hidup, dan keinginan memperoleh kepuasan mendorong masyarakat untuk memanfaatkan berbagai kemudahan tersebut dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Kedua faktor tersebut saling berkaitan dan bersama-sama membentuk perubahan pola konsumsi masyarakat di era modern.

3. Dampak Budaya Konsumtif Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat Desa Makkawaru

a. Dampak Sosial Budaya Konsumtif Masyarakat Desa Makkawaru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumtif telah memberikan pengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru. Perkembangan

teknologi, media sosial, serta kemudahan akses belanja online menyebabkan masyarakat semakin mudah terdorong untuk mengikuti tren dan gaya hidup tertentu. Konsumsi tidak lagi hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana untuk menunjukkan identitas dan status sosial. Interaksi sosial, kepemilikan barang seperti handphone, kendaraan, dan peralatan rumah tangga modern sering menjadi bahan pembicaraan dan penilaian sosial. Hal ini menunjukkan bahwa barang konsumsi memiliki nilai simbolik yang dapat memengaruhi cara masyarakat memandang individu lain. Akibatnya, muncul kecenderungan masyarakat untuk membandingkan kepemilikan barang, yang kemudian dapat menimbulkan rasa ingin mengikuti tren, rasa bangga, hingga perasaan minder pada sebagian masyarakat. Budaya konsumtif juga berdampak pada perubahan nilai gotong royong.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, nilai gotong royong sebagai salah satu ciri khas kehidupan masyarakat Desa Makkawaru masih tetap dipertahankan, namun intensitas pelaksanaannya mengalami penurunan dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Berbagai kegiatan yang dahulu rutin dilakukan secara bersama-sama, seperti kerja bakti membersihkan lingkungan, membantu pembangunan rumah warga, maupun kegiatan sosial lainnya, kini tidak lagi melibatkan partisipasi masyarakat secara maksimal. Sebagian informan mengungkapkan bahwa kesibukan dalam bekerja, meningkatnya aktivitas ekonomi, serta penggunaan waktu yang lebih banyak untuk aktivitas pribadi menyebabkan masyarakat memiliki waktu yang semakin terbatas untuk mengikuti kegiatan kemasyarakatan. Selain itu, perkembangan teknologi digital yang mengubah pola aktivitas masyarakat juga turut memengaruhi berkurangnya interaksi sosial secara langsung. Masyarakat cenderung lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan telepon pintar, mengakses media sosial, atau melakukan aktivitas belanja daring dibandingkan berinteraksi secara langsung dengan lingkungan sekitarnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumtif tidak hanya memengaruhi pola

⁵² Effendi, "Tadjudin Noer Effendi, 'Budaya Gotong Royong Masyarakat Dalam Perubahan Sosial Saat Ini,' Jurnal Pemikiran Sosiologi 2, No. 1 (2013): 1–18, <https://doi.org/10.22146/jps.v2i1.23403>."

konsumsi masyarakat, tetapi juga secara tidak langsung berdampak pada perubahan pola hubungan sosial dan partisipasi dalam kehidupan bermasyarakat.

Penurunan intensitas gotong royong tersebut menunjukkan adanya pergeseran orientasi kehidupan masyarakat dari nilai-nilai kolektif menuju kecenderungan yang lebih individualistik. Masyarakat mulai lebih memprioritaskan kepentingan pribadi dan keluarga dibandingkan kepentingan bersama. Pergeseran ini tidak berarti bahwa nilai gotong royong telah hilang sepenuhnya, melainkan menunjukkan adanya perubahan dalam cara masyarakat mengatur waktu, menentukan prioritas, dan membangun hubungan sosial di tengah pengaruh modernisasi. Nilai kebersamaan masih tetap terlihat pada kegiatan-kegiatan tertentu, seperti acara keagamaan, hajatan, musibah, maupun kegiatan adat, namun pelaksanaannya tidak lagi seintensif seperti sebelumnya. Dengan demikian, modernisasi dan berkembangnya budaya konsumtif secara perlahan telah mengubah pola partisipasi sosial masyarakat, meskipun belum menghilangkan sepenuhnya budaya gotong royong yang telah lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat desa.

Budaya konsumtif juga memengaruhi cara masyarakat memberikan penilaian terhadap status sosial seseorang. Berdasarkan hasil penelitian, kepemilikan barang-barang tertentu, seperti telepon pintar keluaran terbaru, kendaraan bermotor, pakaian bermerek, maupun perlengkapan rumah tangga modern, mulai dipandang sebagai simbol keberhasilan ekonomi dan prestise sosial. Tidak sedikit masyarakat yang mengaitkan kepemilikan barang tersebut dengan tingkat kesejahteraan maupun keberhasilan seseorang, sehingga muncul kecenderungan untuk membandingkan kondisi ekonomi antarindividu berdasarkan apa yang tampak di hadapan publik. Kondisi ini menunjukkan bahwa barang konsumsi tidak lagi dipandang hanya sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga memiliki nilai simbolik yang digunakan untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial di lingkungan masyarakat.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak seluruh masyarakat Desa Makkawaru menjadikan kepemilikan barang sebagai ukuran utama dalam menilai

seseorang. Sebagian informan masih mempertahankan nilai-nilai sosial tradisional yang menempatkan sikap, perilaku, kejujuran, kepedulian terhadap sesama, serta partisipasi dalam kehidupan bermasyarakat sebagai ukuran yang lebih penting dibandingkan dengan kekayaan atau barang yang dimiliki. Menurut mereka, hubungan sosial yang harmonis, saling menghormati, serta kepedulian terhadap lingkungan sekitar tetap menjadi nilai utama dalam kehidupan masyarakat desa. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun budaya konsumtif telah membawa perubahan terhadap pola interaksi dan cara pandang masyarakat, nilai-nilai sosial tradisional belum sepenuhnya tergeser. Dengan kata lain, masyarakat Desa Makkawaru saat ini berada dalam proses transisi sosial, di mana nilai-nilai modern yang menekankan gaya hidup dan konsumsi hidup berdampingan dengan nilai-nilai lokal yang masih menjunjung tinggi kebersamaan, solidaritas, dan gotong royong sebagai bagian dari identitas sosial masyarakat desa.

Fenomena tersebut juga dapat dipahami melalui konsep social climber dan budaya pamer dalam masyarakat kontemporer. Penelitian mengenai Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer (2019)⁵³ menjelaskan bahwa budaya pamer muncul ketika individu menjadikan gaya hidup, kepemilikan barang bermerek, serta simbol kemewahan sebagai cara untuk memperoleh pengakuan sosial dan membangun citra diri di lingkungan masyarakat. Dalam kondisi ini, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi sosial untuk menunjukkan keberhasilan, prestise, dan posisi seseorang dalam struktur sosial. Keinginan untuk terlihat lebih unggul dibandingkan orang lain dapat mendorong individu mengikuti tren konsumsi tertentu meskipun barang tersebut tidak selalu didasarkan pada kebutuhan utama.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumtif di Desa Makkawaru tidak hanya meningkatkan pola konsumsi masyarakat, tetapi juga mengubah cara masyarakat memaknai suatu barang. Kepemilikan telepon pintar, kendaraan, maupun

⁵³ “Mahyuddin, ‘Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer,’ Jurnal Kajian Islam Interdisipliner 2, No. 2 (2019): 117–135, <https://doi.org/10.14421/Jkii.V2i2.1086>.”

peralatan rumah tangga modern mulai dipandang sebagai simbol prestise yang memengaruhi penilaian terhadap status sosial seseorang. Akibatnya, muncul kecenderungan membandingkan kepemilikan barang, sehingga memunculkan keinginan mengikuti tren, rasa bangga, bahkan rasa minder bagi sebagian masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan fenomena flexing di media sosial, maraknya keinginan memiliki iPhone sebagai simbol status, serta tren penyelenggaraan pesta pernikahan mewah demi menjaga gengsi dan memperoleh pengakuan sosial. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi telah bergeser menjadi sarana membangun citra diri dan menunjukkan posisi sosial di tengah masyarakat.⁵⁴ Kondisi tersebut memperkuat pandangan Jean Baudrillard bahwa dalam masyarakat konsumsi, seseorang mengonsumsi barang bukan hanya karena nilai gunanya (*use value*), tetapi juga karena nilai tanda (*sign value*) yang melekat pada barang tersebut sebagai simbol identitas, prestise, dan status sosial. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Desa Makkawaru masih mempertahankan nilai-nilai sosial tradisional dengan menilai seseorang berdasarkan sikap, kepedulian, dan hubungan sosial, bukan semata-mata dari kepemilikan materi.

Berdasarkan hasil penelitian, budaya konsumtif telah membawa implikasi terhadap kehidupan sosial masyarakat Desa Makkawaru. Perubahan tersebut terlihat dari semakin meningkatnya kecenderungan masyarakat membeli barang bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengikuti tren, memperoleh kepuasan pribadi, dan meningkatkan citra diri di lingkungan sosial. Kemudahan mengakses media sosial serta platform belanja daring menjadi faktor yang mempercepat perubahan pola konsumsi masyarakat. Akibatnya, pola hidup masyarakat yang sebelumnya lebih sederhana mulai bergeser ke arah gaya hidup yang lebih modern dan konsumtif.

⁵⁴ Rosida et al., "Ida Rosida, Fatimah Az Zahra, Fatimah Tuzzahrah, Dan Sayyidati Azzahra, 'Flexing Culture in the Age of Social Media: From Social Recognition to Self-Satisfaction,' Simulacra: Jurnal Sosiologi 6, No. 2 (2023): 193–208, <https://doi.org/10.21107/Sml.V6i2.207>."

Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya konsumtif merupakan salah satu bentuk perubahan sosial yang terjadi di masyarakat pedesaan sebagai konsekuensi dari modernisasi dan perkembangan teknologi. Kondisi ini sejalan dengan penelitian M. Ihsan Darwis⁵⁵ yang menjelaskan bahwa perubahan sosial ekonomi masyarakat desa merupakan dampak dari proses pembangunan dan modernisasi yang mengubah aktivitas ekonomi serta kehidupan sosial masyarakat. Menurut Darwis, perubahan tersebut mendorong masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman sehingga terjadi perubahan dalam pola hidup, pola interaksi, dan aktivitas sosial masyarakat desa. Dalam konteks Desa Makkawaru, perubahan tersebut tidak hanya tampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada meningkatnya kecenderungan masyarakat mengonsumsi berbagai barang sebagai bagian dari gaya hidup modern.

Hasil wawancara dengan informan juga menunjukkan bahwa masyarakat lebih mudah memperoleh informasi mengenai produk, promosi, dan tren melalui media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan pembelian tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai salah satu faktor yang mempercepat berkembangnya budaya konsumtif di tengah masyarakat Desa Makkawaru.

Budaya konsumtif tidak hanya berdampak pada pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memengaruhi kehidupan sosial. Kepemilikan barang-barang tertentu mulai dipandang sebagai simbol status sosial sehingga memengaruhi cara masyarakat menilai dirinya maupun orang lain. Perubahan ini menunjukkan bahwa modernisasi tidak hanya membawa perubahan pada aspek ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai sosial yang berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, implikasi budaya konsumtif di Desa Makkawaru dapat dipahami sebagai bagian dari proses perubahan sosial

⁵⁵ M. Ihsan Darwis, "Farm Road Infrastructure Development and Change Social Community Economy in the Village," *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 5, no. 3 (2022): 112–119, <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v5i3.237>

masyarakat pedesaan yang berlangsung seiring dengan meningkatnya akses terhadap teknologi, informasi, dan perkembangan gaya hidup modern.

b. Dampak Ekonomi Dalam Pengelolaan Keuangan Keluarga

Aspek ekonomi merupakan segala hal yang berkaitan dengan aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup melalui pengelolaan pendapatan, pengeluaran, konsumsi, tabungan, dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki. Aspek ini menjadi salah satu indikator untuk melihat bagaimana perilaku konsumsi memengaruhi kondisi keuangan individu maupun rumah tangga.

Dari aspek ekonomi, budaya konsumtif memberikan dampak terhadap pola pengeluaran dan pengelolaan keuangan masyarakat. Kemudahan akses belanja online dan promosi digital mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan konsumsi, baik berdasarkan kebutuhan maupun keinginan. Akibatnya, pengeluaran rumah tangga mengalami peningkatan, terutama untuk barang-barang yang bersifat tren atau gaya hidup. Budaya konsumtif juga mendorong sebagian masyarakat untuk mengeluarkan dana melebihi kemampuan ekonomi yang dimiliki. Keinginan untuk mengikuti perkembangan tren sering membuat masyarakat mengutamakan kepuasan jangka pendek dibandingkan perencanaan keuangan jangka panjang. Kondisi ini apabila berlangsung terus-menerus dapat memengaruhi stabilitas ekonomi keluarga.⁵⁶ Budaya konsumtif juga memberikan dampak positif berupa meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Perputaran uang menjadi lebih cepat melalui transaksi jual beli, baik di pasar tradisional maupun melalui platform digital. Selain itu, perkembangan budaya konsumtif juga berkaitan dengan meningkatnya penggunaan layanan kredit digital seperti PayLater dan pinjaman online.⁵⁷

⁵⁶ Nuro'im and Anasrulloh, "Ayu Nuro'im Dan Muhammad Anasrulloh, 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester IV, VI Dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023,' Jurnal Economina"

⁵⁷ Semu, "Naila Faiza, Mirna Nur Alia Abdullah, Dan Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura, 'Budaya Konsumtif Di Era Digital: Strategi Kapitalisme Dalam Menciptakan Kebutuhan Semu,' Titian: Jurnal Ilmu Humaniora 9, No. 1 (2025): 13–26, <https://doi.org/10.22437/Titian.V9>."

Kemudahan ini memberikan akses bagi masyarakat untuk memperoleh barang terlebih dahulu dan membayar kemudian. Namun, penggunaan yang tidak bijak dapat menimbulkan beban cicilan yang berlebihan dan berpotensi mengganggu kondisi keuangan keluarga. Budaya konsumtif juga memengaruhi kebiasaan menabung masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan menabung masih ada, tetapi mengalami penurunan dibandingkan sebelumnya. Sebagian masyarakat lebih banyak mengalokasikan pendapatan untuk konsumsi, sehingga jumlah uang yang dapat ditabung menjadi berkurang. Meskipun demikian, masih terdapat masyarakat yang tetap menyadari pentingnya menabung untuk kebutuhan masa depan dan kondisi darurat.

Dari aspek ekonomi, budaya konsumtif memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pola pengeluaran dan pengelolaan keuangan masyarakat Desa Makkawaru. Kemudahan akses belanja online, perkembangan marketplace, promosi digital yang semakin masif, serta tersedianya berbagai metode pembayaran elektronik mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan aktivitas konsumsi, baik berdasarkan kebutuhan maupun keinginan. Berbagai bentuk promosi seperti diskon, *flash sale*, gratis ongkos kirim, cashback, dan penawaran dengan waktu terbatas sering kali memengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian secara spontan tanpa melalui pertimbangan yang matang. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat lebih mudah terdorong membeli barang yang sebenarnya belum menjadi kebutuhan utama, tetapi dianggap menarik karena sedang tren atau memiliki harga yang dianggap lebih murah dibandingkan hari biasa.

Perubahan pola konsumsi tersebut berdampak pada meningkatnya pengeluaran rumah tangga, terutama untuk pembelian barang-barang yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti pakaian, kosmetik, telepon pintar, aksesoris, maupun perlengkapan rumah tangga modern. Sebagian masyarakat bahkan rela mengalokasikan sebagian besar pendapatannya untuk memenuhi keinginan konsumtif demi mengikuti perkembangan tren dan memperoleh kepuasan pribadi maupun pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya. Tidak sedikit pula masyarakat yang memanfaatkan fasilitas

pembayaran digital, seperti dompet elektronik maupun layanan *paylater*, karena dianggap lebih praktis dan memudahkan transaksi. Namun, kemudahan tersebut pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumsi yang kurang terkontrol apabila tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana.

Budaya konsumtif juga memengaruhi kemampuan masyarakat dalam menyusun skala prioritas kebutuhan. Pengeluaran yang lebih banyak diarahkan untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan menyebabkan alokasi dana untuk tabungan, investasi, maupun kebutuhan yang bersifat mendesak menjadi semakin berkurang. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakstabilan ekonomi rumah tangga, terutama apabila terjadi penurunan pendapatan atau muncul kebutuhan yang tidak terduga. Kebiasaan berbelanja secara impulsif juga dapat meningkatkan risiko terjadinya pemborosan, sehingga masyarakat lebih sulit mencapai kondisi keuangan yang stabil. Oleh karena itu, budaya konsumtif tidak hanya berdampak pada meningkatnya pengeluaran masyarakat, tetapi juga memengaruhi pola pengelolaan keuangan keluarga, kemampuan menabung, serta ketahanan ekonomi rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan hidup secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan fenomena meningkatnya penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) atau PayLater di Indonesia. Layanan ini memungkinkan masyarakat memperoleh barang terlebih dahulu dan membayarnya secara cicilan di kemudian hari. Kemudahan tersebut memang mendorong pertumbuhan konsumsi dan aktivitas ekonomi digital, namun di sisi lain juga meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif serta risiko penumpukan utang apabila digunakan tanpa perencanaan keuangan yang baik. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan PayLater berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif, impulse buying, dan menurunnya kemampuan mengelola keuangan pribadi.⁵⁸

Budaya konsumtif juga memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Meningkatnya transaksi jual beli, baik di pasar tradisional maupun

⁵⁸ Ananda and Pramesthi. 'Shopee PayLater,' Jurnal Kajian Komunikasi 13, No.2(2025): 322–345, <https://doi.org/10.24198/jkk.v13i2.64209>.”

melalui platform digital, mempercepat perputaran uang dan membuka peluang usaha bagi pelaku ekonomi lokal. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya konsumsi turut memengaruhi kebiasaan menabung masyarakat. Sebagian informan mengaku alokasi pendapatan untuk tabungan semakin berkurang karena lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Meskipun demikian, masih terdapat masyarakat yang tetap mempertahankan kebiasaan menabung sebagai bentuk antisipasi terhadap kebutuhan masa depan dan kondisi darurat.

Kondisi tersebut memperkuat pandangan Jean Baudrillard bahwa dalam masyarakat konsumsi, aktivitas ekonomi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan memperoleh kepuasan simbolik, prestise, dan pengakuan sosial melalui barang yang dikonsumsi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Implikasi Budaya Konsumtif pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang, dapat disimpulkan bahwa fenomena budaya konsumtif telah menjadi bagian dari perubahan sosial yang dialami masyarakat Desa Makkawaru sebagai konsekuensi dari perkembangan modernisasi dan kemajuan teknologi digital. Perubahan tersebut terlihat dari meningkatnya intensitas masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana memperoleh informasi sekaligus melakukan aktivitas pembelian barang dan jasa. Kemudahan akses internet, tersedianya berbagai platform belanja daring, serta perkembangan sistem pembayaran digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi lebih praktis dan instan. Dalam kondisi tersebut, masyarakat tidak lagi melakukan konsumsi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga terdorong oleh keinginan mengikuti perkembangan tren, memperoleh kepuasan pribadi, membangun citra diri, serta mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial. Kepemilikan barang-barang tertentu, seperti telepon pintar, kendaraan, pakaian bermerek, maupun perlengkapan rumah tangga modern, mulai dimaknai sebagai simbol status sosial yang mampu menunjukkan tingkat keberhasilan maupun prestise seseorang di tengah masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi telah mengalami pergeseran makna dari nilai guna (*use value*) menuju nilai simbolik (*symbolic value*), sehingga masyarakat cenderung menilai suatu barang bukan hanya berdasarkan manfaatnya, tetapi juga berdasarkan makna sosial yang melekat pada barang tersebut.

B. Saran

1. Masyarakat Desa Makkawaru diharapkan lebih bijak dalam melakukan konsumsi dengan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan agar kondisi ekonomi rumah tangga tetap stabil.
2. Pemerintah Desa dan tokoh masyarakat diharapkan terus mengembangkan kegiatan sosial yang dapat memperkuat nilai kebersamaan dan gotong royong di tengah perkembangan budaya konsumtif.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji budaya konsumtif dari perspektif ekonomi, pendidikan, atau keagamaan dengan lokasi penelitian yang berbeda sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, & Pramesthi. (2025). *Shopee PayLater*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 13(2), 322–345. <https://doi.org/10.24198/jkk.v13i2.64209>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anshori, M., Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). Konsumsi dalam perspektif Islam. *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(2), 180–192. <https://doi.org/10.51476/syarie.v6i2.542>
- Astian Cahyani, A., & Widyatmoko. (2026). Analisis TikTok Shop, *live streaming*, dan harga terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. *Solusi*, 24(1), 138–154. <https://doi.org/10.26623/slsi.v24i1.13717>
- Azanella, L. A. (2021, May 23). *Kasus kurir COD dimaki konsumen, apa yang harus diperbaiki?* Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/23/141200165/kasus-kurir-cod-dimaki-konsumen-apa-yang-harus-diperbaiki>
- Azizah, R. N. (2026). Budaya konsumtif mahasiswa di era digital antara gaya hidup dan tekanan sosial. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara*, 5(1), 36–47. <https://doi.org/10.55123/sabana.v5i1.7390>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang. (2025). *Statistik daerah Kabupaten Pinrang 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Pinrang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. (2025). *Provinsi Sulawesi Selatan dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan.
- Badriah, S. (2025). *Strategi selebgram terhadap perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online di SMAN 2 Parepare* (Skripsi sarjana). Institut Agama Islam Negeri Parepare. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/11338>
- Darwis, M. I. (2022). Farm road infrastructure development and change social community economy in the village. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 5(3), 112–119. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v5i3.237>
- Djalal, T., Adam, A., & Kamaruddin, S. A. (2022). Masyarakat konsumen dalam perspektif teori kritis Jean Baudrillard. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 3(2), 255–260. <https://doi.org/10.26858/ijses.v3i2.43263>

- Effendi, T. N. (2013). Budaya gotong royong masyarakat dalam perubahan sosial saat ini. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.22146/jps.v2i1.23403>
- Fadhillah, N. R., & Ediyono, S. (2023). Perilaku konsumtif oleh masyarakat konsumsi dalam perspektif teori Jean Baudrillard (Studi kasus: TikTok Shop). *Marketgram Journal*, 1(1).
- Faiza, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Budaya konsumtif di era digital: Strategi kapitalisme dalam menciptakan kebutuhan semu. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 9(1), 13–26. <https://doi.org/10.22437/titian.v9>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media sosial dan perilaku konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435–439. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Polity Press.
- Haryanto, A. T. (2024, January 31). *APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. detikInet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Kamaruddin, S. A., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi media sosial dalam perspektif teori Jean Baudrillard: Studi kasus TikTok Indonesia. *Bosowa Journal of Education*, 5(1), 177–180. <https://doi.org/10.35965/bje.v5i1.546>
- Longhofer, W., & Winchester, D. (Eds.). (2023). *Social theory re-wired: New connections to classical and contemporary perspectives* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003320609>
- Luftiani, D., Setiawan, A., Safitri, M., & Wibowo, M. E. S. (2025). Eksplorasi hubungan *fear of missing out* (FOMO), pengaruh selebriti, dan *limited edition* terhadap *purchase intention* boneka Labubu pada komunitas Labubu di media sosial. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 89–101. <https://doi.org/10.51903/kkt7hc24>
- Mahyuddin. (2019). Social climber dan budaya pamer: Paradoks gaya hidup masyarakat kontemporer. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 117–135. <https://doi.org/10.14421/jkii.v2i2.1086>
- Muhammad Qadaruddin, & Bakri, W. (2023). *Islam, media sosial dan generasi postmilenial*. Deepublish.
- Nur, M., Aulia, J. N., Atiqa, N., & Nur, S. W. (2025). Dampak penggunaan media sosial terhadap gaya hidup konsumtif dan keputusan finansial mahasiswa IAIN Parepare. *Laa Maghrib: Journal of Development in Islamic Economics and Business*, 1(2).

- Nuro'im, A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonis dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*.
- Pahleviannur, M. R., et al. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Pangastuti, N. R. D., & Kusumaningtyas, D. (2025). Pengaruh FOMO (*fear of missing out*), *flash sale*, *live stream shopping* terhadap *impulsive buying* pada konsumen lip produk di TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 22(2), 33–44. <https://doi.org/10.21831/jep.v22i2.91677>
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rahma Dwi Pangastuti, N., & Kusumaningtyas, D. (2025). Pengaruh FOMO (*fear of missing out*), *flash sale*, *live stream shopping* terhadap *impulsive buying* pada konsumen lip produk di TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 22(2), 33–44. <https://doi.org/10.21831/jep.v22i2.91677>
- Rahma Salsabila, Q., & Nur Fadhillah, L. D. (2022). Analisis konsumerisme pasif para penggemar fanatik idol grup BTS di Kediri dalam pembelian merchandise. *LoroNG: Media Pengkajian Sosial Budaya*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.18860/lorong.v11i1.2106>
- Rosida, I., Az Zahra, F., Tuzzahrah, F., & Azzahra, S. (2023). Flexing culture in the age of social media: From social recognition to self-satisfaction. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 6(2), 193–208. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i2.207>
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari, N., Haeran, Farida, Munfarida, A., & Andrasari, M. F. (2024). Dampak media sosial terhadap gaya hidup dan identitas budaya generasi muda. *DINASTI: Jurnal Sosial dan Budaya*, 1(1), 36–44. <https://ejournal.almusthofa.org/index.php/dinasti/article/view/89>
- Satori, D., & Komariah, A. (2009). *Metodologi penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Soekanto, S. (2013). *Sosiologi suatu pengantar*. Rajawali Pers.
- Solihin, S., & Zuhdi, S. (2021). Pengaruh kualitas website dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian konsumen online Shop

- Eigerindostore.com. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 13–22.
<https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.403>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretatif, interaktif, dan konstruktif* (3rd ed.). Alfabeta.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Kencana Prenadamedia Group.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berpikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1).
<https://doi.org/10.64464/tarbiyah.v2i1.25>
- Sya'diyah, H., Kusumaningtyas, M., & Suwangsih, I. (2026). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa STIE Mahardhika di era digital. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1).
<https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.5860>



LAMPIRAN-LAMPIRAN





DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
NOMOR : B-1236/In. 39/FUAD.00.3/PP.00.9/05/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang** a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
- b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cukup dan mampu untuk disertai tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat** 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan** : a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 27 Juni 2025 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
- b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 1236 Tahun 2025, tanggal 27 Mei 2025 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : a. Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
- b. Menunjuk saudara: **Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
- Nama Mahasiswa : NIRWANDASARI
- NIM : 2220203869201010
- Program Studi : Sosiologi Agama
- Judul Penelitian : ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN SOSIAL DI DESA MAKKAWARU KECAMATAN MATIRO BULU
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 27 Mei 2025
Dekan.



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

*Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id*

Nomor : B-563/In.39/FUAD.03/PP.00.9/04/2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

28 April 2026

Yth. Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NIRWANDASARI
Tempat/Tgl. Lahir	: BOTTAE, 09 Agustus 2003
NIM	: 2220203869201010
Fakultas / Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Sosiologi Agama
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: DESA MAKKAWARU BOTTAE KEC. MATTIRO BULU KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kepala Daerah Kabupaten Pinrang dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN SOSIAL DESA MAKKAWARU KECAMATAN MATTIRO BULU KAB. PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 28 April 2026 sampai dengan tanggal 28 Mei 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0211/PENELITIAN/DPMPPTSP/04/2026

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 28-04-2026 atas nama NIRWANDASARI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat :

1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan :

1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0224/R/T.Teknis/DPMPPTSP/04/2026, Tanggal : 28-04-2026
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0211/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/04/2026, Tanggal : 28-04-2026

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2. Alamat Lembaga : Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang Parepare
3. Nama Peneliti : NIRWANDASARI
4. Judul Penelitian : Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada Kehidupan Sosial Desa Maklawaru Kecamatan Mattiro Bulu Kab. Pinrang
5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
6. Sasaran/target Penelitian : Masyarakat
7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Mattiro Bulu

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 28-10-2026.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 28 April 2026



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :

ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-





**Balai
Sertifikasi
Elektronik**



URS

**ZONA
HIJAU**



**OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA**

DPMPPTSP



**PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN MATTIRO BULU
DESA MAKKAWARU**

Jln. Poros Pinrang – Pare KM. 14 Dolangang **PINRANG 91271**

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN
Nomor : 67/MKR/V/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD YUSUF**
Jabatan : **KEPALA DESA MAKKAWARU**

Menrangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama	: NIRWANDASARI
Tempat/Tgl.Lahir	: BOTTAE, 09-08-2003
NIM	: 2220203869201010
Fakultas/Program studi	: FAKULTAS USHULUDDIN, ADAD DAN DAKWAH
Nama Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Alamat Lembaga	: JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE

Benar telah melaksanakan penelitian dengan Judul ***"ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF PADA KEHIDUPAN SOSIAL DESA MAKKAWARU KECAMATAN MATTIRO BULU KABUPATEN PINRANG"*** yang dilaksanakan di Dusun Bottae, Desa Makkawaru, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang, Selama 1 (Satu) Bulan dimulai dari bulan april sampai dengan mei.

Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dipegunakan sebagai mana mestinya.

Dolangang, 26 Mei 2025

KEPALA DESA,
DESA MAKKAWARU

MUHAMMAD YUSUF

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH</p> <p>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>	

NAMA MAHASISWA : NIRWANDASARI

NIM : 2220203869201010

FAKULTAS : USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

PRODI : SOSIOLOGI AGAMA

JUDUL : ANALISIS IMPLIKASI BUDAYA KONSUMTIF
PADA KEHIDUPAN SOSIAL DESA MAKKAWARU
KECAMATAN MATTIROBULU

PEDOMAN WAWANCARA

Nama :
Alamat :
Jenis kelamin :
Umur :
Pekerjaan :

a. Fenomena Budaya Konsumtif

1. Bagaimana menurut Anda pola belanja masyarakat di Desa Makkawaru saat ini?
2. Apakah ada perubahan gaya hidup masyarakat dibandingkan dulu? Bisa diceritakan?
3. Barang apa saja yang sekarang sering dibeli tetapi dulu jarang?
4. Menurut Anda, apakah masyarakat lebih banyak membeli berdasarkan kebutuhan atau keinginan?
5. Bagaimana peran media sosial dalam memengaruhi gaya hidup masyarakat di sini?
6. Apakah mengikuti tren (fashion, HP, dll) menjadi hal penting di masyarakat?

b. Faktor Penyebab Budaya Konsumtif

1. Menurut Anda, apa yang mendorong masyarakat menjadi lebih konsumtif?
2. Seberapa besar pengaruh media sosial (Instagram, TikTok, dll)?
3. Apakah lingkungan pergaulan memengaruhi kebiasaan belanja seseorang?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan belanja online (Shopee, Tokopedia, dll)?
5. Apakah faktor gengsi atau ingin terlihat “lebih” berpengaruh?
6. Bagaimana peran pendapatan dalam pola konsumsi masyarakat?

c. Implikasi/Dampak Budaya Konsumtif

➤ **Dampak Sosial**

1. Apakah budaya konsumtif memengaruhi hubungan antar masyarakat?
2. Apakah ada perubahan dalam nilai gotong royong masyarakat sejak gaya hidup konsumtif mulai berkembang? Jika ada, bagaimana perubahannya?
3. Apakah terjadi perbedaan status sosial karena kepemilikan barang?

➤ **Dampak Ekonomi**

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keuangan keluarga?
2. Apakah masyarakat pernah berutang demi membeli sesuatu?
3. Apakah kebiasaan menabung masih ada?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut di pandang telah memenuhi ke-layakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Pinrang 4 Mei 2026
Mengetahui,
Pembimbing

Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si.
NIP : 196902202006041001

<  50    

NIRWANDASARI SKRIPSI 2220203869201010.doc

RAPPORT DE SIMILITUDE

28%	25%	9%	11%
INDICE DE SIMILITUDE	SOURCES INTERNET	PUBLICATIONS	COPIES DE L'ÉTUDIANT

SOURCES PRINCIPALES

1	repository.iainpare.ac.id Source Internet	13%
2	Submitted to IAIN Kediri Copie de l'étudiant	1%
3	repository.iainpalopo.ac.id Source Internet	<1%
4	Inelda Simanullang, Kayla Chelsie Anindra, Nyayu Tania Wulandari, Deni Aries Kurniawan et al. "PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD DALAM GAYA HIDUP KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER", An-Nas, 2025 Publication	<1%
5	"Konsumerisme Fashion Impor di Kalangan Generasi Muda dalam Perspektif Ketahanan Ekonomi dan Sosial", Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional, 2024 Publication	<1%
6	journal.ilmudata.co.id Source Internet	<1%
	repository.uinsaizu.ac.id	
7	Source Internet	<1%
8	journals.usm.ac.id Source Internet	<1%
9	repository.iainkudus.ac.id Source Internet	<1%
10	digilib.uin-suka.ac.id	<1%

Edit Anotasi Isi & Tanda Tangan Konversi Semua

Surat Keterangan Wawancara

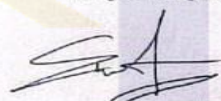
Nama : ASWAN MOHAMMAD
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : ISLAM
Status : PEKERJA
Usia : 25 Thn
Alamat : KOTAE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 15 Mei 2026

Yang Bersangkutan


ASWAN MOHAMMAD

PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Nama : HASMAWATI
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Pembuat kerupuk Ubi
Usia : 35 Thn
Alamat : BOTTAH

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 10 Mei 2026

Yang Bersangkutan



PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Nama : NUR HIKMA
Jenis Kelamin : perempuan
Agama : Islam
Status : Pelajar
Usia : 16 Thn
Alamat : BOTTAE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 10 Mei 2026

Yang Bersangkutan



PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Nama : JULIA
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Pembuat Kerupuk Ubi
Usia : 20 Thn
Alamat : BOTTAE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 12 Mei 2026

Yang Bersangkutan


JULIA

PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Nama : NIRMALASARI
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Agama : ISLAM
Status : Ibu Rumah Tangga
Usia : 29 Thn
Alamat : BOTIAE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 13 Mei 2026

Yang Bersangkutan


NIRMALASARI

PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

Nama : ANUEL ANNISA
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : STAF NOTARIS
Usia : 25 Thn
Alamat : BOTTRE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 10 MEI 2026

Yang Bersangkutan


ANUEL ANNISA

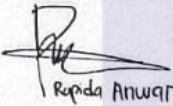
PAREPARE

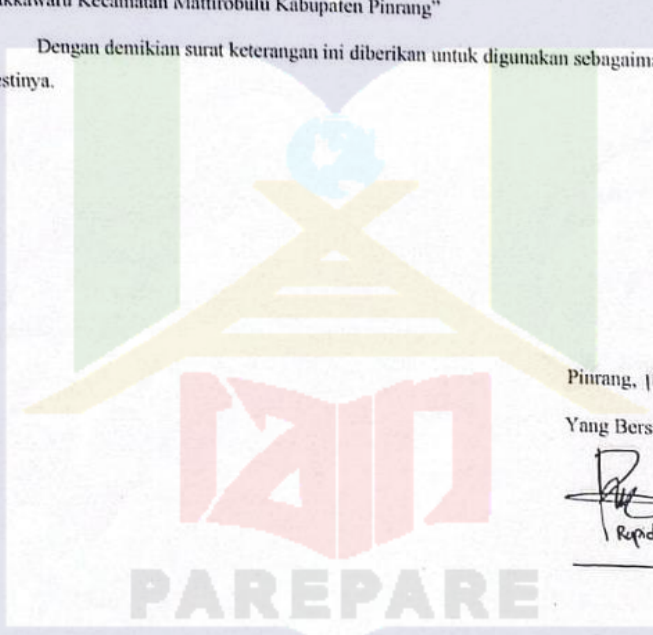
Surat Keterangan Wawancara

Nama : REPIDA ANWAR
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Agama : ISLAM
Status : PELAJAR
Usia : 18 THN
Alamat : BOTTE

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 11 MEI 2026
Yang Bersangkutan

Repida Anwar


PAREPARE

Surat Keterangan Wawancara

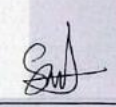
Nama : Nur SALINA
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Ibu Rumah Tangga
Usia : 22 Thn
Alamat : BOTTA

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nirwandasari untuk keperluan skripsi dengan judul penelitian "Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 10 Mei 2026
Yang Bersangkutan


PAREPARE



Dokumentasi

Wawancara informan atas nama Rapida Anwar



Wawancara informan atas nama Aswan Mohamdar



Wawancara informan atas nama Nursalina



Wawancara informan atas nama Rapida



Wawancara informan atas nama Julia

Wawancara informan atas nama Nurul Annisa

**Wawancara informan atas nama Nur Hikma**



Wawancara informan atas nama Hasmawati



Wawancara informan atas nama Nirmalasari

BIOGRAFI PENULIS



Nirwandasari Lahir di Bottae, 09 Agustus 2003, Merupakan anak kedua dari dua bersaudara, penulis lahir dari pasangan suami istri, yang bernama Bapak Nirwan dan ibu Munira, penulis memulai pendidikannya di taman kanak-kanak Bottae selama satu tahun dan melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN 77 Bottae selama 6 tahun, kemudian melanjutkan pendidikannya di SMPN 1 Mattiro Bulu selama 3 tahun, lalu berlanjut di sekolah menengah atas di SMA NEGERI 7 PINRANG selama 3 tahun dan melanjutkan pendidikannya sebagai mahasiswa di kampus Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN Parepare) Tahun ajaran 2022-2026 dengan mengambil program studi sosiologi agama fakultas ushuluddin adab dan dakwah.

Penulis menyusun skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa dan untuk memenuhi persyaratan dalam rangka meraih gelar Sarjana Sosial (Sos) untuk Program S1 di IAIN Parepare dengan judul skripsi “Analisis Implikasi Budaya Konsumtif Pada Kehidupan Sosial Desa Makkawaru Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang”.