**LAPORAN TAHUN AKHIR**

**HIBAH PENELITIAN DOSEN PEMULA**

# TINJAUAN PERILAKU KONSUMSI DARI PERSPEKTIF NILAI–NILAI BUDAYA LOKAL KABUPATEN BANGKALAN MADURA

**Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun**


| | | |
|---|---|---|
| **Ruski, M.Pd** | **NIDN. 0725108302** | **(Ketua)** |
| **Octaviana Arisinta, S.Ak, M.Ak** | **NIDN. 0729108801** | **(Anggota)** |
| **Aldila Septiana, M.Pd** | **NIDN. 0720098803** | **(Anggota)** |



**Dibiayai Oleh :**
**Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat**
**Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan**
**Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi**
**Sesuai dengan Kontrak Penelitian**
**Nomor: 536/C1/G/V/2017**


**STKIP PGRI BANGKALAN**
**OKTOBER 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

| | |
|---|---|
| Judul | : Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura |
| **Peneliti/Pelaksana** | |
| Nama Lengkap | : RUSKI, S.Pd, M.Pd |
| Perguruan Tinggi | : STKIP PGRI Bangkalan |
| NIDN | : 0725108302 |
| Jabatan Fungsional | : Asisten Ahli |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi |
| Nomor HP | : 085648244765 |
| Alamat surel (e-mail) | : nasifa_arrizki@yahoo.com |
| **Anggota (1)** | |
| Nama Lengkap | : OCTAVIANA ARISINTA S.Akun, M.Ak. |
| NIDN | : 0729108801 |
| Perguruan Tinggi | : STKIP PGRI Bangkalan |
| **Anggota (2)** | |
| Nama Lengkap | : ALDILA SEPTIANA S.Pd, M.Pd |
| NIDN | : 0720098803 |
| Perguruan Tinggi | : STKIP PGRI Bangkalan |
| **Institusi Mitra (jika ada)** | |
| Nama Institusi Mitra | : - |
| Alamat | : - |
| Penanggung Jawab | : - |
| Tahun Pelaksanaan | : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun |
| Biaya Tahun Berjalan | : Rp 16,500,000 |
| Biaya Keseluruhan | : Rp 16,500,000 |

Mengetahui,
Ketua STKIP PGRI Bangkalan

(Dr. H. SUNARJO, SH., MHum)
NIP/NIK 19920801019

Kab.Bangkalan, 30 - 10 - 2017
Ketua,

( RUSKI, S.Pd, M.Pd)
NIP/NIK 20120901154

Menyetujui,
KETUA LPPM

(AHMAD YANI, M. Pd.)
NIP/NIK 20070401094

# RINGKASAN

## Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura



| | |
|---|---|
| **RUSKI, M.Pd** | **0725108302** |
| **OCTAVIANA ARISINTA, S.Ak, M.Ak** | **0729108801** |
| **ALDILA SEPTIANA, M.Pd** | **0720098803** |



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

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

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



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

# PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT dan Junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga kami sebagai tim peneliti dapat menyelesaikan laporan akhir penelitian dosen pemula (PDP) anggaran 2017 meskipun jauh dari kesempurnaan.

Penyusunan laporan akhir penelitian dosen pemula (PDP) ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu tim peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan konstribusi dalam menyelesaikan laporan akhir penelitian dosen pemula ini.

Tim Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian dosen pemula (PDP) ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan ada penyempurnaan laporan dosen pemula (PDP) ini.

Bangkalan, 20 Oktober 2017

Tim Peneliti

# DAFTAR ISI


| | | |
|---|---|---|
| HALAMAN SAMPUL | ..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ..... | ii |
| RINGKASAN | ..... | iii |
| PRAKATA | ..... | iv |
| DAFTAR ISI | ..... | v |
| DAFTAR TABEL | ..... | vi |
| **BAB 1. PENDAHULUAN** | ..... | 1 |
| **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA** | ..... | 4 |
| **BAB 3.TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN** | ..... | 10 |
| **BAB 4. METODOLOGI PENELITIAN** | ..... | 11 |
| **BAB 5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI** | ..... | 15 |
| **BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN** | ..... | 41 |
| **DAFTAR PUSTAKA** | ..... | 42 |
| **LAMPIRAN – LAMPIRAN** | ..... | 44 |

Lampiran 1. Instrumen

Lampiran 2. Personalia tenaga pelaksana beserta kualifikasinya

Lampiran 3. Artikel ilmiah

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sikap dan Perilaku yang Dipengaruhi oleh Budaya 7

# BAB 1
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

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

Hal ini akan membawa dampak pada komposisi kebutuhan manusia dan perilaku konsumsinya. Perubahan seperti ini menyebabkan adanya perubahan pembelian suatu produk yang tidak berdasarkan atas kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya. Adapun alasan apabila tidak segera membelinya, mereka khawatir kehabisan, gengsi pada orang di sekitarnya, serta hal ini merupakan tradisi keluarga yang sudah turun-temurun. Seandainya pun mereka tidak memiliki uang, maka akan berusaha untuk meminjam kekurangannya. Selain itu, remaja cenderung mudah terpengaruh akan teman, sangat mudah terbujuk adanya promosi, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Tambunan, 2001). Hal inilah yang dimanfaatkan oleh produsen untuk menarik para konsumen agar bersedia membeli produknya.

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

dari berbagai kalangan. Misalnya saja dari kalangan tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja ataupun tidak. Mereka menunjukkan bahwa mereka mampu mengikuti mode dan tren yang berkembang dalam masyarakat.

Berdasarkan dengan perilaku konsumtif perlu dianalisis melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen. Pada dasarnya perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: 1) pengaruh lingkungan, 2) perbedaan dan pengaruh individual, dan 3) proses psikologis. Dalam pengambilan keputusan, konsumen juga dipengaruhi oleh: 1) budaya, 2) kelas sosial, 3) pengaruh pribadi, 4) keluarga, dan 5) situasi; keadaan yang mampu merubah tingkah laku seorang konsumen (Engel, 1995).

Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Pola sikap, perilaku, dan nilai-nilai budaya lokal yang ditanamkan orang tua pada anak merupakan landasan bagi perkembangan tingkah laku anak selanjutnya (Wahyono, 2001). Pendidikan ekonomi keluarga memiliki peranan terkait pembentukan perilaku individu termasuk dalam hal konsumsi. Hal ini juga didukung pernyataan Suprapti (2009) dan Hawkins, Mothersbaugh, and Best (2007), salah satu kelompok yang berpengaruh pada perilaku individu adalah keluarga. Sumarwan (2014) mengungkapkan bahwa keluarga merupakan dunia anak yang pertama, yang memberikan sumbangan mental dan fisik terhadap hidupnya. Dalam keluarga anak lambat laun membentuk konsepsi tentang pribadinya baik tepat maupun kurang tepat. Melalui interaksi dalam keluarga, anak tidak hanya mengidentifikasi dirinya dengan orang tuanya, melainkan juga mengidentifikasikan dirinya dengan kehidupan masyarakat dan alam sekitarnya. Hal ini juga didukung oleh Suryani (2008:284) dan Cooper & Schindler (2003) yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap budaya dan perilaku konsumsi sangat penting karena kenyataannya bahwa produsen bisa gagal dalam memasarkan produk karena tidak memperhatikan faktor budaya ini. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti telah menemukan masalah mengenai "*Tinjauan Perilaku Konsumsi Dari Perspektif Nilai-nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura"*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah ditentukan, maka masalah yang akan dibahas adalah bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura?

## 1.3 Target Luaran Penelitian

Hasil akhir target penelitian ini adalah sebuah konsep tentang bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Di samping hasil praktis tersebut dalam penelitian ini akan dihasilkan juga artikel ilmiah yang akan dipublikasikan dalam jurnal nasional yang memiliki ISSN dan e-ISSN.

# BAB 2
# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Perilaku Konsumsi

Konsumsi adalah suatu tindakan manusia dalam mengurangi atau menghabiskan kegunaan suatu barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan. Soeharno (2009:6), konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan, menurut Miller & Stafford (2010:25) "konsumen merupakan setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk". Perilaku konsumsi masing-masing orang berkaitan dari sikap lingkungan hidup dan cara hidupnya serta pendapatan. Tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/jasa, dan memperoleh kepuasan. Orang yang rasional dalam berkonsumsi akan menghemat sebagian uang yang dimilikinya untuk konsumsi dan menggunakan sisa uang untuk menabung. Seseorang dianggap bertindak rasional apabila mereka mempertimbangkan semua aspek dan alternatif yang memberinya utilitas paling tinggi (Suprapti, 2010). Hal ini harus tetap mempertimbangkan lingkungan ekonomi (Malhotra, 2010:78) yang meliputi pendapatan, harga, tabungan, kredit, serta kondisi ekonomi secara umum.

Perilaku konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan guna mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang. Menurut Engel, dkk (1995:3), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan barang/jasa proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. Sedangkan Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008 berikut ini.

**1. Faktor Budaya**

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga sosial lainnya. Faktor budaya mencakup; sub budaya dan kelas sosial yang ada di lingkungan masyarakat.

**2. Faktor Sosial**

Faktor ini terdiri dari kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku

seseorang, serta keluarga yang dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga merupakan organisasi penting dalam masyarakat dan menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

**3. Faktor Pribadi**

Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi: 1) umur dan tahapan dalam siklus hidup; seseorang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidupnya, 2) jenis pekerjaan; pekerjaan seseorang juga memengaruhi barang/jasa yang dibelinya, 3) keadaan ekonomi; terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan hartanya, 4) gaya hidup; pola seseorang dalam menjalani hidupnya (aktivitas, minat, kesukaan, sikap, konsumsi, dan harapan), serta 5) kepribadian dan konsep diri; karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya.

**4. Faktor Psikologis**

Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki individu meliputi: 1) motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang, 2) persepsi sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna, 3) proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, serta 4) kepercayaan dan sikap suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

## 2.2 Nilai-nilai Budaya Lokal

Untuk memahami budaya terlebih dahulu akan dijelaskan tentang kebudayaan yaitu sebagai sesuatu yang rasional atau tentu saja merupakan sebuah kategori kognitif. Kebudayaan menjadi dapat dijelaskan dan dipahami sebagai suatu keadaan pemikiran umum. Konsep ini mengandung ide penyempurnaan, sebuah tujuan atau aspirasi tentang prestasi atau emansipasi individu (Jenks, 2013:9). Di sisi lain, kebudayaan dapat merupakan sebuah refleksi dari suatu filsafat yang sangat individualis. Sedangkan, di sisi lain merupakan contoh sebuah komitmen filosofis terhadap partikularis dan perbedaan bahkan keistimewaan manusia.

Kebudayaan merupakan sebuah kategori sosial, hal ini karena kebudayaan dipahami sebagai keseluruhan cara hidup yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat. Dapat diketahui bahwa hal ini merupakan pengertian kebudayaan yang bersifat pluralis dan berpotensi demokratis yang telah menjelma menjadi titik perhatian dalam sosiologi dan antropologi, dan

perkembangan belakangan ini dalam pengertian yang lebih lokal dalam ranah kajian budaya (Jenks, 2013:11).

Budaya lahir dan dikembangkan oleh manusia, melalui akal dan pikiran, kebiasaan, serta tradisi. Menurut Hawkins, *et al* (2007:43), budaya diartikan sebagai kompleksitas yang menyeluruh mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, dan kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Solomon (2004:526), "*culture is the accumulation of shared meanings, rituals, norms, and traditions among the members of an organization or society*. Menurut Engel, dkk (1995:69), budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Peter & Olson (1996:30), "budaya sebagai makna yang dimiliki bersama oleh masyarakat dalam suatu kelompok sosial".

Dalam konteks pemahaman budaya dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi, budaya didefinisikan sebagai keseluruhan keyakinan, nilai, dan kebiasaan yang dipelajari oleh suatu kelompok masyarakat tertentu yang membantu mengarahkan konsumen dalam setiap perilaku konsumsinya (Suryani, 2008:285-287), (Schiffman & Kanuk, 2010:366). Menurut Sunarto (2003:24), budaya sebagai sebuah lingkungan pasar yang terdapat kepercayaan, nilai, adat istiadat, dan norma budaya serta bagaimana memengaruhi perilaku konsumsi dalam budaya tersebut. Budaya mencakup aspek pengetahuan, nilai dan keyakinan, artinya bahwa pengetahuan, nilai dan keyakinan merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari budaya yang akan memengaruhi perilaku konsumen sebagai warga masyarakat yang tinggal di suatu budaya tertentu. Sehingga cara berpikir dan pengambilan keputusan seorang konsumen akan dipengaruhi oleh budaya yang dimiliki (Wardana, 2011) dan (Schiffman & Kanuk, 2008).

Budaya dapat berbentuk sebagai sebuah objek material. Pernyataan ini didukung oleh Sumarwan (2014:227) yang menyatakan bahwa rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian merupakan contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya dalam sebuah masyarakat. Budaya akan memberikan petunjuk kepada seseorang tentang perilaku yang bisa diterima oleh suatu masyarakat. Makna budaya biasanya diciptakan oleh seseorang dalam sebuah kelompok kecil. Menurut Sumarwan (2014:227-228), nilai-nilai bisa dianggap makna budaya (*cultural meaning*) jika dalam sebuah masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut. Contoh, menghormati orang yang lebih tua usianya merupakan nilai yang dianggap penting bagi masyarakat Jawa. Semua orang Jawa memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai penghormatan tersebut, maka menghormati orang tua bisa dianggap

sebagai memiliki makna budaya. Engel, dkk (1995) menyebutkan 10 sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh budaya seperti terlihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2.1 Sikap dan Perilaku yang Dipengaruhi oleh Budaya**

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

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

Budaya merupakan salah satu unsur lingkungan sosial, di mana unsur-unsur dari budaya itu sendiri (Sumarwan, 2014:228-236), yaitu antara lain:

1. Nilai (*Value*) adalah kepercayaan atau segala sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang atau masyarakat. Nilai mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang sesuai dengan budayanya dan biasanya berlangsung lama dan sulit berubah. Beberapa contoh nilai-nilai yang dianut oleh orang Indonesia yaitu: menghormati orang yang lebih tua, sesepuh, tokoh adat, tokoh agama, dan pejabat pemerintah, serta memperoleh pendidikan yang baik.
2. Norma (*Norms*) lebih spesifik dari nilai, norma mengarahkan seseorang tentang perilaku yang diterima dan yang tidak diterima. Norma merupakan aturan masyarakat tentang sikap baik dan buruk, tindakan yang boleh dan tidak boleh. Norma harus ditaati oleh masyarakat, jika dilanggar akan dikenakan sanksi.
3. Kebiasaan (*Customs*) adalah berbagai bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya yang diturunkan secara turun-temurun dari generasi ke generasi, misalnya upacara perkawinan, pemakaman, pelantikan pejabat, ulang tahun, dan keagamaan. Kebiasaan di Jawa Timur yaitu perayaan keagamaan Muludan, acara seperti ini akan meningkatkan pembelian bahan makanan.
4. Larangan (*Mores*) adalah berbagai bentuk kebiasaan yang mengandung aspek moral biasanya berbentuk tindakan yang tidak boleh dilakukan oleh seseorang dalam masyarakat. Contoh, dilarang melakukan transaksi bisnis pada hari selasa karena beranggapan tidak akan mendapatkan keberuntungan.

5. Konvensi (*Conventions*) menggambarkan norma dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan perilaku konsumen, yaitu perilaku rutin yang dilakukan oleh konsumen. Contoh, minum teh dan kopi selalu dengan gula.
6. Mitos adalah cerita/kepercayaan yang mengandung nilai dan idealisme bagi suatu masyarakat, seringkali sulit dibuktikan kebenarannya. Contoh, mitos angka 13 dan 14, angka tersebut dipercaya membawa ketidakberuntungan.

## 2.3 Perilaku Konsumsi Dari Perspektif Nilai-nilai Budaya Lokal Madura

Produk dan jasa memainkan peranan yang sangat penting dalam memengaruhi budaya, karena produk mampu membawa pesan makna budaya. Makna budaya adalah nilai, norma, dan kepercayaan yang dikomunikasikan secara simbolik (Sumarwan, 2014:237-238). Makna budaya akan dipindahkan ke produk dan jasa, dan produk kemudian dipindahkan ke konsumen dalam bentuk pemilihan produk, pertukaran, pemakaian, dan pembuangan. Schiffman & Kanuk (2008:363) mengemukakan bahwa ritual adalah sejenis kegiatan simbolik yang terdiri dari sejumlah tahapan yang muncul dengan teratur dan berulang kali.

Pemahaman terhadap budaya dan perilaku konsumsi sangat penting karena memperlihatkan bahwa produsen bisa gagal dalam memasarkan produk karena tidak memperhatikan faktor budaya ini. Makna dari nilai-nilai budaya lokal yang berkembang di Madura (Suryani, 2008:284) pemilihan produk pakaian dengan warna dan corak yang terang akan berhasil menarik konsumen karena masyarakat Madura yang menyukai warna terang dan terkesan mewah. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Purwati (2010) yang menyebutkan bahwa dalam berperilaku konsumsi siswa cenderung untuk mempertimbangkan bagaimana pola konsumsi keluarga, teman, dan tetangga.

Kajian tentang anggota keluarga, dalam konteks perilaku konsumsi, Engel, dkk (1995:193) berpendapat bahwa anggota keluarga bisa sangat memengaruhi perilaku pembeli. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Menurut Mangkunegara (2009) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi merupakan tindakan konsumen dalam hal memilih, memutuskan pembelian, mengonsumsi, mengevaluasi, dan tindakan pasca mengonsumsi. Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebutuhan, kebudayaan, sosial ekonomi, personal, dan psikologis. Dari sisi konsumen, pengambilan keputusan merupakan proses memilih suatu pemecahan masalah dari berbagai alternatif yang ada.

Berkaitan dengan nilai-nilai budaya lokal yang berkembang di lingkungan masyarakat. Makna budaya biasanya diciptakan oleh seseorang dalam sebuah kelompok kecil. Menurut

Sumarwan (2014:227-228), nilai-nilai bisa dianggap makna budaya jika dalam sebuah masyarakat memiliki pemahaman yang sama terhadap nilai-nilai tersebut. Makna dari nilai-nilai budaya lokal yang berkembang di Madura (Suryani, 2008:294) pemilihan produk pakaian dengan warna dan corak yang terang akan berhasil menarik konsumen karena masyarakat Madura yang menyukai warna terang dan kesan mewah. Contoh dalam hal makanan, misalnya restoran ayam goreng atau bakar mampu sukses dalam menembus pasar di daerah Jawa karena menyesuaikan dengan kebiasaan masyarakat. Di Jawa Barat dengan menambahkan lalapan sayur, Jawa Tengah agak manis dan dibumbui santan, sedangkan Jawa Timur cenderung pedas dan sedikit asin akan mendukung keberhasilan produk ini. Sehingga produsen harus memahami faktor budaya yang berkembang dalam suatu daerah tertentu.

# BAB 3
# TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal di Kabupaten Bangkalan Madura.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Siswa; konsumen (siswa SMA) lebih memperhitungkan barang/jasa apa saja yang dibutuhkan agat tidak berperilaku konsumtif, walaupun memperoleh uang saku yang cukup besar dari orang tua dan terbujuk oleh ajakan promosi. Perilaku konsumsi yang diharapkan bermuatan nilai-nilai budaya lokal yang tetap berdasarkan pada rasionalitas dalam berkonsumsi.
2. Orang tua siswa; dapat memberikan petunjuk bahwa perilaku orang tua dalam sebuah keluarga khususnya perilaku konsumsi sebenarnya ditiru dari anggota keluarga, sehingga berilah contoh yang tepat bagi diri siswa dalam sebuah keluarga.
3. Guru bidang studi ekonomi SMA di Madura; sebagai bahan masukan dan pertimbangan agar guru tidak hanya mentransfer ilmu pengetahuan untuk ketercapaian ketuntasan pembelajaran. Tapi, lebih dari sekedar itu (mendidik) siswa menjadi siswa yang berkarakter dengan muatan nilai tanggung jawab sosial khususnya dalam perilaku konsumsi siswa.
4. Peneliti; dapat memberikan pengalaman praktis dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan perilaku konsumsi siswa terhadap produk barang/jasa tertentu.

STKIP PGRI Bangkalan dapat memberikan manfaat sebagai penambahan referensi kepustakaan dan rujukan bagi peneliti/mahasiswa dalam disiplin ilmu yang sama maupun disiplin ilmu lain yang relevan.

# BAB 4
# METODE PENELITIAN

## 4.1 Pendekatan Penelitian

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

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

## 4.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Pembatasan ruang lingkup ini dilakukan agar hasil pembahasan dapat mencapai sasaran dan lebih berfokus pada bagaimana nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi khususnya di kalangan masyarakat yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura.

## 4.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu berupa fakta-fakta kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Data primer, merupakan data yang berasal dari hasil wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait.

2. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari data kepustakaan yang terdiri dari:
   a) Data sekunder internal meliputi dokumen-dokumen objek penelitian, seperti latar belakang objek dan gambaran objek secara umum.
   b) Data sekunder eksternal yaitu meliputi literatur-literatur, buku, majalah maupun media lain yang berhubungan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

### 4.4 Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Survei pendahuluan

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

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

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

### 4.5 Teknik Analisis Data

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

1. Mengumpulkan semua data yang dibutuhkan untuk penilaian tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai–nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.
2. Melakukan observasi dengan terjun langsung pada lapangan untuk wawancara dengan berbagai kalangan, antara lain yaitu: tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk mengetahui sejauh mana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.
3. Menganalisa pelaksanaan tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

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

# BAB 5
# HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

## 5.1 Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan mengenai tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal, maka peneliti melihat bahwa kebudayaan lokal yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura masih sangatlah kental akan nilai-nilai budaya lokal. Peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan. Informan pertama yaitu Bapak Abdul Fatah (Ketua RT 1, Kelurahan Mlajah, Kota Bangkalan). Berikut ini kutipan hasil wawancara:

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 1 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi merupakan kebutuhan mendesak untuk dapat memahami jalannya perekonomian dari waktu ke waktu karena perilaku konsumsi akan berpengaruh besar pada perekonomian. Contohnya perilaku konsumsi dipengaruhi faktor dari luar ekonomi seperti gaya hidup dan lingkungan. Hal ini sering sekali berpengaruh terhadap keputusan masyarakat".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 1 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "masyarakat Madura khususnya masyarakat Bangkalan unik, estetis, dan agamis. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masjid-masjid megah berdiri di Bangkalan. Bahkan Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura yang hingga ini menunjukkan eksistensinya sebagai produsen batik dan
merupakan galeri batik yang tersebar di Kabupaten Bangkalan. Apalagi batik sebagian dari kehidupan budaya, sebagai contoh batik seringkali dipakai pada acara resepsi pernikahan dan juga dijadikan seragam kantor dan bahkan seragam sekolah sebagai ciri khas sekolah tersebut".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang tinjauan perilaku

konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 1 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi dari perspektif budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura pada hakekatnya seseorang mengonsumsi barang. Hal ini karena kebutuhan untuk hidup, akan tetapi mayoritas masyarakat Kabupaten Bangkalan lebih cenderung faktor lingkungn hidupnya yang memengaruhi. Misalnya, seperti kenikmatan dan gengsi adalah emosi yang mendorong seseorang untuk terus berusaha memenuhi kebutuhannya. Situasi ini yang menyebar virus serakah di masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura".

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

Informan ke-dua dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mewawancarai Bapak Suhardi, ST (Kepala Desa Arosbaya, Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan). Berikut ini kutipan hasil wawancara:

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 2 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "mengetahui perilaku

konsumsi merupakan kebutuhan mendesak untuk bisa memahami jalannya perekonomian dari waktu ke waktu karena perilaku konsumsi di Kabupaten Bangkalan dipengaruhi oleh faktor lingkungan, pendidikan, pendapatan dan gaya hidup. Contohnya dapat dilihat dari faktor pendidikan, rata-rata rumah tangga dengan pendidikan tinggi di dalam memutuskan untuk berkonsumsi, sedangkan masyarakat dengan pendidikan yang lebih rendah akan lebih mudah dan lebih cepat berkonsumsi. Faktor pendapatan menggambarkan bahwa masyarakat akan memutuskan untuk menambah kuantitas barang dan jasa yang akan dikonsumsi atau akan menambah kuantitas barang dan jasa yang dibeli jadi masyarakat lebih cendrung menambah konsumsinya ketika pendapatan mereka mengalami peningkatan. Faktor gaya hidup/*life style* yaitu gaya hidup dicerminkan oleh pola pengeluaran dalam rumah tangga, profil pengeluaran kebutuhan makanan yang lebih besar mengindikasikan bahwa dalam rumah tangga tersebut masih fokus pada kebutuhan pokok yang artinya kesejahteraannya lebih rendah dibandingkan dengan rumah tangga yang memiliki pola pengeluaran non makananan lebih besar. Faktor lingkungan, pola konsumsi rata-rata keluarga di Kabupaten Bangkalan akan banyak mengikuti apa yang sedang banyak dilakukan orang lain, baik di lingkungan rumah tempat mereka tinggal, biasanya pengaruh tersebut di tunjukkan dengan adanya pembelian barang dan jasa oleh masing masing rumah tangga, hal ini terjadi karena inflasi banyak mereka dapatkan pada lingkungan tempat bekerja dan lingkungan di sekitar tempat tinggal".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 2 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "masyarakat Madura khususnya masyarakat Bangkalan unik, estetis dan agamis dibuktikan dengan adanya masjid-masjid yang berdiri dengan megah serta memiliki kesenian tradisional seperti karapan sapi, topeng, batik serta perilaku masyarakat Bangkalan yang mana mayoritas lebih banyak memilih merantau ke daerah-daerah di luar Madura atau bahkan di Luar Jawa yang bertujuan agar dapat menaikkan derajat mereka.

Namun ada pula yang masih menetap di daerahnya, misalnya masih ada yang bertani, beternak sapi, serta nelayan yang memiliki tempat tinggal di daerah pesisir".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 2 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi dari perspektif budaya lokal masyarakat bangkalan pada kenyataannya seseorang mengonsumsi suatu kebutuhan pangan dan non pangan dipengaruhi oleh faktor lingkungan karena rasa gengsi dan emosi yang mendorong perilaku konsumsi yang mana mereka sudah memenuhi kebutuhannya".

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

Selanjutnya, peneliti memilih tokoh agama untuk memperoleh data penelitian. Hal ini dilakukan untuk menyajikan bahwasanya secara umum Madura merupakan pulau yang terdiri dari penduduk mayoritas Islam dan Kabupaten Bangkalan secara khusus dijuluki sebagai "Kota Shalawat". Peneliti mewawancarai Bapak Dr. Abdur Rohman, S.Ag., M.EI sebagai informan ke-tiga dalam penelitian ini. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-tiga yaitu Bapak Dr. Abdur Rohman, S.Ag., M.EI merupakan Wakil Dekan III Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang perilaku konsumsi dalam Islam?"

Informan 3 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT. Sehingga sang *Khalifah* harusnya dapat mempergunakan sebaik-baiknya bagi

kesejahteraan bersama. Dalam suatu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *Khalifah* adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi mengarahkan pada kegiatan konsumsi (khusus). Perilaku konsumsi memiliki beberapa dimensi dalam Islam, yaitu antara lain:

- Halal; halal itu jelas, haram juga jelas. Di antara halal dan haram keduanya itu adalah *subhat*.
- Baik/bergizi; "makanlah dari yang baik atas apa yang Kami rezeqikan padamu" ( HR. Bukhari, Muslim, dan Turmudzi).
- Tidak berlebih-lebihan; sesuai dengan yang dibutuhkan.
- Tidak mengandung riba, kotor/najis, dan menjijikkan; Nabi Muhammad SAW melarang hasil usaha dari anjing, darah, pentato dan yang ditato, pemakan dan penerima riba, serta melaknat pembuat gambar.
- Bukan dari hasil suap".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang nilai-nilai budaya lokal dalam Islam?"

Informan 3 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "pada dasarnya nilai-nilai budaya lokal alangkah baiknya dilestarikan. Namun, yang menjadi titik tekan tidak boleh berada di luar batasan Islam. Misalnya, dalam acara peringatan 1000 hari anggota keluarga yang telah meninggal dunia harus "menyembelih sapi atau kambing". Nah, nilai-nilai budaya lokal seperti ini yang harus ditelah lagi yaitu harus disesuaikan dengan kemampuan".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 3 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "seperti yang telah dicontohkan bahwasanya perilaku konsumsi di sini cenderung berada di luar batasan Islam. Misalnya contoh tadi, hal ini menyebabkan *israf* atau berlebih-lebihan cenderung tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, hal ini terkadang sering dilakukan oleh masyarakat (berdasarkan filosofi yang berkembang)".

Berdasarkan kutipan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Dr. Abdur Rohman, S.Ag., M.EI (Wakil Dekan III Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura) sebagai informan 3 dalam pandangannya tentang perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu bahwasanya perilaku konsumsi di sini cenderung berada di luar batasan Islam. Misalnya contoh dalam acara peringatan 1000 hari anggota keluarga yang telah meninggal dunia harus "menyembelih sapi atau kambing", hal ini menyebabkan *israf* atau berlebih-lebihan cenderung tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, hal ini terkadang sering dilakukan oleh masyarakat (berdasarkan filosofi yang berkembang)". Temuan ini selaras dengan beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu budaya merupakan salah satu unsur lingkungan sosial, di mana unsur-unsur dari budaya itu sendiri (Sumarwan, 2014:228-236), diantaranya adalah terdapat sebuah kebiasaan (*customs*). Kebiasaan merupakan bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya yang diturunkan secara turun-temurun dari generasi ke generasi, misalnya upacara perkawinan, pemakaman, pelantikan pejabat, ulang tahun, dan keagamaan. Kebiasaan di Jawa Timur yaitu perayaan keagamaan Muludan, acara seperti ini akan meningkatkan pembelian bahan makanan.

Informan ke-empat dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mewawancarai Bapak Holis, S.HI. M.HI (Anggota Komisi Dakwah dan Hubungan Internasional MUI Jawa Timur). Berikut ini kutipan hasil wawancara:

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang perilaku konsumsi dalam Islam?"

Informan 4 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perbuatan untuk memanfaatkan atau mengonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Sebab kenikmatan yang diciptakan oleh Allah SWT, untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya. Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi dapat dikendalikan dengan lima prinsip berikut ini:

- Prinsip keadilan; mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum.
- Prinsip kebersihan; harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga dapat merusak selera.

- Prinsip kesederhanaan; mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan (janganlah makan secara berlebih).
- Prinsip kemurahan hati; mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita makan dan minum makanan yang halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya.
- Prinsip moralitas; seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT, sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian Ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dalam pandangan Islam harus mendapatkan legitimasi secara *syar'i* dan harus memenuhi kriteria halal secara hukum dan *toyyib* baik dan manfaat. Hal ini berdasarkan pada hadits yang artinya "Orang hidup membutuhkan konsumsi dan itu sebuah keharusan karena hal tersebut demi keberlangsungan hidup manusia ini yang disebut sebagai *hifdzun nafs* (manusia yang dapat menjaga diri) dalam teori *maqasid syariah*".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang nilai-nilai budaya lokal dalam Islam?"

Informan 4 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "nilai-nilai budaya lokal yaitu mengkhususkan pada kebudayaan dalam Islam harus mendapatkan porsi yang *legitimate* sepanjang tidak berbenturan dengan nilai-nilai keislaman. Terdapat dalam sebuah kaidah yang berbunyi bahwa tradisi atau budaya lokal dapat dijadikan sebagai dasar hukum".

Peneliti :"Bagaimana pandangan Bapak tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 4 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura sangat indah dan sejalan dengan nilai-nilai ukhuwah islamiyah. Hal ini dapat terlihat jika mengadakan

hajatan masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura yaitu makan bersama dan sejenisnya".

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

Selanjutnya, peneliti memilih tokoh budayawan untuk memperoleh data penelitian. Hal ini dilakukan untuk menyajikan bahwasanya secara umum Madura merupakan pulau yang terdiri dari penduduk terbagi dalam empat kabupaten, sehingga terdapat beraneka macam nilai-nilai budaya yang berkembang sesuai dengan tempat tinggal. Peneliti mewawancarai Ibu Dinara Maya Djulijanti, S.Sos., M.Si sebagai informan ke-lima dalam penelitian ini. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-lima yaitu Ibu Dinara Maya Djulijanti, S.Sos., M.Si merupakan salah satu tokoh budayawan dengan bidang penelitian komunikasi sosial Madura (Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura).

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 5 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi yang dilihat dari sisi masyarakat dengan usia dewasa. Jika dilihat lebih lanjut berdasarkan pandangannya saat ini perilaku konsumsi mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi dan kecepatan sarana transportasi yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura. Misalnya dalam hal kuliner, masyarakat memiliki kecenderungan mengonsumsi dengan "cara membeli" bukan lagi

dengan “cara membuat” (memasak). Sebenarnya hal ini sudah terjadi sejak tahun 2000an, nah puncaknya adalah sejak kemajuan teknologi. Bisa dicontohkan dengan media sosial (medsos), di mana perkembangannya sangat pesat”.

Peneliti : “Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 5 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa “nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura sangat beraneka ragam. Di mana dari ke-empat kabupaten berbeda, namun tetap memberikan persamaan identitas menunjukkan Madura sejatinya. Misalnya, nilai-nilai budaya lokal yang paling nyata adalah adat-istiadat selametan, manten, dan sejenisnya. Pada dasarnya “selametan” (tasyakuran) merupakan makna untuk bersedekah (memberikan sesuatu kepada orang lain/orang sekitar). “Selametan” yang dilakukan berdasarkan pada kepercayaan dari budaya lokal yang berkembang di lingkungan masyarakat tempat tinggal. Contoh di Kampung Pejagan melakukan “selametan” pada bulan-bulan tertentu (seperti “selametan” pada Bulan Shafar). Biasanya di Madura secara umum dan Kabupaten Bangkalan secara khusus dikenal istilah budaya“*ter-ater*” yang berkembang di masyarakat. Berikutnya perayaan manten yang berkembang di Madura secara umum dan Kabupaten Bangkalan secara khusus tetap dijunjung tinggi, namun perayaan sudah tidak sekental dahulu. Jika di daerah perkotaan perayaan manten bergeser dengan manten prasmanan atau *standing party*. Jika dahulu perayaan manten dengan diadakannya “*remo*h” dan “*to-oto*’” yang berkembang di pedesaan. Sedangkan, di perkotaan perayaan manten seperti biasa duduk, bertemu dengan keluarga yang menyelenggarakan, serta dengan durasi waktu kisaran 1-1,5 jam. Perlu digarisbawahi bahwa dalam perayaan manten tetap dilaksanakan sesuai dengan status sosial dan kondisi ekonomi yang dimiliki oleh keluarga yang bersangkutan”.

Peneliti : “Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 5 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa “tinjauan perilaku konsumsi

dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura masih kental dalam menjunjung nilai-nilai budaya lokal, namun seiring dengan perkembangan teknologi dan sarana transportasi sedikit menggeser perilaku konsumsi yang telah dipertahankan sejak nenek moyang terdahulu. Tetapi, jika dilihat lebih lanjut nilai-nilai budaya lokal untuk acara-acara tertentu masih dipertahankan. Misalnya, acara manten dilakukan sesuai budaya yang ada khususnya di daerah pedesaan. Lebih lanjut informan menjelaskan bahwa kecenderungan terdapat perbedaan nilai-nilai gotong royong yang berkembang di masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura. Inilah yang menjadi perbedaan secara mendasar masyarakat pedesaan dan perkotaan. Jika masyarakat perkotaan dalam melakukan konsumsi cenderung sesuai dengan kebutuhan, namun tetap tampilan luarnya ingin berbeda dengan lainnya. Hal ini berbeda dengan masyarakat pedesaan dalam berkonsumsi cenderung konsumtif yang diiringi dengan kondisi ekonomi yang mapan. Harapan dari informan berkaitan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura adalah tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat. Nantinya akan tetap memunculkan identitas masyarakat tersebut yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan masyarakat lainnya".

Berdasarkan kutipan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Ibu Dinara Maya Djulijanti, S.Sos., M.Si merupakan salah satu tokoh budayawan dengan bidang penelitian komunikasi sosial Madura (Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura) sebagai informan 5 berkenaan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi dan kecepatan sarana transportasi yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura. Harapan yang diimpikan adalah tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat. Nantinya akan tetap memunculkan identitas masyarakat tersebut yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan

masyarakat lainnya. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Suprapti (2010:210) yaitu budaya merupakan seperangkat nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang diperoleh atau dipelajari, yang diterima oleh masyarakat tertentu secara turun-temurun sebagai suatu kesatuan yang membantu mengarahkan perilaku para anggotanya. Nilai, keyakinan, maupun kebiasaan tersebut disampaikan kepada anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. Budaya merupakan sesuatu yang kompleks merefleksikan setiap makna dan tradisi yang terdapat dalam suatu masyarakat.

Informan ke-enam dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mewawancarai Bapak Mohammad Hipni, S.HI. M.HI (Budayawan di bidang Sosiologi Madura, sekaligus merupakan salah satu Pengasuh Pondok Pesantren Hidayatul Muttaqin). Beliau beralamatkan di Desa Gunung Sereng, Kecamatan Kwanyar, Kabupaten Bangkalan. Berikut ini kutipan hasil wawancara:

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 6 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi secara mendasar (sudut pandang Islam) yaitu perlu memahami tentang Al-Qur'an dan Hadits, sepanjang dalam melakukan pembelian tidak melebihi batasan. Batasan yang dimaksud adalah batasan halal dan tidak melampaui ketersediaan dana yang dimiliki. Misalnya, jika membeli kendaraan harus tetap melihat kemampuan keuangan yang dimiliki. Sedangkan, jika berkaitan dengan selera walaupun selera tersebut dapat dikatakan tidak biasa (lebih suka nasi jagung, daripada nasi putih). Hal ini tidak menjadi masalah selama masih dalam batasan halal.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 6 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "nilai-nilai budaya lokal merupakan nilai yang harus tetap dijunjung tinggi. Nilai ini berasal dari pandangan hidup orang Madura tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai agama Islam yang mereka anut. Terdapat fakta yang harus diketahui hampir seluruh orang Madura adalah penganut agama Islam. Ketaatan mereka pada agama Islam sudah merupakan penjatidirian yang penting bagi orang Madura. Fakta ini menjadi

sangat penting karena identitas keislaman sangat melekat dengan orang Madura. Perlu digarisbawahi bahwasanya ciri Madura secara umum dan Kabupaten Bangkalan secara khusus adalah Indonesiawi, Madurawi, dan Islami. Hal ini dapat dibuktikan dengan pandangan masyarakat pedesaan adalah "*nilai mondok*" merupakan nilai yang ada, melekat, dan dicitaka-citakan oleh masyarakat Madura. Contoh nilai-nilai tersebut antara lain: religius dan tata krama yang sangat kental diajarkan dalam pondok pesantren. Selanjutnya sesuai dengan ajaran Islam yang dianutnya, pandangan hidup orang Madura menuntunnya untuk menjalani kehidupan demi pencapaian kebahagiaan dunia dan akhirat. Mereka menyadari bahwasanya hidup itu tidak hanya berlangsung di dunia sekarang ini tetapi juga diteruskan kelak di akhirat".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Bapak tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 6 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "dalam hal perilaku konsumsi konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura yaitu memiliki sifat "*prempen*". Artinya menyimpan sebagian uang, bukan dalam makna "pelit" atau "irit". Tetapi menyisihkan sebagian uang yang diperoleh, tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok (makanan dan minuman). Sebagian uang tersebut dapat dibelanjakan untuk simpanan di masa depan (misalnya, rumah dan kendaraan). Terdapat contoh yang sering terjadi di masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura yaitu mereka membangun rumah yang cukup besar sebagai rumah yang telah diimpikan. Mereka rela berkorban untuk makan seadanya untuk dapat membangun rumah yang cukup besar. Hal ini dikarenakan dengan rumah yang cukup besar dan bagus akan merealisasikan cita-cita tentang keislaman, dalam hal ini sangat familiar berkembang di masyarakat (dalam bahasa arab "*baiti jannati*" artinya "*rumahku surgaku*"). Nah, cita-cita keislaman seperti ini yang masih dipegang teguh untuk generasi selanjutnya".

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

Selanjutnya, peneliti mewawancarai ibu rumah tangga yang bekerja sebagai informan ke-tujuh dalam penelitian ini. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-tujuh yaitu Ibu Murniati seorang pengajar SD di salah satu Sekolah Dasar di Desa Lomaer, Kecamatan Blega, Kabupaten Bangkalan.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 7 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi yaitu kebutuhan sehari-hari yang harus terpenuhi, konsumsi ini dapat dibagi menjadi dua sifat, yang pertama konsumsi langsung seperti makan dan minum dan yang kedua konsumsi tidak langsung seperti membeli barang seperti perabotan rumah tangga. Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan, semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi yang dilakukan. Setelah itu dipengaruhi oleh faktor harga diri terhadap lingkungan, seseorang akan cenderung melakukan konsumsi terhadap barang mewah atau barang yang sejenis dengan tetangga guna untuk menjaga harga dirinya agar terlihat mampu untuk membeli".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal

masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 7 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "budaya yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura masih dipegang teguh sangat kuat dan kental adat-istiadat dan kebiasaan yang dilakukan oleh orang tetua, budaya yang ada di Bangkalan masih kuat akan nilai-nilai religiusnya, yang mana ketika memasuki malam 21, 25, dan 27 di bulan Ramadhan para ibu-ibu akan menyiapkan makanan khusus untuk melakukan selamatan dan meminta keberkahan dengan memperingati malam 21, 25, dan 27 di bulan puasa (Ramadhan)".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 7 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "jika perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal, hal ini dibuktikan dengan besarnya pendapataan yang diterima oleh masyarakat. Mereka akan melakukan konsumsi di luar batas kebiasaan. Mereka melakukan hal ini disebabkan karena faktor lingkungan berkembang di sekitarnya. Kebudayaan yang seperti ini yang akan merusak generasi bangsa, karena dengan hal itu remaja akan berperilaku konsumsi dengan membeli barang-barang yang sebenarnya sudah mereka miliki namun hanya berbeda *merk* dan warna".

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

Lebih jelasnya menyebutkan bahwa faktor pribadi merupakan salah satu yang memengaruhi perilaku konsumsi. Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi: 1) umur dan tahapan dalam siklus hidup; seseorang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidupnya, 2) jenis pekerjaan; pekerjaan seseorang juga

memengaruhi barang/jasa yang dibelinya, 3) keadaan ekonomi; terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan hartanya, 4) gaya hidup; pola seseorang dalam menjalani hidupnya (aktivitas, minat, kesukaan, sikap, konsumsi, dan harapan), serta 5) kepribadian dan konsep diri; karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya.

Berikutnya, peneliti mewawancarai ibu rumah tangga yang bekerja sebagai informan ke-delapan dalam penelitian ini. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-delapan yaitu Siti Rokayyah seorang pengusaha kue kering Di Desa Padurungan, Kecamatan Tanah Merah, Kabupaten Bangkalan.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 8 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "perilaku konsumsi masyarakat jika dilihat dari masyarakat dengan latar belakang ibu-ibu rumah tangga akan berperilaku mengonsumsi makanan untuk keperluan setiap hari. Sedangkan untuk para pemuda-pemudanya lebih mengonsumsi barang-barang meskipun barang tersebut sudah dimiliki, dan juga sering pergi ke tempat makanan (restoran/cafe) yang baru dibuka atau lagi *booming* di kalangan anak remaja di Kabupaten Bangkalan Madura".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 8 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "nilai-nilai budaya yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura mulai terkikis. Misalnya, dalam hal berbelanja. Dahulu orang mengenal berbelanja di pasar tradisional. Namun, saat ini terjadi perbedaan karena pergeseran pola pikir masyarakat yaitu dengan mengenalnya pusat perbelanjaan modern atau yang disebut dengan *mall*.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 8 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "jika perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal bisa dilihat dari budaya pola pikir masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura, di mana ketika sudah

memiliki barang masih ingin membeli barang yang sama padahal fungsi dari barang tersebut sama. Selain itu, perilaku masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura membeli barang yang bermerk dan mahal agar terlihat hebat dan mampu membeli barang tersebut di mata masyarakat.

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

Lebih jelasnya menyebutkan bahwa faktor psikologis merupakan salah satu yang memengaruhi perilaku konsumsi. Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki individu meliputi: 1) motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang, 2) persepsi sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna, 3) proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, serta 4) kepercayaan dan sikap suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

Dengan melakukan perbadingan untuk dapat menyajikan data yang mewakili tujuan penelitian ini, maka informan selanjtnya adalah memilih ibu rumah tangga yang tidak bekerja. Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-sembilan yaitu Ibu Mariatun seorang ibu rumah tangga yang tidak bekerja dengan memiliki 3 orang anak di Desa Tenggun Dajah, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan.

Peneliti : “Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 9 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa “perilaku konsumsi masyarakat Bangkalan sangatlah tinggi karena masyarakat akan selalu melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan setiap hari yang

mana masyarakat Bangkalan banyak berperilaku sebagai konsumen bukan sebagai produsen".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 9 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "budaya Kabupaten Bangkalan Madura sangatlah banyak. Misalnya Kabupaten Bangkalan memiliki banyak kebudayaan, seperti: kebudayaan kerapan sapi, juga ada batik khas Kabupaten Bangkalan. Bangkalan memiliki banyak budaya, budaya itu sendiri adalah kebiasaan, kebiasaan masyarakat Kabupaten Bangkalan yang biasa dilakukan yaitu sepeti mengadakan syukuran pada bulan Ramadhan pada malam 21, 25, dan 27".

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?"

Informan 9 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa "jika perilaku konsumsi dari perspektif nilai budaya yang ada di Kabupaten Bangkalan sangatlah khas dan unik. Jika ada kebudayaan yang dipertunjukkan seperti karapan sapi, dari inilah masyarakat akan melakukan konsumsi. Masyarakat yang datang untuk melihat pertunjukkan kerapan sapi akan membeli beraneka macam makanan, minuman, bahkan pernak-pernik khas karapan sapi".

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

Berikut merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan ke-sepuluh yaitu Ibu Hj. Astutik seorang ibu rumah tangga yang tidak bekerja dengan memiliki 2 orang anak di Desa Pocong, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan.

Peneliti : "Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi

masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 10 : Menurutnya Beliau menjelaskan bahwa “perilaku konsumsi masyarakat sangat berlebihan. Hal ini dikarenakan dapat dilihat dari konsumsi makanan, pada saat bulan puasa jumlah pengeluaran konsumsi semakin bertambah. Selain itu, dapat dilihat dari konsumsi barang, masyarakat saling bersaing untuk menunjukkan bahwa dirinya mampu membeli barang yang mahal. Hal itu dilakukan untuk pencitraan, agar di mata masyarakat dipandang hebat”.

Peneliti : “Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 10 : Menurutn Beliau menjelaskan bahwa “Kabupaten Bangkalan Madura kaya akan budayanya dan nilai-nilai yang terkandung juga memiliki nilai moral yang bagus untuk remaja pada zaman sekarang”.

Peneliti : “Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura?”

Informan 10 : Menurut Beliau menjelaskan bahwa “jika perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura, budaya masyarakat yang selalu mengonsumsi barang-barang mewah yang hanya untuk dipamerkan, dan untuk mendapatkan pujian dari para tetangga atau lingkungan sekitar”.

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

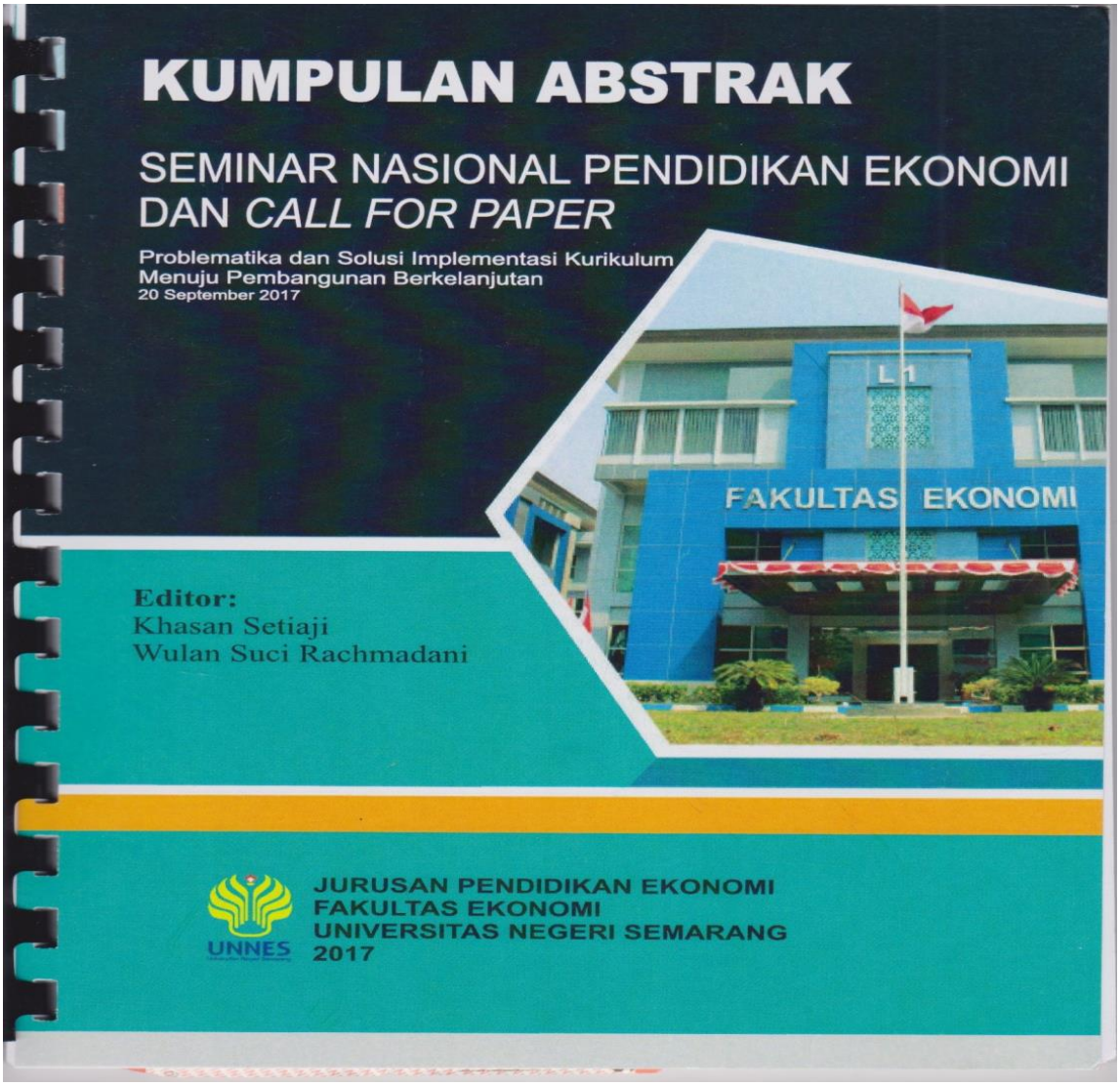
Lebih jelasnya menyebutkan bahwa faktor pribadi merupakan salah satu yang memengaruhi perilaku konsumsi. Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi: 1) umur dan tahapan dalam siklus hidup; seseorang akan mengubah barang dan jasa

yang mereka beli selama hidupnya, 2) jenis pekerjaan; pekerjaan seseorang juga memengaruhi barang/jasa yang dibelinya, 3) keadaan ekonomi; terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan hartanya, 4) gaya hidup; pola seseorang dalam menjalani hidupnya (aktivitas, minat, kesukaan, sikap, konsumsi, dan harapan), serta 5) kepribadian dan konsep diri; karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya.

## 5.2 Luaran Yang Dicapai

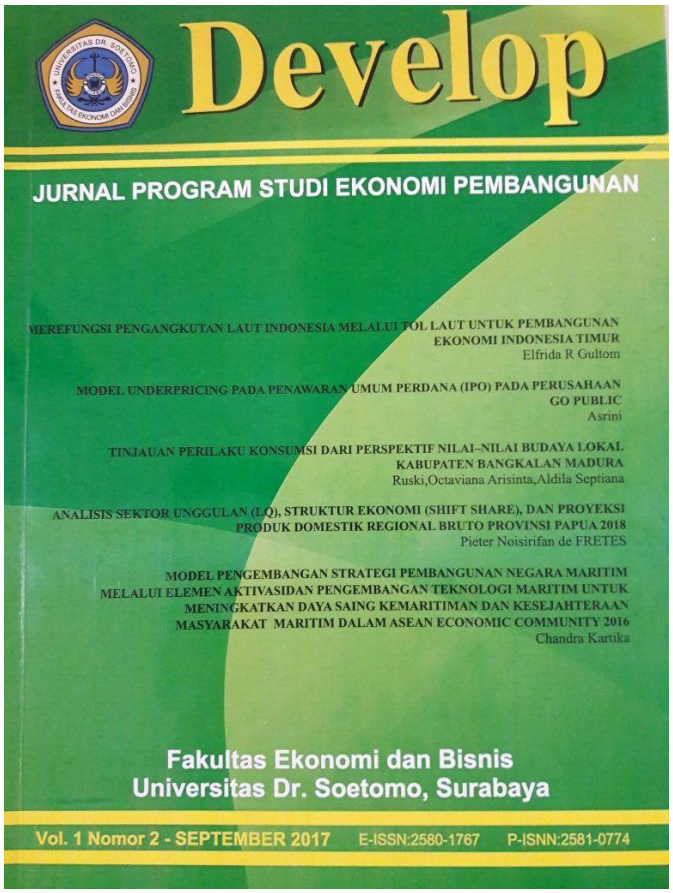
### 5.2.1 Seminar Hasil

Hasil penelitian telah diseminarkan dalam seminar nasional pendidikan ekonomi Universitas Negeri Semarang (UNNES) pada tanggal 20 September 2017.



### 5.2.2 Jurnal Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini telah disusun dalam bentuk artikel pada jurnal Develop yang dimiliki oleh Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr Soetomo Surabaya, yang terbit 2 kali dalam 1 tahun, yaitu pada bulan Maret dan September dengan E-ISSN : 2580-1767 P-ISSN : 2581-0774 dan telah terbit pada bulan September 2017.




## 5.3 Pembahasan

Berdasarkan kutipan hasil wawancara yang telah dilakukan tim peneliti terhadap informan yang telah terpilih, yaitu antara lain: tokoh masyarakat, agama, budayawan, ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk mengetahui sejauh mana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Butir-butir pertanyaan yang diajukan tim peneliti kepada informan menyesuaikan dengan latar belakang dari beberapa informan (terlampir). Hal ini dilakukan agar mampu mengungkapkan keadaan yang sebenarnya tentang bagaimana tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura? Sehingga dasar-dasar tersebut terpilihlah sebanyak sepuluh orang informan se-Kabupaten Bangkalan Madura.

Secara berurutan akan dibahas dari hasil kutipan wawancara yang telah disajikan di atas pada bagian hasil penelitian.

Dalam pandangan tokoh masyarakat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura tidak lepas dari perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dikarenakan faktor lingkungan, faktor lingkungan tidak hanya bersifat negatif tetapi juga memiliki sisi positif. Selaras dengan beberapa referensi sebagai tolak dasar dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Lingkungan merupakan tempat tinggal seorang individu dengan masyarakatnya. Dalam masyarakat terdapat kebudayaan yang merupakan suatu hal yang kompleks meliputi, ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, norm-norma yang berlaku pada masyarakat (Mangkunegara, 2009:39).

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

Pernyataan yang menjelaskan masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura berada di luar batasan Islam juga terlihat pada tradisi mudik. Wiyata (2013:58-59) menjelaskan bahwa suasana dan perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu “tradisi kultural keagamaan” hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekontruksi sosial-budaya yang semakin berkembang. Di sisi lain, bagi pemudik sendiri merupakan kesempatan berkumpul dengan sanak keluarga, kerabat, serta orang-orang di kampung halaman yang telah lama mereka tinggalkan harus juga dimaknai sebagai ajang sosial yang sama. Mereka harus dapat menunjukkan cerita dan berita sukses yang telah diraihnya dengan menghadirkan bukti konkrit. Tuntutan sosial ini mendorong para pemudik untuk berupaya mengumpulkan sebanyak mungkin, jika diperlukan merekayasa dan memanipulasi dengan simbol-simbol bermakna keberhasilan. Hal seperti ini

menyebabkan perilaku konsumtif yang terjadi dengan melihat nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.

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

Di sisi lain pandangan tokoh agama yang lain melihat bahwa perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura masih memegang teguh nilai-nilai nilai-nilai ukhuwah islamiyah yang diajarkan dalam Islam. Selain itu, terdapat bahwasanya dalam sebuah kaidah yang berbunyi bahwa tradisi atau budaya lokal dapat dijadikan sebagai dasar hukum. Hal ini selaras dengan referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa budaya mencakup baik dari eleman abstrak maupun material (Wardana, 2011:43). Eleman asbtrak meliputi nilai, sikap, gagasan, tipe kepribadian, dan gagasan ringkasan (seperti agama). Sedangkan, elemen material meliputi budaya yang terkadang dideskrispsikan sebagai artefak budaya atau manifestasi material dari budaya, sehingga mampu membatasi pemakaian budaya untuk konsep-konsep abstrak.

Sebagai tambahan dalam menyikapi perilaku konsumsi dalam Islam dapat merujuk pada konsumsi al-Ghazali (dalam Rohman, 2016) menjelaskan bahwa setidaknya terdapat sepuluh kejelekan yang perlu diwaspadai dalam kaitannya perilaku konsumsi, yaitu antara lain:

1. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan hati (*qalb*) menjadi keras;
2. Konsumsi yang berlebihan akan menimbulkan kebimbangan dan gejolak pada anggota tubuh yang mengakibatkan kerusakan;
3. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan penyempitan aka (*aql*), pikiran, serta pengetahuan;
4. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan malas untuk beribadah (*qalb*);

5. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan hilangnya kenikmatan dalam beribadah (*qalb*);
6. Konsumsi yang berlebihan akan menjerumuskan kepada hal yang haram (*nafs*);
7. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan hati (*qalb*) lelah dan mendatangkan kebiasaan kurang baik untuk (*dawamat thaharah*);
8. Konsumsi yang berlebihan akan mempersulit urusan akhirat (*qalb*);
9. Konsumsi yang berlebihan akan menjadikan berkurangnya pahala (*qalb*); serta
10. Konsumsi yang berlebihan kelak akan menanyakan dari mana didapatkan, meskipun halal, kelak akan dihisab (*qalb*), (*nafs*), dan (*aql*).

Jika diperhatikan dengan seksama pernyataan al-Ghazali di atas sangat erat kaitannya dengan Iman dan Taqwa seseorang (konsumen) yang memengaruhi unsur hati (*qalbu*), jiwa (*nafs*), dan akal (*aql*)-nya.

Berikutnya adalah pandangan tokoh budayawan dalam menganalisis bahwasanya perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi dan kecepatan sarana transportasi yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura. Harapan yang diimpikan adalah tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat. Nantinya akan tetap memunculkan identitas masyarakat tersebut yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan masyarakat lainnya. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Suprapti (2010:210) yaitu budaya merupakan seperangkat nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang diperoleh atau dipelajari, yang diterima oleh masyarakat tertentu secara turun-temurun sebagai suatu kesatuan yang membantu mengarahkan perilaku para anggotanya. Selain itu, juga didukung oleh pendapat Wardana (2011:44-45) konsumen sebagai bagian dari anggota masyarakat di mana Ia tinggal akan memperoleh nilai-nilai budaya karena budaya itu sendiri dipelajari, ditanamkan, mengajarkan respons yang memuaskan secara sosial, serta budaya itu bersifat adaptif.

Merujuk pada harapan dari seorang tokoh budayawan yaitu “tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat”. Hal ini turut didukung dengan penyataan yang menjelaskan bahwa dikarenakan unsur-unsur primordial yang mencakup kekerabatan, agama, dan bahasa merupakan penanda identitas masyarakat dan kebudayaan Madura. Kekerabatan dalam kehidupan orang Madura tidak selalu dapat dimaknai sebagai cerminan dari sikap eksklusivitas orang Madura. Sebaliknya, justru ikatan

kekerabatan dapat membentuk "kekerabatan semu" (*pseudo kinship*) yang disebut dengan ungkapan "*oreng daddi taretan*". Ini merupakan salah satu modal budaya untuk membangun dan mengembangkan interkasi sosial dengan kelompok etnik lainnya (Wiyata, 2013).

Di sisi lain referensi yang menyebutkan bahwa masyarakat di Madura secara umum dan Kabupaten Bangkalan secara khusus juga mengenal terjadinya gejala komoditasi kekuatan supranatural (Wiyata, 2013:61-63). Munculnya fenomena menarik dalam kehidupan aparat birokrasi di Madura. Untuk menghadapi dan menangkal kemungkinan terjadinya serangan fisik dari para pengunjuk rasa, aparat birokrasi merasa perlu melengkapi dirinya dengan kekuatan supranatural berupa azimat-azimat (*jaza*'). Orang Madura biasa menyebutnya sebagai *apagar*. Tindakan *apagar* ini dapat diperoleh dari sementara Kyai dengan imbalan sejumlah uang tertentu. Berdasarkan informasi di lapangan, harga setiap *jaza*' sekitar Rp 20.000 atau lebih per orang. Oleh karena konon kabarnya hampir setiap instansi merasa perlu mendatangkan serorang Kyai untuk men- *jaza*' para pegawainya, maka terjadilah *jaza'-men-jaza'* secara kolektif dan serentak. Lebih daripada itu, maka terjadilah, fenomena budaya yang menarik ini mengandung makna terjadinya gejala komoditisasi kekuatan supranatural yang secara sosial-budaya dan ekonomi saling menguntungkan semua pihak.

Untuk melengkapi pemahaman kita tentang tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura diketahui bahwasanya memiliki sifat "*prempen*". Artinya menyimpan sebagian uang, bukan dalam makna pelit atau irit. Tetapi menyisihkan sebagian uang yang diperoleh, tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok (makanan dan minuman). Sebagian uang tersebut dapat dibelanjakan untuk simpanan di masa depan (misalnya, rumah dan kendaraan). Dengan tetap memegang teguh nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu nilai keislaman. Hal ini juga didukung dengan pendapat Wiyata (2013) yang menjelaskan bahwa mengenal Madura artinya mengenal nilai keislaman.

Selain itu, dari beberapa referensi yang menyebutkan bahwa nilai-nilai budaya lokal mencerminkan perilaku konsumsi yang dilakukan. Sebagai contoh yang dijelaskan oleh Wiyata (2013:27), pemilihan warna hampir selalu warna-warna yang bernuansa "*tega*s" misalnya "*mera* = merah", "*celleng* = hitam", "*bhiru* = hijau", maupun "*koneng* = kuning", dan lainnya. Hampir tidak pernah orang Madura menyukai warna-warna berjenis "lembut" atau kurang tegas. Jikalaupun harus memilih jenis warna yang kurang tegas, biasanya hanya sebagai aksesoris tambahan. Untuk penyebutan juga demikian, mereka cukup menambahkan kata "*ngoda*" (*mera ngoda*, *koneng ngoda*, *biru ngoda*, dan bahkan untuk warna "*celleng ngoda*" tidak pernah digunakan (atau mungkin disebut *dhabuk*). Kenyataan ini dapat

membantu para penjual atau produsen dalam pemasaran produk yang ditawarkan pada masyarakat disesuaikan dengan nilai-nilai budaya lokal yang berkembang.

Contoh lain adalah dalam hal kesukaan orang Madura terhadap rasa atau *taste* terhadap masakan selalu menunjukkan hal yang sama terhadap warna. Pada dasarnya selera (*taste*) juga merupakan bagian dari refleksi simbolik nilai-nilai budaya. Oleh karena itu, orang Madura hanya lebih mengenal rasa *accen* (asin) dan *manes* (manis). Bagi orang Madura kedua rasa tersebut sangat disukai. Artinya jika menyebut rasa asin terhadap suatu jenis makanan, maka yang dimaksud adalah rasa yang benar-benar asin. Barangkali hanya di masyarakat Madura (secara umum) dikenal "*lauk buja cabbhi*", yaitu campuran antara garam dan cabai yang ditumbuk setengah halus sebagai pelengkap dan sekaligus penyedap makanan pokok. Garam yang digunakan adalah garam murni yang tidak memerlukan campuran lain sehingga rasa asinnya sangat kental, begitu pula dengan rasa manis. Rasa yang sifatnya "*setengah-tengah*" sepertinya tidak pernah disukai (Wiyata, 2013).

Mengutip pernyataan dari informan di atas yang menyebutkan bahwa "pandangan masyarakat pedesaan tentang sebuah "*nilai mondok*" merupakan nilai yang ada, melekat, dan dicita-citakan oleh masyarakat Madura. Contoh nilai-nilai tersebut antara lain: religius dan tata karma yang sangat kental diajarkan dalam pondok pesantren. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan pernyataan Wiyata (2013:30-31) bahwa semua orang Madura dapat dikatakan sebagai masyarakat yang patuh. Semua orang Madura pasti tahu tentang adanya ungkapan *bhuppa' bhabhu' ghuru rato*. Tapi apakah semua orang Madura paham akan makna yang terkandung di dalamnya? Saya yakin, jawabannya tidak. Menurut pengamatan yang dialami selama ini, paling-paling yang mereka pahami adalah kepatuhan orang Madura secara hierarhikal pada figur-figur utama. Orang Madura pertam-tama harus patuh dan taat pada kedua orang tua (nya), kemudian pada *ghuru* (ulama/kiai), dan terakhir pada *rato* (pemimpin formal atau biasa disebut birokrasi). Artinya, dalam kehidupan sosial budaya orang Madura terdapat standard referensi kepatuhan terhadap figur-figur utama secara hierarhikal. Sebagai aturan normatif yang mengikat setiap orang Madura maka pelanggaran atau paling tidak, melainkan aturan itu akan mendapatkan sanksi sosial sekaligus kultural. Tentu saja, pemaknaan sebatas itu tidak sepenuhnya salah. Oleh karenanya, perlu adanya perenungan kembali yang lebih mendalam. Nilai inilah yang dianggap oleh orang Madura secara khusus masyarakat Pedesaan dapat diperoleh melalui memondokkan putra-putrinya ke Pondok Pesantren untuk mampu membimbing generasi berikutnya dengan nilai-nilai religius dan tata karma.

Sedangkan perspektif selanjutnya dialihkan pada ibu rumah tangga yang bekerja menjelaskan bahwa perilaku konsumsi timbul karena faktor lingkungan, rasa harga diri yang tinggi, dan emosi yang mendorong seseorang harus membeli sesuatu guna untuk mendapatkan pujian. Hal ini sebenarnya yang terjadi di dalam masyarakat, selain itu juga dapat didukung dari beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008. Di mana faktor pribadi merupakan salah satu yang memengaruhi perilaku konsumsi. Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi: 1) umur dan tahapan dalam siklus hidup; 2) jenis pekerjaan; 3) keadaan ekonomi; 4) gaya hidup; serta 5) kepribadian dan konsep diri.

Selain itu, seorang ibu rumah tangga yang bekerja juga memandang bahwa perilaku konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008. Faktor ini lebih melihat kondisi psikis yang dimiliki individu meliputi: 1) motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang, 2) persepsi sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna, 3) proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, serta 4) kepercayaan dan sikap suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

Terakhir yang dipilih sebagai informan adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja. Dapat disimpulkan bahwasanya budaya yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura sangatlah kental dan memiliki ciri khas tersenidiri. Sedangkan perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura, akan selalu melakukan konsumsi karena konsumsi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena kebutuhan tersebut adalah kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi. Hal ini sesuai dengan beberapa kutipan ang diambil dari bab kajian pustaka yang menjelaskan bahwa tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/jasa, dan memperoleh kepuasan (Case & Fair, 2007). Selain itu, perilaku dan budaya sangat berhubungan erat. Di mana terdapat sebuah kebudayaan, di situ juga menunjukkan sikap perilaku yang timbul. Hal ini selaras dengan pernyataan Kotler (2008:183) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis juga didukung oleh pendapat Engel dkk, 1995; Kotler & Armstrong, 2008; dan Setiadi, 2008.

Berdasarkan hasil kesimpulan terakhir tentang tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura dari ke-sepuluh informan berpandangan bahwasanya budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing. Di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan memiliki kebudayaan lokal yang sangatlah unik estetis dan agamis dapat dibuktikan dengan banyaknya masjid-masjid megah berdiri di Bangkalan, tidak hanya itu masih banyak kebudayaan yang lain seperti karapan sapi, batik tulis asli, topeng Madura biasanya digunakan untuk pentas seni yang menjelaskan suatu cerita. Selain itu, bukti lain yaitu perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu "tradisi kultural keagamaan" hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekontruksi sosial-budaya yang semakin berkembang.

Harapannya adalah tetap menjunjung nilai-nilai budaya lokal (tradisi) dengan tepat. Artinya mengonsumsi harus disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan lingkungan tempat tinggal dalam masyarakat. Nantinya akan tetap memunculkan identitas masyarakat tersebut yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan masyarakat lainnya. Selain itu, unsur-unsur primordial yang mencakup kekerabatan, agama, dan bahasa merupakan penanda identitas masyarakat dan kebudayaan Madura. Kekerabatan dalam kehidupan orang Madura tidak selalu dapat dimaknai sebagai cerminan dari sikap eksklusivitas orang Madura. Sebaliknya, justru ikatan kekerabatan dapat membentuk "kekerabatan semu" (*pseudo kinship*) yang disebut dengan ungkapan "*oreng daddi taretan*". Ini merupakan salah satu modal budaya untuk membangun dan mengembangkan interkasi sosial dengan kelompok etnik lainnya.

Tinjauan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura diketahui bahwasanya memiliki sifat "*prempen*". Artinya menyimpan sebagian uang, bukan dalam makna pelit atau irit. Tetapi menyisihkan sebagian uang yang diperoleh, tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok (makanan dan minuman). Sebagian uang tersebut dapat dibelanjakan untuk simpanan di masa depan (misalnya, rumah dan kendaraan). Dengan tetap memegang teguh nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu nilai keislaman.

# BAB 6
# KESIMPULAN DAN SARAN

## 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari observasi dan wawancara terhadap sepuluh orang informan dapat disimpulkan bahwa tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing. Di Madura khususnya Kabupaten Bangkalan memiliki kebudayaan lokal yang sangatlah unik estetis dan agamis dapat dibuktikan dengan banyaknya masjid-masjid megah berdiri di Bangkalan, tidak hanya itu masih banyak kebudayaan yang lain seperti karapan sapi, batik tulis asli, topeng Madura biasanya digunakan untuk pentas seni yang menjelaskan suatu cerita. Selain itu, bukti lain yaitu perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu "tradisi kultural keagamaan" hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekontruksi sosial-budaya yang semakin berkembang.

## 6.2 Saran

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

1. Sebagai individu dalam masyarakat, harus mampu bertindak cerdas dalam melakukan pembelian untuk berperilaku konsumsi harus pandai memilih produk benar dibutuhkan dan belum dimiliki.
2. Sebagai orang tua yang berada dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, harus mampu membimbing putra-putri untuk lebih rasional dalam berperilaku konsumsi dan tetap pada koridor nilai-nilai agama dan budaya lokal yang ada.
3. Sebagai orang tua yang berada dalam lingkungan keluarga dan masyarakat, harus mampu memilah antara perilaku konsumsi yang rasional dan konsumtif.

## DAFTAR PUSTAKA


Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga.

Cooper, D.R. & Schindler, P.S. 2003. *Business Research Methods* (Eight Edition). New York: Mc Graw-Hill/Irwin.

Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.

Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

———, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

Hawkins, D.I, Mothersbaugh, D.L, and Best R.J. 2007. *Consumer Behavior: Mulding Marketing Strategy*, 10ed, USA: Mc Graw Hill.

Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jumiati. 2010. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Internalitas Kegiatan Promosi, dan Pengalaman Belajar Bidang Studi Ekonomi terhadap Rasionalitas dalam Berkonsumsi Peserta Didik SMA Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

———. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.

Lestari, P.P. 2010. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Malhotra, N.K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Bandung: PT Refika Aditama.

Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.

Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga

Purwati, A. 2010. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Persepsi Siswa atas Lingkungannya terhadap Perilaku Konsumsi yang Diintermediasi oleh Prestasi Belajar Ekonomi Siswa SMA se Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Rohman, Abdur. 2016. *Teori Kebocoran (Jilid 1)*. Surabaya: Pustaka Radja.

Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Jakarta: PT Indeks.

——— . & L. L. Kanuk. 2010. *Consumer Behavior* (Tenth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Septiana, Aldila, 2013. *Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.

Setiadi, N.J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Soeharno. 2009. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Solomon, M.R. 2004. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Amus.

Suprapti, Ni W.S. 2009. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar-Bali: Udayana University Press.

Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. (Online). (www.asmakmalaikat.com, diakses 19 Maret 2016).

Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Wardana, L.W. 2011. *Perilaku Konsumen* (Chamdan Purnama, Ed.). Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo Press.

Wiyata, A. Latief. 2013. *Mencari Madura*. Jakarta: Bidik-Phronesis Publishing.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

## Lampiran 1. Instrumen Penelitian

### Daftar Pertanyaan Untuk Responden
### Tokoh Agama

1. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
2. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
3. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang perilaku konsumsi dalam Islam?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
4. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal dalam Islam?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
5. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dilihat dari nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....

**Daftar Pertanyaan Untuk Responden**
**Tokoh Masyarakat**

1. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sebagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
2. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sabagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
3. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dilihat dari nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....

**Daftar Pertanyaan Untuk Responden**
**Tokoh Budaya**

1. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sebagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
2. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sabagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
3. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dilihat dari nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....

**Daftar Pertanyaan Untuk Responden**
**Ibu Rumah Tangga Bekerja**

1. Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sebagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
2. Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sabagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
3. Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dilihat dari nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....

**Daftar Pertanyaan Untuk Responden**
**Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja**

1. Bagaimana pandangan Ibu tentang perilaku konsumsi masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
   Contoh sebagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
2. Bagaimana pandangan Ibu tentang nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....Contoh sabagai bukti
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....
3. Bagaimana pandangan Ibu tentang tinjauan perilaku konsumsi dilihat dari nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kab. Bangkalan Madura?
   ……..……
   ……...……
   …….....……
   ……...……
   …….....

**Lampiran 2. Personalia Tenaga Pelaksana Beserta Kualifikasinya**

| No | Nama/NIDN | Instansi Asal | Bidang Ilmu | Alokasi Waktu (jam/minggu) | Uraian Tugas |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Ruski 0725108302 | STKIP PGRI Bangkalan | Pendidikan Ekonomi | 20 | - Mengkoordinasi kegiatan penelitian<br>- Observasi dan wawancara<br>- Analisis data<br>- Menyusun laporan penelitian<br>- Menulis jurnal |
| 2. | Octaviana A. 0729108801 | STKIP PGRI Bangkalan | Pendidikan Ekonomi | 20 | - Pengumpulan data<br>- Observasi lapangan dan wawancara<br>- Analisis data<br>- Penyusunan laporan |
| 3. | Aldila S. 0720098803 | STKIP PGRI Bangkalan | Pendidikan Ekonomi | 20 | - Pengumpulan data<br>- Observasi lapangan dan wawancara<br>- Analisis data<br>- Penyusunan laporan |

## Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

### 1. Biodata Ketua

#### A. Identitas Diri

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Nama Lengkap dan Gelar | Ruski, M.Pd |
| 2 | Jenis Kelamin | Laki-laki |
| 3 | Jabatan Fungsional | Asisten Ahli |
| 4 | NIP | - |
| 5 | NIDN | 0725108302 |
| 6 | Tempat dan Tanggal Lahir | Sampang, 25 Oktober 1983 |
| 7 | E-mail | nasyifa_arrizki@yahoo.com |
| 8 | Nomor Telepom/HP | 085648244765 |
| 9 | Alamat Kantor | Jl. Soekarno-Hatta No. 52. Bangkalan 69116 |
| 10 | Nomor Telepon/Fax | Telp.Fax (031) 3092325 |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | 100 Mahasiswa |
| 12 | Mata Kuliah yang Diampu | - Ekonomi Pembangunan<br>- Media Pembelajaran<br>- Pemasaran Koperasi |

#### B. Riwayat Pendidikan

| | **S-1** | **S-2** |
|---|---|---|
| **Nama Perguruan Tinggi** | Universitas Negeri Surabaya | Universitas Negeri Surabaya |
| **Bidang Ilmu** | Pendidikan Ekonomi-Administrasi Perkantoran | Manajemen Pendidikan |
| **Tahun Masuk-Lulus** | 2003-2008 | 2008-2010 |
| **Judul Skripsi/Tesis/Disertasi** | Studi Deskriftif Pembelajaran Kooperatif Tipe STAD Pada Mata Diklat Melakukan Prosedur Administarasi Di Kelas II APK1 SMKN 2 Nganjuk | Peran Komite Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Sekolah Sekolah Di SMP Negeri 1 Sokobanah Kabupaten Sampang |
| **Nama Pembimbing/ Promotor** | - Drs. Moh. Edwar, M.Pd | - Prof. Sunarto, M.Pd<br>- Prof. Mujiarto, M,Si |

#### C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

| **No** | **Tahun** | **Judul Penelitian** | **Pendanaan** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Sumber** | **Jumlah (Juta Rp)** |
| | | | | |

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

| **No** | **Tahun** | **Judul Pengabdian Kepada Masyarakat** | **Pendanaan** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Sumber** | **Jumlah (Juta Rp)** |
| | | | | |

**E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Artikel Ilmiah | Nama Jurnal | Volume/Nomor/Tahun |
|---|---|---|---|
| 1 | Peran Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Sekolah Di SMPN 1 Sokobanah Kabupaten Sampang | Jurnal Pendidikan | Volume 5 No.1 Juni 2013 Ruski, M.Pd |
| 2 | Pengaruh Program Bank Sampah Terhadap Tingkat Pendapatan Keluarga Nasabah Bank Sampah Lavender (BSL) Di Desa Mlajah Bangkalan | Jurnal Ilmiah | Volume 2 No.1 Juni 2014 Ruski, M.Pd |

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|---|---|---|---|
| 1 | Prosiding Seminar Internasional "*Learning and Teaching Model for Characters Building*" | Perbedaan Hasil Belajar Siswa Antara Model Pembelajaran Kooperatif Tipe STAD Dengan Diskusi Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di SMA Negeri 1 Arosbaya | 2015 di STKIP PGRI Bangkalan |

**G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Buku | Tahun | Jumlah Halaman | Penerbit |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema HKI | Tahun | Jenis | Nomor P/ID |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan | Tahun | Tempat Penerapan | Respon Masyarakat |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**J. Penghargaan Dalam 10 Tahun Terakhir**

| No | Jenis Penghargaan | Institusi Pemberi Penghargaan | Tahun |
|---|---|---|---|
| | | | |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Bangkalan, 27 April 2016
Pengusul,

Ruski, M.Pd

**2. Biodata Anggota I**

**A. Identitas Diri**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Nama Lengkap dan Gelar | Octaviana Arisinta, S.Ak, M.Ak |
| 2 | Jenis Kelamin | Perempuan |
| 3 | Jabatan Fungsional | - |
| 4 | NIP | - |
| 5 | NIDN | 0729108801 |
| 6 | Tempat dan Tanggal Lahir | Bangkalan, 29 Oktober 1988 |
| 7 | E-mail | octavianaarisint4@yahoo.co.id |
| 8 | Nomor Telepom/HP | 085645925225 |
| 9 | Alamat Kantor | Jl. Soekarno-Hatta No. 52. Bangkalan 69116 |
| 10 | Nomor Telepon/Fax | Telp.Fax (031) 3092325 |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | - |
| 12 | Mata Kuliah yang Diampu | - Akuntansi Koperasi<br>- Pengantar Akuntansi<br>- Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank<br>- Mikro 1<br>- Kewirausahaan |

**B. Riwayat Pendidikan**

| | **S-1** | **S-2** |
|---|---|---|
| **Nama Perguruan Tinggi** | Universitas Airlangga | Universitas Airlangga |
| **Bidang Ilmu** | Akuntansi | Magister Akuntansi |
| **Tahun Masuk-Lulus** | 2007-2011 | 2011-2013 |
| **Judul Skripsi/Tesis/Disertasi** | Evaluasi Tindak Lanjut Temuan Audit Operasional Atas Fungsi Penjualan Pada PT. Kembar Jaya Di Surabaya | Pengaruh Kompetensi, Independensi, *Time Budget Pressure*, dan *Audit Fee* terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik Di Surabaya |
| **Nama Pembimbing** | Dra. Iswajuni, M.Si, Ak | Prof. Dr. H. Soegeng Soetedjo, SE., Ak |

**C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir**

| **No** | **Tahun** | **Judul Penelitian** | **Pendanaan** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Sumber** | **Jumlah (Juta Rp)** |
| | | | | |

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

| **No** | **Tahun** | **Judul Pengabdian Kepada Masyarakat** | **Pendanaan** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Sumber** | **Jumlah (Juta Rp)** |
| 1 | 2016 | Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pedagang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Pasar Kamal | Mandiri | 1.000.000,00 |

**E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Artikel Ilmiah | Nama Jurnal | Volume/Nomor/Tahun |
|---|---|---|---|
| 1 | Pengaruh Kompetensi, Independensi, *Time Budget Pressure*, dan *Audit Fee* terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik Di Surabaya | Jurnal Ekonomi dan Bisnis | Tahun XXIII./No. 3/2013 Halaman 266-278 |

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|---|---|---|---|
| | | | |

**G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Buku | Tahun | Jumlah Halaman | Penerbit |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema HKI | Tahun | Jenis | Nomor P/ID |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan | Tahun | Tempat Penerapan | Respon Masyarakat |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**J. Penghargaan Dalam 10 Tahun Terakhir**

| No | Jenis Penghargaan | Institusi Pemberi Penghargaan | Tahun |
|---|---|---|---|
| | | | |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Bangkalan, 27 April 2016
Pengusul,

Octaviana Arisinta, S.Ak, M.Ak

3. **Biodata Anggota II**

**A. Identitas Diri**

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Nama Lengkap dan Gelar | Aldila Septiana,M.Pd |
| 2 | Jenis Kelamin | Perempuan |
| 3 | Jabatan Fungsional | - |
| 4 | NIP | - |
| 5 | NIDN | 0720098803 |
| 6 | Tempat dan Tanggal Lahir | Pamekasan, 20 September 1988 |
| 7 | E-mail | aldilaseptiana@yahoo.co.id |
| 8 | Nomor Telepom/HP | 081935148218 |
| 9 | Alamat Kantor | Jl. Soekarno - Hatta No. 52. Bangkalan 69116 |
| 10 | Nomor Telepon/Fax | Telp/ Fax (031) 3092325 |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | - |
| 12 | Mata Kuliah yang Diampu | - Ekonomi Internasional<br>- Statistik Penelitian<br>- Teori Ekonomi Mikro II<br>- Ekonometrika |

**B. Riwayat Pendidikan**

| | **S-1** | **S-2** |
|---|---|---|
| **Nama Perguruan Tinggi** | Universitas Negeri Malang | Universitas Negeri Malang |
| **Bidang Ilmu** | Pendidikan Ekonomi | Pendidikan Ekonomi |
| **Tahun Masuk-Lulus** | 2007-2011 | 2011-2013 |
| **Judul Skripsi/Tesis/Disertasi** | Penerapan Metode Pembelajaran Kooperatif Model *Student Teams Achievement Divisions* (STAD) untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI SMA Negeri 1 Malang | Pengaruh *Economics Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan |
| **Nama Pembimbing/ Promotor** | - Drs. H. Sapir, S.Sos., M.Si.<br>- Dwi Wulandari, S.E, M.M. | - Dr. Sugeng Hadi Utomo, M.Ec.<br>- Prof. Dr. Budi Eko Soetjipto, M.Ed., M.Si. |

**C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir**

| **No** | **Tahun** | **Judul Penelitian** | **Pendanaan** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Sumber** | **Jumlah (Juta Rp)** |
| 1 | 2011 | Penerapan Metode Pembelajaran Kooperatif Model *Student Teams Achievement Divisions* (STAD) untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI SMA Negeri 1 Malang | Dana Mandiri | 2.500.000,00 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | 2013 | Pengaruh *Economics Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan | Dana Mandiri | 4.500.000,00 |
| 3 | 2015 | Konsep Sedekah bagi Pengemis Di Kabupaten Bangkalan | Dana Hibah Eksternal | 5.000.000,00 |
| 4 | 2016 | Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir dalam Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Pesisir Desa Dharma Tanjung, Kecamatan Camplong, Kabupaten Sampang) | Dana Hibah Eksternal | 5.000.000,00 |

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat | Pendanaan | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Sumber | Jumlah (Juta Rp) |
| 1 | 2013 | Pengabdian Masyarakat Prodi HBS-ES | Dana Hibah Eksternal | 3.000.000,00 |
| 2 | 2014 | Kewirausahaan Islam | Dana Hibah Eksternal | 5.000.000,00 |
| 3 | 2015 | Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Islam "Peluang Budidaya Cacing *Lumbricus Rubellus*" | Dana Hibah Eksternal | 5.000.000,00 |

**E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Artikel Ilmiah | Nama Jurnal | Volume/Nomor/Tahun |
|---|---|---|---|
| 1 | Fenomena Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dilihat dari Literasi Keuangannya | Dinar Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam | Vol. 1/ No. 1/ 2014 Halaman 17-30 |
| 2 | Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam | Dinar Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam | Vol. 1/ No. 2/ 2015 Halaman 1-18 |
| 3 | Pengaruh *Economics Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan | Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan | Vol. X/ No. 2/2015 Halaman 154-164 |

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|---|---|---|---|
| | | | |

**G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul Buku | Tahun | Jumlah Halaman | Penerbit |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Modul Pengantar Akuntansi | 2014 | 107 | UTM Press |
| 2 | Modul Manajemen Keuangan | 2015 | 159 | UTM Press |
| 3 | Modul Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) | 2015 | 163 | UTM Press |
| 4 | Bahan Ajar Matematika Ekonomi | 2015 | 157 | UTM Press |
| 5 | Analisis Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik dalam Bidang Pemasaran | 2015 | 159 | UTM Press |
| 6 | Pengantar Bisnis & Manajemen (Konsep Dasar dan Teori) | 2015 | 160 | UTM Press |
| 7 | Ekonomi Internasional (Pemahaman Dasar dan Aplikasi) | 2015 | 160 | UTM Press |
| 8 | Pengantar Ilmu Ekonomi: Dasar-dasar Ekonomi Mikro & Ekonomi Makro | 2016 | 211 | Duta Media Publishing |
| 9 | Pengantar Akuntansi (Konsep Dasar dan Praktik untuk Perusahaan Jasa & Dagang) | 2016 | 222 | Duta Media Publishing |
| 10 | Matematika untuk Ekonomi dan Bisnis: Konsep Dasar dan Aplikasi | 2016 | 186 | Duta Media Publishing |

**H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema HKI | Tahun | Jenis | Nomor P/ID |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

| No | Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan | Tahun | Tempat Penerapan | Respon Masyarakat |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**J. Penghargaan Dalam 10 Tahun Terakhir**

| No | Jenis Penghargaan | Institusi Pemberi Penghargaan | Tahun |
|---|---|---|---|
| | | | |

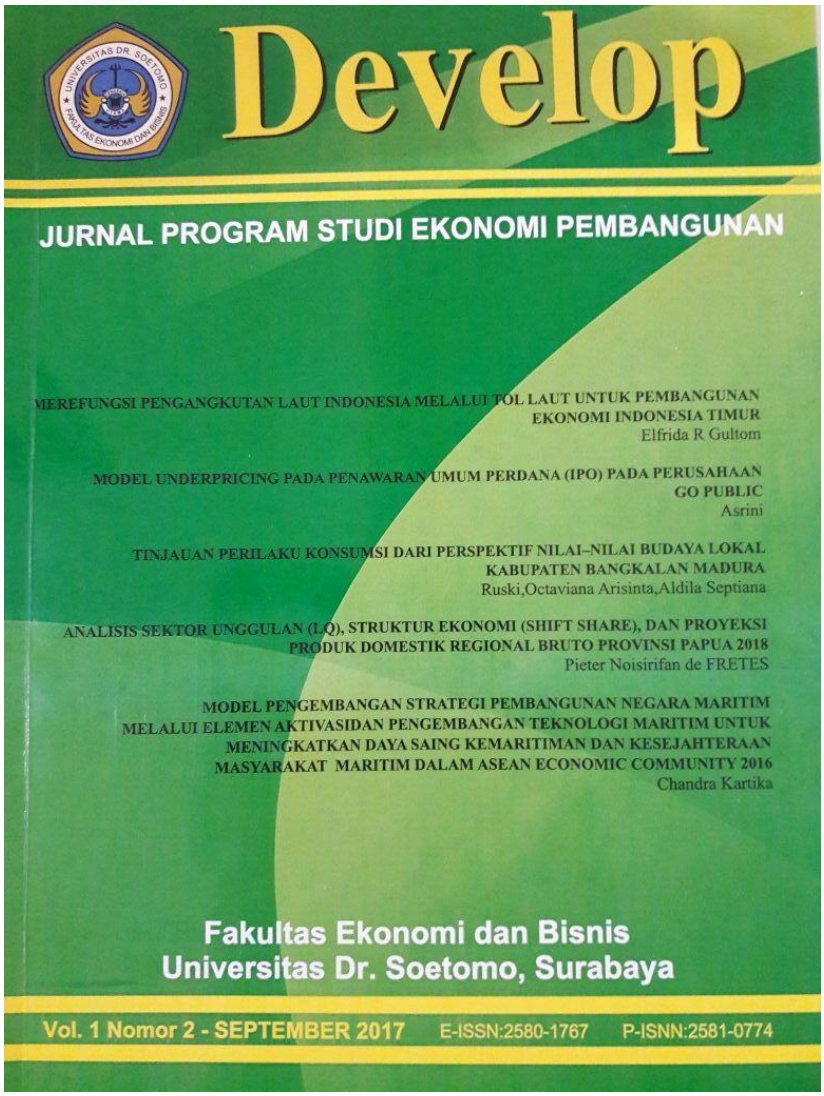
Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Dosen Pemula.

Bangkalan, 27 April 2016
Pengusul,

Aldila Septiana, M.Pd

**Lampiran 3. Artikel Ilmiah**



# DAFTAR ISI

**Vol. 1 Nomor 2 - SEPTEMBER 2017**

MEREFUNGSI PENGANGKUTAN LAUT INDONESIA MELALUI TOL LAUT UNTUK PEMBANGUNAN EKONOMI INDONESIA TIMUR
Elfrida R Gultom.....1

MODEL UNDERPRICING PADA PENAWARAN UMUM PERDANA (IPO) ADA PERUSAHAAN GO PUBLIC
Asrini.....13

TINJAUAN PERILAKU KONSUMSI DARI PERSPEKTIF NILAI-NILAI BUDAYA LOKAL KABUPATEN BANGKALAN MADURA
Ruski,Octaviana Arisinta,Aldila Septiana.....27

ANALISIS SEKTOR UNGGULAN (LQ), STRUKTUR EKONOMI (SHIFT SHARE), DAN PROYEKSIPRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO PROVINSI PAPUA 2018
Pieter Noisirifan de FRETES.....43

MODEL PENGEMBANGAN STRATEGI PEMBANGUNAN NEGARA MARITIM MELALUI ELEMEN AKTIVASI DAN PENGEMBANGAN TEKNOLOGI MARITIM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING KEMARITIMAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT MARITIM DALAM ASEAN ECONOMIC COMMUNITY 2016
Chandra Kartika1.....57

# TINJAUAN PERILAKU KONSUMSI DARI PERSPEKTIF NILAI–NILAI BUDAYA LOKAL KABUPATEN BANGKALAN MADURA

Ruski[1],Octaviana Arisinta[2],Aldila Septiana[3]
STKIP PGRI Bangkalan Madura
[1]ruskistkipbkl@gmail.com, [2]octavianaarysint4@gmail.com, [3]aldilaseptiana@yahoo.com

***ABSTRAK***

*Pada dasarnya manusia adalah homo economicus, kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. Homo economicus merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada. Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif studi evaluasi. Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi bagaimana perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Proses evaluasi dimaksudkan untuk menguraikan dan memahami dinamika internal berjalannya suatu program. Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura.*

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

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

## 1. LATAR BELAKANG

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

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

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

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

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

## 2.1. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1.1. Perilaku Konsumsi

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

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

### 2.1.2.Nilai-nilai Budaya Lokal

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

Budaya lahir dan dikembangkan oleh manusia, melalui akal dan pikiran, kebiasaan, serta tradisi. Menurut Hawkins, *et al* (2007:43), budaya diartikan sebagai kompleksitas yang menyeluruh mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, dan kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Hal ini juga didukung oleh pendapat Solomon (2004:526), "*culture is the accumulation of shared meanings, rituals, norms, and traditions among the members of an organization or society*. Menurut Engel, dkk (1995:69), budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut Peter & Olson (1996:30), "budaya sebagai makna yang dimiliki bersama oleh masyarakat dalam suatu kelompok sosial".

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

**Tabel 2.1 Sikap dan Perilaku yang Dipengaruhi oleh Budaya**

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

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

## 2.2.PENELITIAN TERDAHULU

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

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1.Pendekatan Penelitian

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

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

**3.2.Deskripsi populasi (Lokasi penelitian)**

Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Pembatasan ruang lingkup ini dilakukan agar hasil pembahasan dapat mencapai sasaran dan lebih berfokus pada bagaimana nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi khususnya di kalangan masyarakat yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura.

**3.3.Teknik Pengumpulan Data**

Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu antara lain:

3.3.1.Survei pendahuluan

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

3.3.2.Studi lapangan

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

3.3.3.Dokumentasi

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

**3.4.Teknik Analisis Data**

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

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

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

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

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

## 4.HASIL PENELITIN DAN PEMBAHASAN

### 4.1.Hasil Penelitian

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

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ke dua, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Suhardi, ST (Kepala Desa Arosbaya, Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan) sebagai informan 2, kutipan hasil wawancara dengan informan ke-dua tidak jauh berbeda jawabannya dengan informan pertama, keduanya sama-sama memiliki pandangan perilaku konsumsi dari

perspektif nilai-nilai budaya lokal bahwasanya perilaku konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Hal ini sejalan dengan beberapa referensi sebagai tolak dasar dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketiga, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Dr. Abdur Rohman, S.Ag., M.EI (Wakil Dekan III Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura) sebagai informan 3 dalam pandangannya tentang perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu bahwasanya perilaku konsumsi di sini cenderung berada di luar batasan Islam. Misalnya contoh dalam acara peringatan 1000 hari anggota keluarga yang telah meninggal dunia harus "menyembelih sapi atau kambing", hal ini menyebabkan *israf* atau berlebih-lebihan cenderung tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, hal ini terkadang sering dilakukan oleh masyarakat (berdasarkan filosofi yang berkembang)". Temuan ini selaras dengan beberapa referensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu budaya merupakan salah satu unsur lingkungan sosial, di mana unsur-unsur dari budaya itu sendiri (Sumarwan, 2014:228-236), diantaranya adalah terdapat sebuah kebiasaan (*customs*). Kebiasaan merupakan bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya yang diturunkan secara turun-temurun dari generasi ke generasi, misalnya upacara perkawinan, pemakaman, pelantikan pejabat, ulang tahun, dan keagamaan. Kebiasaan di Jawa Timur yaitu perayaan keagamaan Muludan, acara seperti ini akan meningkatkan pembelian bahan makanan

Berdasarkan hasil wawancaradengan informan keempat, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Holis, S.HI. M.HI (Anggota Komisi Dakwah dan Hubungan Internasional MUI Jawa Timur) sebagai informan 4 berkenaan dengan perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura masih memegang teguh nilai-nilai nilai-nilai ukhuwah islamiyah yang diajarkan dalam Islam. Selain itu, terdapat bahwasanya dalam sebuah kaidah yang berbunyi bahwa tradisi atau budaya lokal dapat dijadikan sebagai dasar hukum. Hal ini selaras dengan referensi yang digunakan dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa budaya mencakup baik dari eleman abstrak maupun material (Wardana, 2011:43). Eleman asbtrak meliputi nilai,

sikap, gagasan, tipe kepribadian, dan gagasan ringkasan (seperti agama). Sedangkan, elemen material meliputi budaya yang terkadang dideskrispsikan sebagai artefak budaya atau manifestasi material dari budaya, sehingga mampu membatasi pemakaian budaya untuk konsep-konsep abstrak.

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan keenam, maka dapat disimpulkan bahwa Bapak Mohammad Hipni, S.HI. M.HI (Budayawan di bidang Sosiologi Madura, sekaligus merupakan salah satu Pengasuh Pondok Pesantren Hidayatul Muttaqin) memiliki sifat "*prempen*". Artinya menyimpan sebagian uang, bukan dalam makna pelit atau irit. Tetapi menyisihkan sebagian uang yang diperoleh, tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok (makanan dan minuman). Sebagian uang tersebut dapat dibelanjakan untuk simpanan di masa depan (misalnya, rumah dan kendaraan). Dengan tetap memegang teguh nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura yaitu nilai keislaman. Hal ini juga

didukung dengan pendapat Wiyata (2013) yang menjelaskan bahwa mengenal Madura artinya mengenal nilai keislaman. Lebih jauh lagi jika ingin mengenal Madura adalah dengan melihat etos kerja orang Madura. Tak dapat dipungkiri lagi bahwa orang Madura dikenal memiliki etos kerja yang sangat tinggi karena secara naluriah bagi mereka bekerja meruapkan bagian daripada ibadahnya sesuai dengan ajaran agama Islam yang dianutnya (Wiyata, 2013:11). Oleh karena itu, tidak ada pekerjaan yang bakal dianggapnya hina selama kegiatannya tidak tergolong maksiat sehingga hasilnya akan halal dan diridhoi Allah SWT.

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

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

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kesembilan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai budaya lokal yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura sangatlah kental dan memiliki ciri khas tersenidiri. Sedangkan perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura, akan selalu melakukan konsumsi karena konsumsi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-

hari, karena kebutuhan tersebut adalah kebutuhan pokok yang wajib dipenuhi. Hal ini sesuai dengan beberapa kutipan ang diambil dari bab kajian pustaka yang menjelaskan bahwa tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/jasa, dan memperoleh kepuasan.

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

## 4.2.PEMBAHASAN

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

Dalam pandangan tokoh masyarakat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi yang dari perspektif nilai-nilai budaya lokal masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura tidak lepas dari perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dikarenakan faktor lingkungan, faktor lingkungan tidak hanya

bersifat negatif tetapi juga memiliki sisi positif. Selaras dengan beberapa referensi sebagai tolak dasar dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa faktor lingkungan sangat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Lingkungan merupakan tempat tinggal seorang individu dengan masyarakatnya. Dalam masyarakat terdapat kebudayaan yang merupakan suatu hal yang kompleks meliputi, ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, norm-norma yang berlaku pada masyarakat (Mangkunegara, 2009:39).

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

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

## 5. KESIMPULAN

**5.1** Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari observasi dan wawancara terhadap sepuluh orang informan dapat disimpulkan bahwa tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing.

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

## 6.SARAN

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

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

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

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

## DAFTAR PUSTAKA


Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga

Cooper, D.R. & Schindler, P.S. 2003. *Business Research Methods* (Eight Edition). New York: Mc Graw-Hill Irwin.

Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.

Engel, J.F, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

———, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

Hawkins, D.I. Mothersbaugh, D.L, and Best R.J. 2007. *Consumer Behavior: Mulding Marketing Strategy*, 10ed, USA: Mc Graw Hill.

Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jumiati. 2010. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Internalitas Kegiatan Promosi, dan Pengalaman Belajar Bidang Studi Ekonomi terhadap Rasionalitas dalam Berkonsumsi Peserta Didik SMA Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

———. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.

Lestari, P.P. 2010. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Malhotra, N.K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen* (Edisi Revisi). Bandung: PT Refika Aditama.

Miller, R. LeRoy & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.

Case, K.E. & R.C. Fair. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi* (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). Jakarta: Erlangga.

Emzir. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.

Engel, J.F., R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 1 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

———, R.D. Blackwell, & P.W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Edisi Keenam). Tangerang: Binarupa Aksara.

Jenks, Chris. 2013. *Culture: Studi Kebudayaan (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jumiati. 2010. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Internalitas Kegiatan Promosi, dan Pengalaman Belajar Bidang Studi Ekonomi terhadap Rasionalitas dalam Berkonsumsi Peserta Didik SMA Negeri se-Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Kotler, P. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

———. & G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.

Lestari, P.P. 2010. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Rasionalitas Ekonomi Siswa SMA di Malang Raya*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. 2010. *Economic Education for Consumers* (4e). USA: South-Western Cengage Learning.

Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga

Peter, J.P. & Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.

Purwati, A. 2010. *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Persepsi Siswa atas Lingkungannya terhadap Perilaku Konsumsi yang Diintermediasi oleh Prestasi Belajar Ekonomi Siswa SMA se Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Rohman, Abdur. 2016. *Teori Kebocoran (Jilid 1)*. Surabaya: Pustaka Radja.

Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketujuh). Jakarta: PT Indeks.

———. & L. L. Kanuk. 2010. *Consumer Behavior* (Tenth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Septiana, Aldila, 2013. *Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.

Setiadi, N.J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Soeharno. 2009. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Solomon, M.R. 2004. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Sixth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua). Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Amus.

Suprapti, Ni W.S. 2009. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar-Bali: Udayana University Press.

Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.

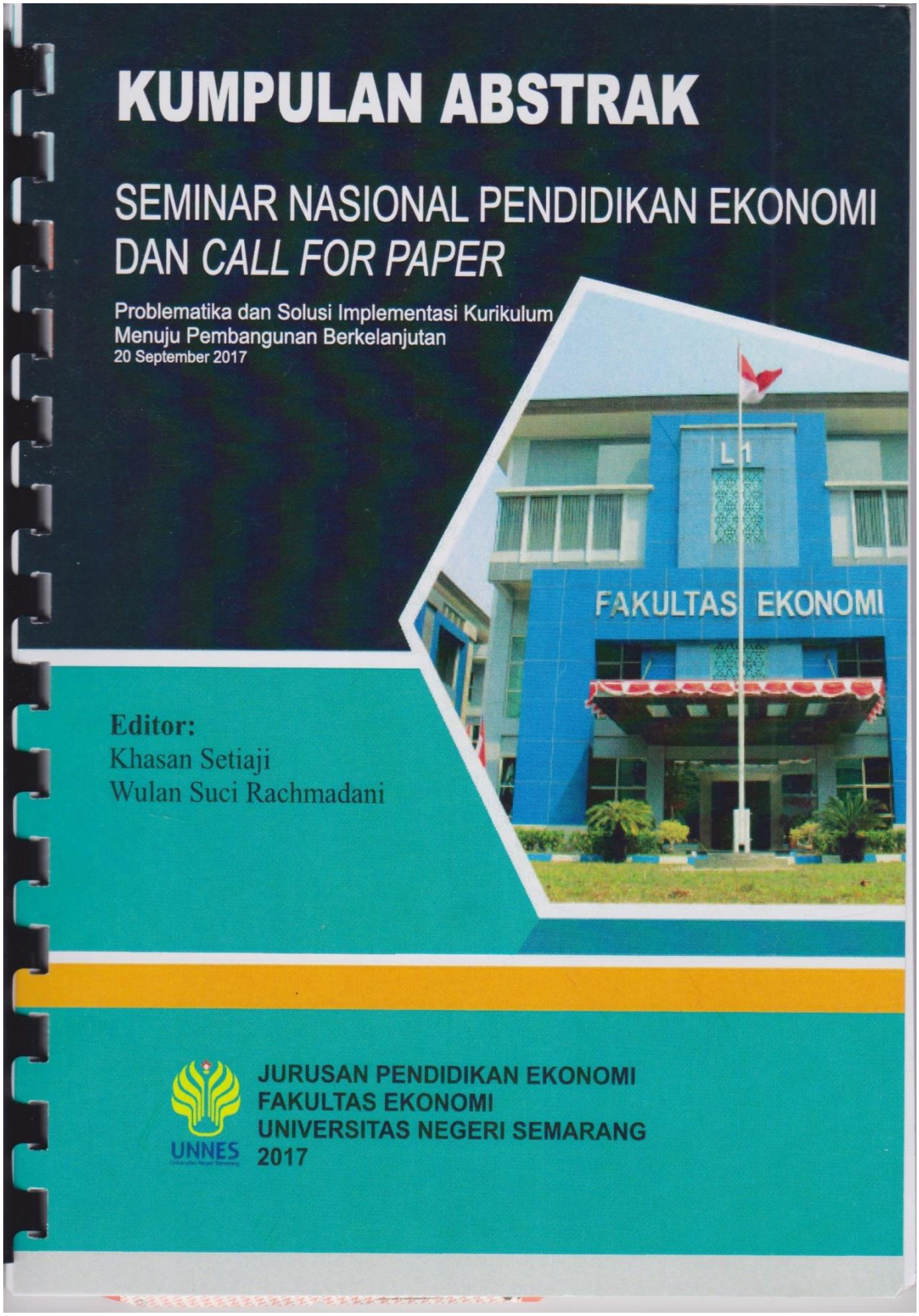
Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. (Online). (www.asmakmalaikat.com, diakses 19 Maret 2016).

Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM.

Wardana, L.W. 2011. *Perilaku Konsumen* (Chamdan Purnama, Ed.). Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo Press.

Wiyata, A. Latief. 2013. *Mencari Madura*. Jakarta: Bidik-Phronesis Publishing.

**PESERTA PEMAKALAH SEMINAR NASIONAL**



Implementasi Pendidikan Karakter Melalui *Blended Learning* untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa di Era Digital
*Dian Arumsari, Liana Vivin Wihartanti* ..... 12

Pengaruh *Personal and Family Background, Academic Ability, Gender* dan *Students Cunsomer Experience* terhadap *Financial Literacy* Melalui *Financial Sosialization*
*Risma Nur Anissa, Yureza Rian Wibowo, Ilmi Farikhoh* ..... 13

Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura
*Ruski, Octaviana Arisinta , Aldila Septiana* ..... 14

Pelaporan dan Pertanggungjawaban Keuangan Sekolah Menengah Pertama (Smp) Swasta (Studi Kasus Smp Swasta di Kec. Ps. Kliwon Surakarta)
*Julian Pascalia Kusuma Wardhani* ..... 15

Perencanaan Anggaran Pembiayaan Pendidikan (Studi Kasus di SMK Swasta Kartasura)
*Marini Fitri Rahmawati* ..... 16

Penerapan Konsep *Green Economy* dalam Pariwisata Ekologi Sebagai Upaya Menciptakan Pembangunan Berwawasan Lingkungan di Kabupaten Madiun (Studi Kasus Wana Wisata Grape, Hutan Pinus Nongkoljo Kare, Waduk Bening Sara dan Kabupaten Madiun)
*Maretha Berlianantiya* ..... 17

Determinan Keputusan Nasabah untuk Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun
*Novita Erliana Sari, Nik Amah, Yahya Reka Wirawan* ..... 18

Faktor – Faktor yang Berpengaruh Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Unipma
*Nur Wahyuning Sulistyowati, Nik Amah, dan Farida Styaningrum* ..... 19

Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Komunitas di Kota Madiun
*Ramadhan Prasetya Wibawa, Dwi Nila Andriani* ..... 20

Video Kontekstual: Media Pembelajaran Berbasis *Critical Thinking* Dalam Implementasi Kurikulum 2013
*Imam Hasan* ..... 21

*Teaching Factory* Sebagai Perwujudan Konsep *Link and Match* dalam Desain Organisasi Pendidikan Vokasional
*Fahmi Ulin Ni'mah* ..... 22

Mampukah Koperasi Indonesia Menjadi Penopang *Sustainable Development Goals (SDGs)?*
*Leni Widiawati* ..... 23

# Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-Nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura

**Ruski, Octaviana Arisinta, Aldila Septiana**
STKIP PGRI Bangkalan

**ABSTRAK**

Pada dasarnya manusia adaiah *homo economicus,* kata ini berasal dari bahasa latin yang artinya manusia ekonomi. *Homo economicus* merupakan sosok manusia yang rasional dan berkebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang ada. Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal yang ada dalam lingkungan keluarga. Keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Pendidikan yang diberikan orang tua seharusnya memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif studi evaluasi.Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi bagaimana perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Proses evaluasi dimaksudkan untuk menguraikan dan memahami dinamika internal berjalannya suatu program. Penelitian lebih difokuskan pada perilaku konsumsi dari perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tinjauan perilaku konsumsi perspektif nilai-nilai budaya lokal Kabupaten Bangkalan Madura budaya yang ada di Madura khususnya di Kabupaten Bangkalan masih sangatlah kental dan dengan pola pikir masyarakat yang masih tradisional, walaupun terdapat beberapa nilai yang mengalami pergeseran berkaitan dengan kemajuan teknologi dan sarana transportasi. Budaya lokal memiliki identitas yang cukup beragam tergantung dari daerah masing-masing. Selainitu, bukti lain yaituperilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu "tradisi kultural keagamaan" hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif. Sikap dan perilaku sosial ini muncul begitu saja tanpa yang bersangkutan menyadari bahwa hal itu merupakan produk dari suatu rekontruksi sosial-budaya yang semakin berkembang.

**Kata Kunci**: Perilaku Konsumsi, Budaya Lokal, Bangkalan