

**PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI *COFFEE SHOP*
KECAMATAN BLADO, KABUPATEN BATANG
JAWA TENGAH**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun Oleh :
Fadlulloh Marwan Hakim
NIM 14720004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fadlulloh Marwan Hakim
NIM : 14720004
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Sosiologi
Alamat Rumah : Gama Permai 3, Jl. Parahyangan No. 7, Kota
Pekalongan, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya ajukan ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Fadlulloh Marwan Hakim

14720004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Lamp :

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Fadlulloh Marwan Hakim

NIM : 14720004

Prodi : Sosiologi

Judul : Perilaku Konsumtif Remaja Di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Pembimbing,



Dr. Sulistyaningsih, S.Sos., M.Si.

NIP. 19761224 200604 2 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-103/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI COFFEE SHOP KECAMATAN BLADO,
KABUPATEN BATANG JAWA TENGAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FADLULLOH MARWAN HAKIM
Nomor Induk Mahasiswa : 14720004
Telah diujikan pada : Jumat, 21 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Sulistyarningsih, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61e6803f2c3ca



Penguji I
Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 61f3b645c2298



Penguji II
Agus Saputro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f3a03996c2b

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 21 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f34bb659fef

HALAMAN MOTTO

“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua saya tercinta yang telah mendoakan dan mendidik saya dari kecil hingga sekarang yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materiil, semoga Allah SWT memberikan kesehatan terus kepada ibu Marhumah dan untuk almarhum abah tercinta semoga diberikan tempat terbaik disisiNya. Untuk kedua adik saya Muhammad Agil Hanif dan Muhammad Faizul Adhim, serta calon istri saya Anindya Pradita yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan. Keluarga besar Sosiologi 2014 yang telah berjuang bersama semoga kita sukses selalu !

Dan terakhir untuk almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Perilaku Konsumtif Remaja Di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah**”. Sholawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita menuju jalan yang benar.

Dalam skripsi ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata-1 pada program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Muryanti, M.A., selaku Kaprodi Sosiologi yang telah memberikan semangat motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Dr. Sulistyarningsih, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu memberikan semangat, nasihat, motivasi, dan bimbingan dalam keakademikan.
5. Ibu Dr. Sulistyarningsih, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberi motivasi, masukan, dan arahan dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Ibu Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D., selaku penguji I yang telah memberikan masukan, arahan, maupun pertanyaan kepada peneliti.
7. Bapak Agus Saputro, S.Sos., M.Si., selaku penguji II yang telah memberikan masukan, saran, maupun pertanyaan kepada peneliti.
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga terutama Dosen Program Studi Sosiologi yang telah memberikan bekal ilmu kepada peneliti.
9. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Marhumah dan Alm. Makmun yang telah mendidik dan memberikan doa yang tulus kepada penulis, serta kedua adik saya yang selalu memberikan dukungan baik dari segi materiil maupun non materiil.
10. Calon istri saya Anindya Pradita yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, masukan, serta memberi dukungan kepada peneliti baik dalam bentuk materi maupun non materi.
11. Teman-teman seperjuangan Sosiologi angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan serta memberikan cerita kuliah yang mengesankan kepada peneliti.

Kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu. Hanya doa dan ucapan terima kasih yang dapat saya lakukan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan kebaikan yang terbaik.

Karya ini sangat sederhana, tentunya masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun masih peneliti butuhkan sebagai pembelajaran maupun perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 17 Januari 2022

Penyusun



Fadlulloh Marwan Hakim

14720004



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Coffee Shop pada era saat ini tidak hanya menyediakan minuman kopi, namun juga menawarkan konsep tata ruang yang menarik dengan adanya fasilitas *Wifi*. Banyaknya *Coffee Shop* yang bermunculan, menjadikan kebiasaan baru bagi masyarakat Kabupaten Batang terutama remaja. Mereka menjadikan *Coffee Shop* tidak hanya sebagai tempat menikmati kopi tetapi juga sebagai sarana untuk berfoto-foto, sehingga menjadi kebiasaan yang boros yang dikenal sebagai perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perilaku Konsumtif Remaja Di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsumsi Jean Baudrillard. Dalam teorinya tentang masyarakat konsumeris, konsumen tidak lagi melakukan kegiatan konsumsi suatu objek atas dasar kebutuhan dan kenikmatan, tetapi juga untuk mendapatkan status sosial tertentu dari nilai tanda dari objek. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang sumber datanya menggunakan penggambar yang terjadi di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada tanggal 1 Juli 2021 hingga 1 Oktober 2021. Lokasi penelitian ini dilakukan di Forest Kopi, Metsa Kopi, dan Jiwalova Kopi yang terletak di Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang terdiri dari sepuluh pengunjung remaja, dua pemilik *Coffee Shop*, dan tiga karyawan *Coffee Shop*. Sumber data sekundernya antara lain buku, skripsi, jurnal, dan sebagainya yang terkait dengan perilaku konsumtif remaja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perilaku konsumtif pada remaja di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah, hal ini dibuktikan dengan remaja tidak pernah memperhitungkan jumlah uang yang mereka keluarkan selama berkunjung di *Coffee Shop*, mereka bisa menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk mengobrol bersama teman sembari menikmati makanan dan minuman yang telah dipesan, selain itu mereka bisa berkunjung ke *Coffee Shop* empat sampai lima kali dalam satu minggu. Konsep *Coffee Shop* yang modern dan lebih berkelas membuat pengunjung tertarik untuk datang. Hal ini berdampak pada perilaku konsumtifnya dimana kegiatan yang mereka lakukan merupakan kegiatan yang secara tidak sadar bukanlah kebutuhan tetapi keinginan demi kepuasan diri. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja yaitu motivasi individu, keluarga, dan teman. Kegiatan konsumsi yang dilakukan remaja berdasarkan atas keinginan bukan kebutuhan.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumtif, Remaja, Coffee Shop, Jean Baudrillard*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
Daftar Isi	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat.....	6
D. Tinjauan Pustaka.....	7
E. Landasan Teori	12
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Penulisan	24
BAB II GAMBARAN UMUM <i>COFFEE SHOP</i> DI KECAMATAN	
BLADO, KABUPATEN BATANG	26
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	26
B. Profil <i>Coffee Shop</i>	34
C. Profil Informan Penelitian	41
BAB III PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI <i>COFFEE SHOP</i>	
KABUPATEN BATANG	57
A. Perilaku Konsumtif Remaja dan Keberadaan <i>Coffee Shop</i>	57
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	88
BAB IV ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI	
<i>COFFEE SHOP</i> KABUPATEN BATANG.....	102

A. Hasil Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Di <i>Coffee Shop</i>	102
B. Analisis Teori Konsumsi Jean Baudrillard.....	108
BAB V PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	121
CURRICULUM VITAE.....	130



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini banyak bermunculan tempat sebagai sarana berkumpul dan bersantai. Salah satunya yaitu “*Coffee Shop*”. *Coffee Shop* adalah sarana berkumpulnya orang-orang yang menyediakan minuman teh dan berbagai macam jenis kopi dengan cepat. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman yang mempengaruhi kebutuhan pelanggan yang kompleks, *Coffee Shop* tidak hanya menyediakan minuman, namun juga menyediakan makanan ringan dan makanan berat.

Kopi yang dulunya hanya dinikmati orang-orang tua, sekarang banyak dinikmati juga oleh remaja. Menurut *National Coffee Association United States* tahun 2011, terdapat peningkatan konsumsi harian pada remaja usia 18-24 tahun. Hal ini dikarenakan *Coffee Shop* memberikan suasana baru dengan konsep yang menarik. Pada zaman modern saat ini *Coffee Shop* sendiri telah menawarkan konsep-konsep yang lebih menarik, diantaranya penyajian menu yang bervariasi, mulai dari menu makanan dan jenis kopi yang beraneka ragam serta penataan ruang yang memberikan kesan elegan dan nyaman yang membuat betah pengunjung yang datang dengan dilengkapi adanya fasilitas free Wifi.

Coffee Shop yang semakin banyak bermunculan tidak hanya di kawasan kota saja yang dalam hal ini dapat menjadikan sebuah peluang

lahan bisnis bagi pemilik modal. Dalam hal ini juga di dukung oleh kebiasaan masyarakat Kabupaten Batang yang suka berburu kuliner dan menyukai tempat baru yang berhubungan dengan kuliner juga.

Seiring berjalannya waktu, *Coffee Shop* di Kabupaten Batang semakin berkembang yang dalam hal ini ditandai dengan banyaknya *Coffee Shop* baru yang bermunculan. Dengan banyaknya *Coffee Shop* yang bermunculan, membuat setiap kalangan masyarakat baik usia dewasa maupun remaja banyak menghabiskan waktu di *Coffee Shop* untuk berkumpul dan bersantai. Hal ini menjadikan kebiasaan bagi masyarakat Kabupaten Batang terutama remaja masa kini. Mereka menjadikan *Coffee Shop* tidak hanya sebagai tempat berkumpul dan menikmati kopi tapi juga sebagai sarana untuk berfoto-foto, sehingga menjadi kebiasaan yang boros yang dikenal sebagai perilaku konsumtif.

Dalam pandangan Dahlan Lina dan Rosyid, mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya melalui pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan

tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan manfaatnya sehingga sifatnya menjadi berlebihan.¹

Menurut Soebiyakto, perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringkali konsumen membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan.²

Sedangkan menurut Tiurma Yustisi Sari, perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli dan mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan yang didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata daripada kebutuhan.³ Sari merumuskan definisi tersebut di ramu dari beberapa pendapat, seperti Sachari yang mendefinisikan perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi symbol keistimewaan.

¹ Wahyudi, "Tinjau Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza", Jurnal Sosiologi, Volume 1, Nomor 4, (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2013), hlm. 26-36.

² Galih Ika Pratiwi, "Perilaku Konsumtif Dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club Chapter Malang", Jurnal Mahasiswa Sosiologi, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), hlm. 4.

³ Tiurma Yustisi Sari, "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri", Skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), hlm. 67.

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini difokuskan pada remaja di Kabupaten Batang karena pengaruh era globalisasi yang ditandai banyaknya *Coffee Shop* yang bermunculan di Kabupaten Batang serta banyak anak remaja yang sering terlihat berkumpul di *Coffee Shop* untuk sekedar menghabiskan waktu diluar rumah.

Remaja adalah waktu manusia berumur belasan tahun, pada masa remaja manusia tidak dapat disebut sudah dewasa tetapi tidak dapat pula disebut anak-anak, masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa, remaja memiliki tempat diantara anak-anak dan orang tua karena sudah tidak termasuk golongan anak tetapi belum juga berada dalam golongan dewasa atau tua. Menurut Santrock, remaja diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional, batasan usia remaja adalah antara 12 hingga 21 tahun, dimana terbagi menjadi 3 fase yaitu remaja awal 12-15 tahun, remaja pertengahan 15-18 tahun, dan remaja akhir 18-21 tahun.⁴

Perubahan pola perilaku remaja yang cenderung mudah terjadi yang salah satunya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Perilaku konsumtif bisa di alami oleh semua kalangan baik kaum muda maupun kaum remaja. Terlebih gaya hidup remaja saat ini yang mengikuti trend kekinian. Penggunaan sosial media yang didominasi oleh pengguna kaum remaja menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap munculnya perilaku

⁴ Tifani, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang", Jurnal, (Palembang: Universitas Sriwijaya Palembang, Oktober 2014), hlm. 5.

konsumtif pada remaja. Selain dari pada itu pengaruh lingkungan dan teman sebaya juga berpengaruh dalam perilaku konsumtif dan gaya hidup yang kekinian. Pada era modern budaya nongkrong tidak asing lagi dikalangan kaum remaja. Selain untuk menghilangkan rasa gabut serta hanya sekedar untuk bersenang-senang semata bersama teman sebaya untuk berkumpul atau yang lebih dikenal dengan istilah kopi darat atau kopdar sudah menjadi trend saat ini yang di dominasi oleh kaum remaja. Perkembangan *Coffee Shop* yang tidak hanya menyuguhkan berbagai macam jenis kopi namun juga menyuguhkan nuansa *Ngopi* yang berbeda dari segi penataan ruang yang di buat mewah serta berkesan membuat daya tarik tersendiri dikalangan kaum remaja.

Masa remaja merupakan peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang masih memiliki emosi yang belum stabil dan yang dimana masih mencari jati diri sehingga dalam hal ini mudah terpengaruh.

Berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan peneliti banyak kaum remaja yang menghabiskan waktunya di beberapa *Coffee Shop* yang saat ini sedang booming yaitu “Forest Kopi”, “Metsa Kopi”, dan “Jiwalova Kopi” yang terletak di Desa Kembanglangit, Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Remaja tersebut datang silih berganti terutama menjelang sore hari hingga malam hari. Pada hal ini remaja mudah terpengaruh selain dari kelompok mereka juga dari iklan yang beredar melalui sosial media yang semakin nyata membentuk perilaku konsumtif pada kaum remaja. Kebutuhan akan konsumsi tidak lagi dapat

dikendalikan hanya atas dasar sekedar mengikuti trend serta tidak ingin terlihat ketinggalan moment yang dimana tempat itu masih viral sehingga meningkatkan rasa penasaran ingin berkunjung.

Perilaku konsumtif pada kaum remaja dapat disimpulkan karena pada usia remaja yang cenderung masih mencari jati diri, sehingga ingin diakui eksistensinya dan berusaha menjadi bagian dari lingkungan kelompok mereka untuk mengikuti trend yang ada dan dapat menimbulkan masalah yang mereka anggap wajar padahal berlebihan karena kurang terkontrol terhadap apa yang dilakukannya, serta pada remaja yang belum bekerja terkadang apa yang dibutuhkan mereka diluar kemampuan orang tuanya karena cenderung masih bergantung pada orang tuanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang digambarkan pada latar belakang masalah diatas, maka penulis memfokuskan penelitian ini pada pembahasan “Bagaimana Perilaku Konsumtif Remaja di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah ?”.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui Perilaku Konsumtif Remaja di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam sosiologi ekonomi.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan bagi mahasiswa prodi sosiologi serta penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan tambahan referensi pada bidang sosiologi ekonomi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan tambahan referensi yang nantinya dapat dijadikan bahan perbandingan oleh peneliti lain yang ingin melakukan penelitian pada masalah yang sama di masa yang akan datang.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sosialisasi di lingkup keluarga terutama orang tua sebagai kontrol atau pengendalian diri terhadap anak dalam perilaku konsumtif.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan yang meliputi mencari, membaca, dan menelaah laporan-laporan penelitian dan bahan pustaka yang memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.⁵

Berdasarkan pada permasalahan yang akan diteliti, peneliti telah

⁵ M. Toha Anggoro, dkk, “*Metode Penelitian*”, (Banten: Universitas Terbuka, 2010), hlm. 2.

menemukan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya sebagai berikut:

Penelitian pertama, yaitu “*Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan*” yang dilakukan oleh Ardietya Kurniawan pada tahun 2016. Dalam penelitian ini membahas karakteristik remaja peminum kopi di Kecamatan Plaosan. Penelitian ini menggunakan teori aksi yang dikemukakan Talcot Parsons. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang lebih difokuskan pada penelitian lapangan (*field research*) dan tidak mengesampingkan penelaahan kepustakaan (*library study*) yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan untuk mendapatkan informasi-informasi serta data yang ada di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja di Kecamatan Plaosan yang senang mengkonsumsi kopi di tempat ngopi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik yang menonjol pada remaja peminum kopi adalah gaya hidup dan kehidupan sosial mereka. Dalam gaya hidup yang dilakukan oleh remaja peminum kopi mayoritas suka menghabiskan waktu dengan teman-temannya, mulai dari keluar dan berkumpul dengan teman-teman, melakukan kegiatan mengonsumsi kopi, dan berolahraga futsal. Sedangkan untuk kehidupan sosial remaja peminum kopi mayoritas

mereka adalah remaja yang supel dan suka bergaul, aktif dalam kegiatan kemasyarakatan. Faktor yang mempengaruhi remaja mengkonsumsi kopi karena adanya motivasi individu, teman sepermainan, dan keluarga. Motivasi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah remaja peminum kopi ingin menghilangkan rasa jenuh dan mengantuk ketika berada di rumah, mereka akan mencari suasana baru dengan berada di tempat ngopi. Selain itu, mayoritas remaja peminum suka untuk mengambil dokumentasi yang berupa foto-foto yang kemudian diunggah ke media sosial.⁶

Penelitian kedua, yaitu *“Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Eksistensi Kafe di Kota Makassar”* yang dilakukan oleh Nirwana pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap eksistensi kafe. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori masyarakat konsumsi oleh Jean P. Baudrillard. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor remaja berperilaku konsumtif karena adanya rasa nyaman yang membuat remaja betah untuk berlama-lama di kafe, serta pengaruh lingkungan sekitar yang membuat

⁶ Ardietya Kurniawan, Skripsi: *“Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan)”* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2016), hlm. 109.

remaja berperilaku konsumtif karena ajakan dan ikut-ikutan trend. Selain itu faktor kelas sosial juga menyebabkan perilaku konsumtif remaja.⁷

Penelitian ketiga, yaitu “*Fenomena Coffee Shop di Kalangan Konsumen Remaja*” oleh Farhan Nurikhsan, Webby Salsabila Indrianie, Dini Safitri pada tahun 2019. Penelitian ini membahas *trend coffee shop* di kalangan remaja di Jakarta yang meliputi gaya hidup konsumtif remaja dan motivasi remaja untuk minum kopi di *coffee shop*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan perspektif fenomenologi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja yang gemar meminum kopi di kedai kopi atau *coffee shop* yang ada di kota Jakarta Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada berbagai motivasi yang melatar belakangi kenapa para remaja lebih memilih untuk menikmati secangkir kopi di *coffee shop*. Selain untuk bercengkrama bersama teman-teman, dengan adanya wifi juga menjadikan *coffee shop* digemari bagi para remaja yang ingin mendapatkan internet gratis dan duduk berjam jam baik untuk mengerjakan tugas ataupun hal lainnya. Serta suasana dan konsep dari *coffee shop* yang menarik juga menjadi faktor mengapa *coffee shop* banyak dikunjungi oleh para remaja. Hal tersebut dapat membuat kegiatan minum kopi menjadi sebuah gaya hidup yang baru. Remaja tidak lagi mengunjungi *coffee shop* hanya untuk secangkir kopi tetapi untuk menaikkan gengsi mereka. Banyak juga

⁷ Nirwana, Skripsi: “*Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Eksistensi Kafe di Kota Makassar*” (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hlm. 82.

dikalangan remaja hanya sekedar ikut-ikutan. Tentu saja hal tersebut akan mendorong perilaku konsumtif di kalangan remaja. Dimana seperti yang diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat menimbulkan pola hidup yang boros dan juga kecemburuan sosial dan dapat menimbulkan suatu tindakan dimana para remaja lebih banyak mengkonsumsi suatu barang atau jasa tanpa memikirkan kebutuhan yang diperlukan di masa yang akan datang.⁸

Berdasarkan dari beberapa sumber diatas dapat ditemukan bahwa tujuan penelitian sebelumnya yaitu untuk mengetahui karakteristik remaja peminum kopi, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja, dan *trend coffee shop* sebagai gaya hidup remaja. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja pada *Coffee Shop*.

Adapun persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada fokus perilaku remaja yang *trend* dilakukan di *coffee shop* sebagai salah satu alternatif pilihan mereka untuk menghibur diri. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti lebih ingin menggambarkan perilaku remaja berikut penjelasan yang berkaitan dengan bagaimana mereka membawa diri mereka ke dalam ruang *coffee shop* tersebut.

⁸ Farhan Nurikhsan, dkk, “*Fenomena Coffee Shop di Kalangan Konsumen Remaja*”, Jurnal, (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, Oktober 2019), hlm. 6.

E. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Perilaku Konsumtif

Pola konsumsi masyarakat modern ditandai dengan bergesernya orientasi konsumsi yang semula ditujukan bagi kebutuhan hidup, menjadi gaya hidup akan tetapi terdapat sistem budaya dan system pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas.

Menurut Arsy perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.⁹

Hempel menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.¹⁰

⁹ Arsy, "*Kebutuhan Atau Gaya Hidup Konsumtif*", (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 29.

¹⁰ Tiurma Yustisi Sari, "*Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*", Skripsi, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009), hlm. 21-22.

Dahlan mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.¹¹

Menurut Basu Swastha Dharmesta dan Hani Handoko menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan.¹² Dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

b. Teori Konsumsi Baudrillard

Jean Baudrillard adalah seorang pakar teori kebudayaan, filsuf, komentator politik, sosiolog, dan fotografer yang berasal dari Perancis. Karya Baudrillard sering kali dikaitkan dengan pascamodernisme dan pascastrukturalisme. Baudrillard merupakan seorang teoritis sosial pasca-struktural terpenting. Baudrillard lahir dalam keluarga miskin di Reims pada 20 Juni 1929. Baudrillard

¹¹ Sumartono, *“Terperangkap Dalam Iklan”*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), hlm. 48.

¹² Basu Swastha dan Hani Handoko, *“Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen”*, (Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama, 2012), hlm. 74.

mempelajari bahasa Jerman di Universitas Sorbonne di Paris dan mengajar bahasa Jerman di sebuah lycee (1958-1966). Baudrillard juga pernah menjadi penerjemah dan terus melanjutkan studinya dalam bidang filsafat dan sosiologi. Dalam lingkup tertentu di dekade 1980-an, Baudrillard dikenal sebagai McLuhan baru atau teoritis terkemuka tentang media dan masyarakat dalam era yang disebut juga post modern. Teorinya mengenai masyarakat post modern berdasarkan asumsi utama bahwa media, simulasi, dan apa yang ia sebut “*cyberblitz*” telah mengkonstitusi bidang pengalaman baru, tahapan sejarah dan tipe masyarakat yang baru.¹³

Baudrillard menjelaskan konsep dasar tentang konsumsi lalu menghubungkannya dengan kapitalisme global dan media massa yang berperan dalam menyebarkan tanda-tanda untuk dikonsumsi oleh masyarakat konsumen. Baudrillard menyatakan, situasi masyarakat kontemporer yang dibentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi. Pada kenyataannya manusia tidak akan pernah merasa terpuaskan atas kebutuhan-kebutuhannya. Masyarakat konsumsi menjelaskan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda, dan simulacra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Baudrillard mengatakan rasionalitas konsumsi dalam system masyarakat konsumen telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai

¹³ Tarigan, “*Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard*”, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hlm. 34.

upaya untuk memenuhi kebutuhan (needs) namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (desire).¹⁴

Teori konsumsi Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat konsumeris pada masa sekarang tidak didasarkan kepada kelasnya tetapi pada kemampuan konsumsinya. Siapapun bisa menjadi bagian dari kelompok apapun jika sanggup mengikuti pola konsumsi kelompok tersebut. Konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda.¹⁵

Masyarakat konsumsi menurut Baudrillard adalah masyarakat dengan pola kehidupan yang mengedepankan konsumsi yang kuat akan materi sebagai hasrat selalu ingin berbelanja. Masyarakat konsumsi selalu ingin “membeli” icon yang terdapat pada suatu objek, yang mengakibatkan objek konsumsi menjadi luntur nilai guna dan nilai tukarnya. Agar menjadi objek konsumsi itu sendiri, maka objek tersebut harus menjadi tanda, dengan cara itu objek tersebut dapat dikonsumsi. Dalam masyarakat konsumsi memberikan adanya perubahan bahwa barang bukan lagi hanya sekedar kebutuhan yang mempunyai nilai tukar dan nilai guna, melainkan berubah menjadi sekedar pemuasan diri sesaat untuk mendapatkan gengsi atau citra.

¹⁴ Nanang Martono, “*Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 25.

¹⁵ Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, Dan Poskolonial Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 48.

Makna konsumsi itu sendiri telah berubah dari memenuhi suatu kebutuhan menjadi memenuhi hasrat untuk memenuhi sebuah keinginan. Perubahan indikator dalam konsumsi sebagai budaya baru yang mengalami pergeseran yang disebut dengan budaya konsumen. Jean Baudrillard mengatakan bahwa budaya konsumen adalah budaya post modern, suatu budaya kedangkalan yang di dalam budaya itu nilai-nilai di evaluasikan oleh prinsip-prinsip baru serta seninya telah mengungguli realitas. Jean Baudrillard juga mengungkapkan bahwa masyarakat konsumsi berhubungan dengan apa yang mereka punya yang dimana menjadi simbol objek konsumsi serta masyarakat konsumsi dikendalikan oleh simbol tersebut karena objek yang digunakan adalah sebagai simbol bukan bagian dari apa yang dikonsumsi.¹⁶

Menurut Baudrillard masyarakat konsumsi adanya kecenderungan melakukan konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka yang bersifat penting dan mendesak, melainkan hanya untuk membuktikan kemampuan mereka dalam mengkonsumsi sesuatu. Dalam hal ini masyarakat konsumsi yang memiliki materi maka bisa bebas melakukan kegiatan konsumsi apapun yang diinginkannya. Selain itu, pada masyarakat borjuis modern saat ini melakukan kegiatan konsumsi sesuatu tidak hanya sekedar untuk pemuasan hasrat dan kesenangan hidup saja tapi juga

¹⁶ Mutia Pawanti, “Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard”, Jurnal Sastra Perancis, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2013), hlm. 24.

lebih kepada ingin terlihat tampil berbeda dengan yang lainnya serta ingin dianggap lebih mampu dan style yang terlihat berbeda daripada yang lainnya.

Baudrillard juga mengungkapkan bahwa konsumsi adalah sesuatu yang bersifat memaksa setiap individu yang akan melakukan kegiatan konsumsi yang salah satu faktor pendorong eksternalnya bisa dari lingkungan sekitar atau kelompok individu itu sendiri serta adanya pengaruh iklan-iklan di televisi, maupun di media sosial yang saat ini bisa dikatakan memiliki pengaruh yang menonjol karena secara tidak langsung menawarkan sekaligus mempengaruhi pikiran masyarakat untuk melakukan kegiatan konsumsi produk yang ditawarkan.

Adapun analisis dari Jean Baudrillard bahwa globalisasi telah membawa pengaruh bagi masyarakat perkotaan yang bersifat “homogenitas”. Disebabkan adanya pengaruh media sosial yang berperan sebagai media promosi untuk menawarkan sebuah produk dan menampilkan trend masa kini yang sedang populer. Hal itu memberikan dampak pada perubahan logika konsumsi masyarakat dan perubahan logika pola pikir.

Berdasarkan teori konsumsi Jean Baudrillard, masyarakat saat ini mengkonsumsi suatu produk bukan lagi berdasarkan nilai kegunaan produk tersebut akan tetapi berdasarkan nilai citra yang ada dalam produk tersebut. Perubahan ini disebabkan karena iklan

yang beredar saat ini tidak lagi mengenai keunggulan dan manfaat produk, akan tetapi lebih mengedepankan citra yang dimiliki sebagai simbol *prestige* dan bentuk kemewahan bagi pemakai produk tersebut.

F. Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹⁷ Komponen-komponen yang akan ditempuh penulis dalam menggali dan menganalisa data untuk menemukan jawaban permasalahan. Metode penelitian bertujuan agar suatu penelitian dapat memenuhi ciri keilmuan yaitu sistematis, empiris, rasional, terarah, dapat di pertanggung jawabkan, dan memiliki hasil yang maksimal.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai produser penelitian untuk mendapatkan data deskriptif yaitu sebuah penelitian yang berusaha memberikan gambaran umum mengenai objek yang di amati atau di teliti, atau bahkan suatu penelitian yang bertujuan membuat gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan mengenai perilaku konsumtif remaja terhadap pembangunan *Coffee Shop* di Kabupaten Batang.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penulisan Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 3.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah sepuluh orang pengunjung kalangan remaja, dua orang pemilik *Coffee Shop*, dan tiga pegawai *Coffee Shop*. Pengkategorian ini didasarkan pada tujuan peneliti untuk memperoleh data yang lengkap dan objektif.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Forest Kopi, Metsa Kopi, dan Jiwalova Kopi yang terletak di Desa Kembanglangit, Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Provinsi Jawa Tengah. Peneliti tertarik untuk memilih lokasi penelitian di tempat tersebut karena walaupun *Coffee Shop* tersebut baru berdiri dan letaknya jauh dari pusat kota Kabupaten Batang akan tetapi banyak sekali pengunjung yang datang bahkan sampai rela mengantri untuk mendapatkan tempat duduk di *Coffee Shop* tersebut. Selain itu juga karena mayoritas pengunjung *Coffee Shop* di Kecamatan Blado, Kabupaten Batang adalah remaja.

4. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah tempat didapatkannya data dalam penelitian yang terjadi dari sejenis data pada tahap koleksi data, terbagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah pengambilan data pertama atau utama yang menjadi acuan dan didapatkan langsung dari lapangan atau dari

subjek penelitian melalui observasi dan wawancara.¹⁸ Data primer tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun bentuk file-file dan harus di cari melalui narasumber atau informan.¹⁹ Adapun yang menjadi data primer adalah hasil wawancara dan observasi tetap dengan sepuluh pengunjung remaja *Coffee Shop*, dua orang pemilik *Coffee Shop*, dan tiga pegawai *Coffee Shop*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data kedua atau data yang secara tidak langsung tidak berhubungan dengan informan yang akan di teliti atau merupakan data pendukung dari penelitian yang di peroleh dari lembaga atau instansi lainnya.²⁰ Data sekunder sifatnya sudah tersedia, meliputi referensi maupun penulisan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif terhadap remaja dan faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif tersebut. Diantaranya yaitu buku, artikel, jurnal, majalah dan sebagainya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik. Teknik yang digunakan adalah:

¹⁸ Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 55.

¹⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 129.

²⁰ Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 57.

a. Participant observation

Participant observation adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama, merasakan, serta berada dalam aktivitas kehidupan objek pengamatan. Dengan demikian, pengamat betul-betul menyelami kehidupan objek pengamatan, bahkan tidak jarang pengamat kemudian mengambil bagian dalam kehidupan budaya mereka.²¹

Teknik pengumpulan data yang digunakan pertama kali adalah pra-observasi. Pra-observasi telah dilakukan pada 11 April 2021 sebelum peneliti terjun langsung ke lapangan. Setelah melakukan pra-observasi dan observasi di lapangan peneliti melakukan teknik pra-penelitian berikutnya yaitu mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan dalam penelitian seperti catatan, alat tulis, kamera, maupun literature yang berhubungan dengan kajian penelitian ini. Kemudian setelah mempersiapkan berbagai perlengkapan yang dibutuhkan peneliti melakukan teknik pengumpulan data selanjutnya yaitu melakukan wawancara.

Dalam penelitian ini yang menyangkut kegiatan observasi adalah tentang perilaku gaya hidup konsumtif remaja di *Coffee Shop* dan kegiatan yang dilakukan pengunjung remaja selama berada di *Coffee Shop*. Dalam pengamatan ini peneliti

²¹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 29.

menggunakan pengamatan murni yang dirasa lebih efisien dan mampu mengetahui hal-hal yang menarik di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai. Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah pemilik *Coffee Shop*, pegawai *Coffee Shop* dan pengunjung remaja *Coffee Shop* yang telah dilakukan pada tanggal 1 Juli 2021 hingga 1 Oktober 2021. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai perilaku konsumtif di kalangan pengunjung remaja. Metode yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, sehingga dalam wawancara peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan, namun pertanyaan-pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan situasi saat wawancara dilakukan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda, internet, dan bahan lain.²² Pengumpulan dokumen digunakan untuk menambah informasi yang diteliti. Adapun data yang telah dikumpulkan dengan metode dokumentasi yakni foto-

²² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 236.

foto terkait aktivitas baik pada saat wawancara maupun observasi.

6. Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Setelah data terkumpul, penulis menggunakan teknik pengolahan data analisis deskriptif dan explanasi (penjelasan). Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang dilakukan dalam rangka mencapai perubahan terhadap sebuah fokus kajian yang kompleks. Sedangkan analisis explanasi (penjelasan) adalah sebuah teknik analisis data yang bertujuan untuk menyediakan informasi, penjelasan, alasan-alasan, dan pertanyaan mengapa suatu hal bisa terjadi.²³

Dalam penelitian ini, data yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian diolah dan dianalisis. Hal ini dilakukan untuk menyederhanakan data dan melengkapi data-data yang dibutuhkan, sehingga tujuan dari penelitian ini bisa tercapai. Data-data yang telah terkumpul kemudian diklasifikasikan menurut fokus penelitian untuk menjawab rumusan masalah, selanjutnya data-data tersebut dianalisis dengan teori konsumsi Baudrillard yang berhubungan dengan objek penelitian.

²³ Moh. Soehada, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, (Yogyakarta: Suka Press, 2018), hlm. 155-116.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini merupakan uraian singkat yang ditulis secara sistematis bab demi bab. Materi yang dibahas disajikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I. PENDAHULUAN. Bab ini berisi tentang pendahuluan, yang membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab pertama ini merupakan sebuah pengantar untuk memahami langkah pembahasan penelitian yang akan dikaji.

Bab II. SETTING LOKASI PENELITIAN. Bab ini merupakan pembahasan yang mendeskripsikan tentang gambaran umum Forest Kopi, Metsa Kopi, dan Jiwalova Kopi yang meliputi, letak geografis, kondisi sosial perekonomian, kebiasaan hidup, dan profil informan. Bab kedua ini bermaksud untuk memaparkan sebuah gambaran umum tentang subjek dan objek yang akan dikaji di dalam pembahasan penelitian ini.

Bab III. PENYAJIAN DATA. Bab ini menjelaskan tentang topik penelitian dan pemetaan terhadap data penelitian dan analisis penelitian berdasarkan kerangka teori yang digunakan.

Bab IV. ANALISIS DATA. Bab ini merupakan pembahasan yang berisi tentang hasil penelitian dan jawaban atas rumusan masalah, yaitu bagaimana perilaku konsumtif remaja di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah.

Bab V. PENUTUP. Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Riset ini menyimpulkan bahwa ada perilaku konsumtif pada remaja di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, Jawa Tengah, hal ini dibuktikan remaja tidak pernah memperhitungkan jumlah uang yang mereka keluarkan selama berkunjung di *Coffee Shop*, mereka sanggup menghabiskan waktu hingga empat jam sekedar untuk bersenda gurau bersama teman sembari menikmati makanan dan minuman yang telah dipesan, selain itu mereka bisa berkunjung ke *Coffee Shop* empat sampai lima kali dalam satu minggu.

Munculnya *Coffee Shop* yang merupakan salah satu trend gaya hidup yang menjadi pemicu remaja cenderung berperilaku konsumtif. Ketertarikan remaja dalam mengunjungi *Coffee Shop* menjadi faktor yang mendorong remaja datang ke *Coffee Shop* tidak lagi sekedar untuk menikmati makanan dan minuman, melainkan lebih kepada keinginan agar terlihat tidak ketinggalan trend karena *Coffee Shop* tersebut sedang viral.

Forest Kopi, Metsa Kopi, dan Jiwalova Kopi merupakan beberapa *Coffee Shop* yang berada di Kecamatan Blado. *Coffee Shop* disini termasuk *Coffee Shop* yang sedang viral di Kabupaten Batang dan daerah sekitarnya karena konsep yang menarik dengan pemandangan alam yang

langsung mengarah ke kebun teh dan udara yang sejuk berbeda dari *Coffee Shop* pada umumnya yang berada di tengah kota, selain itu karena banyaknya spot foto yang *instagrammable*. Hal ini yang menjadikan masyarakat khususnya remaja menjadi sangat tertarik untuk berkunjung di *Coffee Shop* ini.

Konsep *Coffee Shop* yang modern dan lebih berkelas membuat pengunjung datang dan tertarik menikmati fasilitas yang ada di Forest Kopi, Metsa Kopi, dan Jiwalova Kopi. Hal ini berdampak pada perilaku konsumtif remaja yang dimana mereka secara sadar atau tidak melakukan kegiatan yang bukan meruakan kebutuhan melainkan hanya sebatas keinginan untuk memuaskan hasrat dalam diri. Kesukaan remaja untuk mencoba hal yang baru dan sifat yang boros dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yang pada akhirnya remaja tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini dapat dilihat pada konsumen di *Coffee Shop* Kecamatan Blado, Kabupaten Batang ini, mayoritas dari mereka tidak lagi memperlakukan berapa uang yang telah dihabiskan dan juga berapa lama mereka nongkrong di *Coffee Shop*.

Terdapat 2 faktor yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif yaitu faktor dalam diri atau internal dan faktor pengaruh dari luar atau eksternal. Faktor dalam diri yang membuat remaja berperilaku konsumtif yaitu motivasi individu. Arti dari motivasi individu ini yaitu dukungan yang muncul dari dalam diri setiap individu. Pada penelitian ini motivasi yang muncul pada remaja yaitu remaja ingin menghabiskan waktu

bersama teman untuk berbagi cerita dan bersenda gurau bersama, kemudian untuk melenyapkan kebosanan saat sedang di rumah dengan mendapatkan suasana baru yang ada di *Coffee Shop*, remaja sengaja mencari minuman kopi untuk menemani merokok, dan motivasi yang terakhir adalah mengambil foto untuk diunggah ke media sosial.

Faktor eksternal yang menjadikan remaja berperilaku konsumtif yaitu pengaruh dari keluarga dan teman. Jendela pertama pada setiap individu adalah keluarga. Kecenderungan keluarga melakukan sebuah kebiasaan dapat menjadi faktor anggota keluarga yang lain mengikuti kebiasaan tersebut. Terdapat remaja yang mengkonsumsi kopi karena meniru kebiasaan yang dilakukan ayahnya akan tetapi remaja tersebut tidak diizinkan mengkonsumsi kopi di rumah, sehingga dia memilih untuk pergi ke *Coffee Shop*, ada juga remaja yang pergi ke *Coffee Shop* karena disharmonisasi dengan keluarganya. Teman juga mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Mayoritas remaja pergi ke *Coffee Shop* karena ajakan dari teman-temannya melalui grup *chat* pada aplikasi *Whatsapp* dengan janji waktu dan tempat yang ingin mereka tuju.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti dapat memberikan saran-saran yang bertujuan untuk memberikan referensi yang nantinya bisa menjadi bahan acuan supaya di masa mendatang bisa menjadi lebih baik lagi. Berikut saran-saran yang bisa disajikan oleh peneliti:

1. Bagi remaja di *Coffee Shop* sebaiknya bisa memanfaatkan waktu luangnya dengan melakukan sesuatu yang lebih bermanfaat. Perilaku konsumtif mengkonsumsi kopi yang berlebihan dapat memberikan dampak negative terhadap tubuh maupun keuangan yang dimiliki. Alangkah lebih baik jika uang yang digunakan untuk mengkonsumsi minuman kopi ditabung atau disisihkan untuk memenuhi keperluan lainnya. Jika ada permasalahan baik itu dengan teman, ataupun keluarga sebaiknya dibicarakan baik-baik agar ketemu jalan keluarnya, bukan menghabiskan waktu di *Coffee Shop*. Mulai sekarang belajarlah untuk mengurangi kegiatan nongkrong di *Coffee Shop* biarpun sedikit demi sedikit.
2. Upaya untuk meminimalisir perilaku konsumtif pada remaja membutuhkan peran dari orang tua untuk memberikan arahan berkaitan dengan mengatur pengeluaran sesuai dengan yang dibutuhkan anaknya.
3. Bagi teman remaja di *Coffee Shop*, sebaiknya tidak selalu mengajak temannya untuk pergi ke *Coffee Shop*, apalagi setiap hari atau bahkan berkali-kali dalam setiap hari. Karena ajakan dari teman sangat berpengaruh dalam memberikan dorongan untuk pergi ke *Coffee Shop*.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memperhatikan secara mendetail terkait perilaku konsumtif pada remaja di *Coffee Shop*, dan berfokus pada sudut pandang faktor-faktor yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial, Sebuah Pendekatan Alternatif Untuk Psikologi dan Psikiatri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anggoro, M. Toha. 2010. *Metode Penelitian*. Banten: Universitas Terbuka.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsy. 2006. *Kebutuhan Atau Gaya Hidup Konsumtif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bagus, Lorens. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Kencana.
- Martono, Nanang. 2016. *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, Dan Poskolonial Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prastowo, Andi. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soehada, Moh. 2018. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. Yogyakarta: Suka Press.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penulisan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial: Berbangai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2012. *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty Edisi Pertama.

Tarigan. 2014. *Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard*. Bandung: CV. Alfabeta.

Referensi Jurnal:

Farhan Nurikhsan, Webby Salsabila Indrianie, Dini Safitri. 2019. *Fenomena Coffee Shop di Kalangan Konsumen Remaja*. Jurnal Widya Komunika, Volume 9, No.2, Oktober 2019, Universitas Negeri Jakarta.

Galih Ika Pratiwi. 2015. *Perilaku Konsumtif Dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club Chapter Malang)*. Jurnal Mahasiswa Sosiologi Universitas Brawijaya Malang.

Mutia Pawanti. 2013. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*. Jurnal Sastra Perancis Universitas Indonesia.

Tifani. 2014. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang*. Jurnal Universitas Sriwijaya Palembang.

Wahyudi. 2013. *Tinjau Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*. Jurnal Sosiologi, Volume 1, No. 4, Universitas Mulawarman Samarinda.

Referensi Skripsi:

Kurniawan, Ardietya. 2016. *Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Peminum Kopi di Coffee Shop di Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan.* Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Nirwana. 2017. *Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Eksistensi Kafe di Kota Makassar.* Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tiurma Yustisi Sari. 2009. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*". Medan: Universitas Sumatera Utara.

