

**BUDAYA KONSUMTIF MASYARAKAT SINJAI
(STUDY KASUS PEDAGANG KAKI LIMA
LAPANGAN SINJAI BERSATU)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

**A. FAJRUL HAQ
10538247512**

**JURUSAN PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
OKTOBER 2017**

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : A. Fajrul Haq
Stambuk : 10538247512
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Pembimbing : **Dra. Hj. Rahmiah Badaruddin, M.Si.**
Dengan Judul : Budaya konsumtif masyarakat sinjai Studi Kasus
Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu Kabupaten
Sinjai

Konsultasi Pembimbing I

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan

Catatan :

Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 3 kali

Mengetahui
Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi

Dr. H. Nursalam, M.Si
NBA. 951 829



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : A. Fajrul Haq
Stambuk : 10538247512
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Pembimbing : **Jamaluddin Arifin, S.Pd.,M.Pd.**
Dengan Judul : Budaya Konsumtif Masyarakat Sinjai Study Kasus
Pedagang Kaki Lima Dilapangan Sinjai Bersatu Kabupaten
Sinjai

Konsultasi Pembimbing II

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan

Catatan :

Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 3 kali

Mengetahui
Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi

Dr. H. Nursalam, M.Si
NBA. 951 829



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Mahasiswa yang Bersangkutan :

Nama : A. Fajrul Haq
Stambuk : 10538247512
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Dengan Judul : Budaya konsumtif masyarakat sinjai study kasus pedagang kaki lima lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai

Setelah diperiksa dan diteliti ulang, maka Skripsi ini telah memenuhi persyaratan untuk diujikan pada Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Hj. Rahmiah badaruddin, M.Si.

Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd.

Mengetahui,

Dekan FKIP Unismuh Makassar

Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi

Erwin Akib, M. Pd., Ph. D.
NBM: 860 934

Dr. H. Nursalam, M.Si.
NBM: 951829



Badan Akreditasi Nasional

HALAMAN PENGESAHAN

Mahasiswa yang Bersangkutan :

Nama : A. Fajrul Haq

Stambuk : 10538247512

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

Dengan Judul : Budaya konsumtif masyarakat sinjai study kasus pedagang kaki lima lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai

Makassar, Oktober 2017

Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Hj. Rahmiah Badaruddin, M.Si.

Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd.

Mengetahui,

Dekan FKIP Unismuh Makassar

Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi

Erwin Akib, M.Pd., Ph.D

NBM: 860 934

Dr. H. Nursalam, M.Si

NBM: 951829

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Fajrul Haq
Stambuk : 10538247512
Jurusan : Pendidikan sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dengan Judul :Budaya Konsumtif Masyarakat Sinjai Studi Kasus
Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu Kabupaten
Sinjai

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan didepan tim penguji adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuatkan oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 13 oktober 2017

Yang membuat pernyataan

A. Fajrul Haq

SURAT PERJANJIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **A. Fajrul Haq**
Nim : 10538247512
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Dalam menyusun skripsi, saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pemimpin fakultas.
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam penyusunan skripsi.
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 13 oktober 2017

Yang Membuat Perjanjian

A.Fajrul Haq

MOTTO

Jangan Kagum Dengan Dirimu,

Lupakan Amal Baikmu

Kalau Keyakinan Sudah

Menjadi Pohon Beringin,

Robohlah Segala Pertimbangan Yang lain.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini sebagai rasa syukurku pada- Nya.

Sebagai wujud dedikasi tertinggi untuk kedua orang tuaku

Sebagai kado terindah untuk keluargaku tercinta,

Adik-adikku tersayang dan sahabat-sahabat serta , yang senantiasa

Mengiringi setiap kesuksesanku.

Semoga Allah swt Senantiasa merangkul mereka dalam cinta-Nya.

Amin.

ABSTRAK

A.Fajrul Haq, 2017, “*Budaya Konsumtif Masyarakat Sinjai (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu Kabupaten Sinjai)*”. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Hj. Rahmiah Badaruddin (Pembimbing I) dan Jamaluddin Arifin (Pembimbing II)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi pedagang kaki lima mendorong budaya konsumtif dilapangan sinjai bersatu dan bentuk-bentuk budaya konsumtif masyarakat sinjai terhadap pedagang kaki lima dilapangan sinjai bersatu. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami realitas sosial tentang budaya konsumtif masyarakat sinjai. informan yang diteliti adalah masyarakat yang berada dilapangan sinjai bersatu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Adanya PKL dilapangan sinjai bersatu, aktifitas masyarakat sinjai mengalami perubahan. Semua mengarah pada aktifitas konsumtif mulai dari berbelanja, jalan-jalan, nonton, serta berkumpul bersama keluarga dan kerabat. Selain itu keberadaan PKL juga mampu memberikan kenyamanan berupa pelayanan seperti hiburan dan internet. serta harga barang yang ditawarkan juga bervariasi dan bisa dijangkau oleh semua kalangan ekonomi atas sampai bawah. Adapun bentuk-bentuk budaya konsumtif yang ditemukan adalah suka berbelanja, suka makan dan minum, serta suka berkumpul.

Kata kunci : PKL, Masyarakat Sinjai, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT, puji syukur yang tiada hentinya penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan judul “*Budaya Konsumtif masyarakat sinjai (studi kasus pedagang kaki lima Lapangan Sinjai Bersatu Kabupaten Sinjai)*“.

Salam dan shalawat atas junjungan Nabiullah Nabi Muhammad SAW yang telah membawakita dari zaman kegelapan menuju zaman terang menderang seperti saat ini. skripsi ini merupakan salah satu karya ilmiah yang diperlukan untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana sebagai wahana untuk melatih diri dan mengembangkan wawasan berpikir. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari hambatan-hambatan, namun dengan adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak sehingga hambatan yang ada dapat dilalui dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari doa-doa yang selama ini telah dipanjatkan untuk penulis, serta jasa-jasa yang tidak terhingga, terutama terima kasih kepada kedua orang tua penulis, ayahanda tercinta **Andi Makmur** dan ibunda **Binti Uswah** Terima kasih atas doa-doa yang tidak ada hentinya serta bantuan, dukungan dan kasih sayang yang terus diberikan serta dukungan moral dan material yang telah diberikan untuk ananda selama ini.

Pada kesempatan ini dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati,penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak **Dr. Abd Rahman Rahim, S.E., MM.** selaku Rektor unismuh Makassar, Bapak **Erwin Akib, M.Pd., Ph.D** selaku Dekan Fakultas Pendidikan dan Ilmu Keguruan (FKIP) Unismuh Makassar, Bapak **Dr. H. Nursalam, M.Si** selaku ketua Jurusan pendidikan sosiologi.
2. Ibunda **Dra. Hj. Rahmiah Badaruddin, M.Si** selaku pembimbing I serta kakanda **Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd** selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Terima Kasih kepada **Kamaruddin S.Pd, Andi Arwan Affandi,** dan **Indriani safitri** dan teman-teman kelas sosiologi E12
4. Terima kasih juga kepada senior-senior yang sudah membantu penulis baik finansial maupun pemikiran. Serta sahabat dan teman-teman Penulis tanpa terkecuali, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu semoga ALLAH SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Makassar, 13 oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN	
SURAT PERJANJIAN	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Perilaku Konsumtif	9
2. Perilaku Konsumtif Masyarakat	15
3. Pedagang kaki lima (PKL)	17

4. Teori Relevan	17
B. Kerangka Pikir.....	18
1. Oerasional kata	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian	23
C. Informan Penelitian	23
D. Fokus Penelitian	24
E. Instrumen Penelitian.....	24
F. Data dan Sumber Data.....	25
G. Teknik Pengumpulan Data	25
H. Teknik Analisis Data	27
I. Teknik Keabsahan Data	28
J. Jadwal penelitian	29
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	30
A. Historis kabupaten sinjai.....	30
B. Letak geografis kabupaten sinjai.....	32
C. Kondisi sosial-ekonomi kabupaten sinjai	35
D. Kependudukan.....	35
E. Agama dan aliran kepercayaan.....	36
F. Budaya dan adat istiadat	36
BAB V EKSISTENSI PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MENDORONG	
BUDAYA KONSUMTIF DILAPANGAN SINJAI BERSATU.....	38

BAB VI BENTUK-BENTUK BUDAYA KONSUMTIF TERHADAP PEDAGANG KAKI LIMA DILAPANGAN SINJAI BERSATU .	44
BAB VII BUDAYA KONSUMTIF MASYARAKAT SINJAI	49
BAB VIII PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-Lampiran

DAFTAR TABEL

1. Daftar tabel 3.1 Informan	23
2. Daftar tabel 3.2 Jadwal Penelitian	29
3. Daftar tabel 4.1 Badan Pusat Statistic	35

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 : Peta Wilayah Kabupaten Sinjai..... 34
2. Gambar 4.2 : Peta Wilayah Sinjai Utara..... 34

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berbudaya timur yang memiliki banyak ciri khas tersendiri. Meski begitu, Indonesia masih relatif mudah mendapat dampak globalisasi, baik dampak positif maupun dampak negatif. Budaya barat yang dewasa ini gencar memasuki negara-negara berbudaya timur, termasuk Indonesia, seringkali menetap lama dan pada akhirnya bercampur menjadi bagian dari budaya timur itu sendiri. Hal ini dikarenakan filter dari masing-masing individu masyarakat Indonesia yang kurang dipergunakan dengan maksimal, sehingga mereka menerima budaya-budaya barat tersebut secara mentah. Padahal, belum tentu budaya barat yang dianggap modern itu sesuai dengan etika maupun norma yang berlaku di Indonesia.

Salah satu budaya yang secara turun-temurun dan secara tidak sadar bertahan di Indonesia adalah budaya konsumtif. Memang budaya ini tidak bisa dikatakan dimiliki oleh setiap warga negara Indonesia, tetapi setidaknya mayoritas masyarakat yang tergolong madani dan bermukim di kawasan perkotaan berperilaku demikian. Dari segi peningkatan pelakunya, golongan usia remaja dan dewasa muda (siswa-siswi SMA/ sederajat, mahasiswa-mahasiswi, dan pria/wanita berusia hingga 40 tahun) merupakan golongan usia yang paling cepat menyerap budaya konsumtif. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Perkembangan budaya konsumtif ini telah berpengaruh terhadap cara-cara masyarakat mengekspresikan

estetika dan gaya hidup. Hal ini disebabkan terjadi perubahan mendasar berkaitan dengan cara-cara orang mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. David Chaney mengemukakan bahwa gaya hidup telah menjadi ciri dalam dunia modern, sehingga masyarakat modern akan menggunakan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan orang lain.

Fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sangat diwarnai dengan kegempitaan kegiatan konsumsi. Bagi masyarakat konsumen, saat ini hampir tidak ada ruang dan waktu tersisa untuk menghindari diri dari serbuan berbagai informasi yang berurusan dengan kegiatan konsumsi. Di rumah, di kantor atau di kampus, kita tak henti-henti disodori berbagai informasi yang menstimulasi konsumsi melalui iklan di tv, koran maupun majalah-majalah. Di jalan, selain terus melewati pertokoan dan pusat perbelanjaan, kita juga terus dihadapkan dengan pemandangan atraktif dari promosi media luar ruang yang menghiasi jalan-jalan dan berbagai sudut strategis kota. Menurut Yasraf Amir Piliang (2004), fenomena yang menonjol dalam masyarakat Indonesia saat ini, yang menyertai kemajuan ekonomi adalah berkembangnya budaya konsumsi yang ditandai dengan berkembangnya gaya hidup. Berbagai fenomena gaya hidup yang terlahir dari kegiatan konsumsi semakin beragam pada masyarakat perkotaan Indonesia. *shopping, jogging, fitness, nge-wine, hangout* di mall, cafe dan warung kopi adalah beberapa contoh gaya hidup yang nampak menonjol saat ini. Semua aktifitas tersebut adalah perwujudan dari hingar bingar konsumsi.

Berkembangnya gaya hidup masyarakat perkotaan tersebut, satu sisi bisa menjadi pertanda positif meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat kota. Yang mana peningkatan kegiatan konsumsi dipandang sebagai efek dari naiknya penghasilan dan taraf hidup masyarakat. Namun disisi lain, fenomena tersebut juga bisa dikatakan sebagai pertanda kemunduran rasionalitas masyarakat, yang mana konsumsi dianggap sebagai penyakit yang menggerogoti jiwa dan pikiran masyarakat. Konsumsi menjadi orientasi hidup bagi sebagian masyarakat, sehingga setiap aktifitas yang dilakukannya didasari karena kebutuhan berkonsumsi. Oleh karena itu, banyak pihak yang menyalahkan rasionalitas konsumsi sebagai faktor yang menyebabkan hilangnya kritisme masyarakat terhadap berbagai hal yang vital bagi kehidupan, kebijakan pemerintah maupun fenomena hidup lainnya.

Banyak hal yang bisa dibahas mengenai konsumsi. Salah satunya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2013) yang meneliti tentang *perilaku konsumtif remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*, menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza sebagian besar dari keseluruhan adalah untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di pusat perbelanjaan tersebut meskipun ada beberapa remaja berkunjung ke Mall untuk menghilangkan rasa jenuh dan sebagai sarana rekreasi atau hiburan, jalan-jalan dan bersosialisasi.

Persoalan ini tentu merupakan sebuah masalah sosial, bahkan sekaligus masalah kebudayaan. Data yang dikeluarkan oleh PT GMTD menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah pengunjung mall di kota makassar. Pengunjung mall

GTC misalnya pada tahun 2007 berjumlah 3.848.763 per 2007 (laporan tahun 2007 PT GMTD). Angka ini merupakan jumlah pengunjung paling sedikit diantara mall-mall lain dikota Makassar. Mall Ratu Indah misalnya dikunjungi 4.731.538 orang pertahun. Mall Panakukang dikunjungi sekitar 15 ribu orang perhari atau bila dikalikan, pertahun bisa mencapai 5 juta orang. Data ini menunjukkan jumlah pengunjung tahun 2006. Dengan logika hitungan seperti diatas, maka terdapat kemungkinan semua masyarakat terpesona dan terbius untuk pergi jalan-jalan, bersosialisasi dan berbelanja di pusat perbelanjaan khususnya mall.

Dalam sebuah tulisan, Ilham Halimsyah merangkum hasil observasi singkat dengan beberapa pengunjung mall mengenai tujuan dan motivasi yang mendorong mereka pergi ke mall. Rita yang (konsumsi) berbelanja. Johan *ngumpul* bersama kawan-kawan sekantornya. Nana, vina, dan yana ke mall untuk jalan-jalan. (Ilham Halimsyah, 2005).

Hal ini juga bisa dilihat dari Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tobar (2016), bahwa bentuk perilaku konsumtif mahasiswa dapat dilihat dari banyaknya jumlah mahasiswa yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar, tentunya dalam hal ini memicu terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudian dengan keberadaan gedung balai sidang yang merupakan tempat pusat perbelanjaan yang terus dikunjungi oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dan hal ini tentunya memicu pergeseran kebudayaan, pola perilaku, serta gaya hidup mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

Keterpesonaan atau kesadaran masyarakat terhadap tempat-tempat konsumsi mungkin saja bukan persoalan transformasi model penjualan secara global dengan memanfaatkan pusat perbelanjaan. Akan tetapi, fenomena ini terkait dengan aktifitas masyarakat yang mengarah pada aktifitas konsumsi.

Menurut Jessica Gumulya, Mariana Widistuti (2013) Fakultas Psikologi Universitas Esa unggul dalam hasil penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Masyarakat khususnya Mahasiswa sekarang ini memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengikuti 'mode' yang beredar di pasaran yang menyebabkan mahasiswa membeli tanpa memperhatikan kegunaan barang tersebut, atau dengan kata lain adanya kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah konsep diri. Konsep diri dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli.

Salah satu kawasan yang menjadi aktifitas konsumsi masyarakat sinjai adalah lapangan sinjai bersatu. Di lapangan ini, masyarakat sinjai biasanya, melakukan kegiatan seperti berolah raga, senam, sosialisasi dan sekedar bersantai bahkan lapangan ini sering dijadikan sebagai tempat favorit perkemahan dan pameran HUT Sinjai. Sekarang, lapangan ini diswastanisasikan oleh pemerintah. Lapangan ini Menjadi lapangan komersil, di pinggiran lapangan ini sudah banyak bermunculan pedagang kaki lima (PKL).

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka waktu tertentu dengan mempergunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan

lahan fasilitas umum sebagai tempat usahanya. Akan tetapi adanya kebutuhan terhadap Pedagang Kaki Lima (PKL) oleh masyarakat menjadikan keberadaan para Pedagang Kaki Lima (PKL) pun semakin banyak. Masyarakat terutama yang kelas bawah masih membutuhkan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang terjangkau. Dengan demikian, meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) bukan semata-mata karena keinginan para pedagang tadi untuk memperoleh pendapatan (push factors), tetapi lebih karena tuntutan pasar yang membutuhkan jasa Pedagang Kaki Lima (pull factors). Di samping itu jenis usaha ini juga memberikan dampak yang menguntungkan (positive spillovers) seperti mengurangi beban pemerintah untuk menyediakan lapangan kerja, membantu proses daur ulang beberapa jenis sampah, serta menjadi alternatif terbaik bagi kelompok berdaya beli rendah.

Keberadaan PKL bagaikan jamur, yang tumbuh dan hadir mendekati konsumen, selalu muncul pada kawasan manapun yang berpotensi untuk menjadi pasar bagi usaha mereka, meskipun kawasan tersebut bukanlah kawasan yang direncanakan oleh Pemerintah untuk menjadi kawasan perdagangan sekalipun. Hal inilah yang menjadikan PKL dianggap sebagai pedagang ilegal, karena berjualan pada kawasan yang tidak semestinya untuk berdagang.

Alasan Pedagang kaki lima memilih lokasi dan tempat berdagang pada ruang-ruang publik, karena mereka memanfaatkan ruang yang memiliki akumulasi pengunjung tinggi (ruang lalu lalang pengunjung) dan kemudahan pencapaian oleh pengunjung sehingga mereka tidak perlu lagi berkeliling mencari pembeli.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Retno Widjajanti, (2009), dalam penelitiannya tentang karakteristik aktivitas pedagang kaki lima di Simpang Lima Semarang adalah ruang aktivitas PKL, lokasi berdagang PKL di depan pertokoan, di depan tempat ibadah, dan perkantoran/sekolah, di tepi Lapangan Pancasila, dan menempati ruang trotoar yang terdapat di muka dan tepi kegiatan formal tersebut. PKL memilih lokasi dan tempat berdagang pada ruang-ruang publik, karena memanfaatkan ruang yang memiliki akumulasi pengunjung tinggi (ruang lalu lalang pengunjung) dan kemudahan pencapaian oleh pengunjung. Sifat pelayanan, PKL dalam beraktivitas bersifat menetap, karena dengan menetap dapat memiliki pelanggan tetap, lokasi berdagang tetap, dan tempat berdagang yang pasti, sehingga PKL tidak perlu berjualan berkeliling mencari pembeli.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis mengajukan judul “**Budaya Konsumtif Masyarakat Sinjai (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu)**”. didasarkan pada asumsi bahwa perilaku konsumsi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Sinjai telah mengalami perubahan kearah konsumtif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah utama yang muncul pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana eksistensi pedagang kaki lima mendorong budaya konsumtif masyarakat sinjai di lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai?

2. Bagaimana bentuk budaya konsumtif masyarakat sinjai terhadap pedagang kaki lima di lapangan sinjai kabupaten sinjai?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui eksistensi pedagang kaki lima mendorong budaya konsumtif di lapangan sinjai bersatu?
2. Untuk mengetahui bentuk budaya konsumtif masyarakat sinjai terhadap pedagang kaki lima di lapangan sinjai bersatu ?.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi/ pihak-pihak yang berkompeten dalam pencarian informasi atau sebagai referensi mengenai Budaya konsumtif Masyarakat Sinjai (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu Kabupaten Sinjai).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan dalam mengkonsumsi barang-barang yang seharusnya bukan menjadi kebutuhan sehingga terhindar dari adanya perilaku konsumtif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Konsep Budaya Konsumtif

1. Perilaku konsumtif

Kebudayaan menjadi salah satu topik yang paling sering diangkat dalam berbagai pembicaraan mengenai globalisasi. Menurut Koentjaraningrat, wujud kebudayaan ada tiga macam:

- ✓ kebudayaan sebagai kompleks ide, gagasan, nilai, norma, dan peraturan.
- ✓ kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas kelakuan berpola manusia dalam masyarakat.
- ✓ Benda-benda sebagai karya manusia (Koentjaraningrat, 1974:83).

Sedangkan menurut Taylor sebagaimana dikutip dari Buku *sosiologi waktu senggang* (halaman 54) mengatakan bahwa Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Taylor mengungkapkan kebudayaan adalah suatu kompleksitas yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat, dan setiap kemampuan serta kebiasaan manusia sebagai warga masyarakat. Kompleksitas masalah kebudayaan ini betaut satu sama lain, yang selanjutnya menjadi mata rantai. Hal ini juga ditemukan dalam agenda pemilik modal berupa penguasaan sosialisasi praktek-praktek hidup, dan sosialisasi nilai-nilai juga telah membaur kedalam sistem kebudayaan masyarakat. Hal ini berdampak pada stuktur dan formasi kultural masyarakat.

Dampak dari perubahan kebudayaan ini tidaklah sepele, sebagaimana kata Budiarto Kusumo Hamidjoyo dalam menggambarkan dampak perubahan

kebudayaan itu pada aspek pengenalan apa yang tadinya tidak dikenal menjadi bagian dari pola hidup yang nyata. Jika digambarkan sekelompok orang yang pindah dari satu lingkungan budaya ke lingkungan budaya yang lain, mengalami proses sosial budaya yang dapat mempengaruhi mode adaptasi dan pembentukan identitasnya begitu juga sebaliknya, masyarakat yang menerima kedatangan sesuatu yang baru. Dalam kajian poskolonial, perubahan praktik-praktik kebudayaan ini terkait dengan kuasa pemilik modal di daerahnya masing-masing. pemilik modal membentuk dan mentransformasikan nilai yang

Derasnya arus globalisasi saat ini serta sistem kebijakan pemerintah yang relatif terbuka, semakin memberikan peluang bagi produk industri dari Negara-Negara maju untuk masuk ke tengah-tengah masyarakat. Walaupun sebagian besar produk tersebut baru dapat dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan, namun seiring dengan kemajuan teknologi, pengaruh kehidupan di perkotaan pun mulai masuk ke tengah kehidupan masyarakat pedesaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 1056) perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (Depdiknas, 2008: 728).

Sependapat dengan Tambunan, Asry (Asry, M., 2006) juga mendeskripsikan 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.

Hempel (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 21) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 22) menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Dahlan (dalam Raymond Tambunan, 2001) 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.

Menurut Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko (2011: 107) menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. 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.

Engel, Blackwell, dan Miniard dalam *Consumer Behavior* (1995: 46-57) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif antara lain :

a. Faktor Internal :

✓ Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

✓ Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat mempengaruhi perilakunya. Kepribadian sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

✓ Konsep diri

Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Ada beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

✓ Pengalaman belajar

Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain maupun dirinya sendiri yakni melalui

pengalaman. Hasil proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

✓ Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum untuk memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan ruang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang dalam suatu hal.

b. Faktor Eksternal

✓ Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Keberagaman kebudayaan akan membentuk pasar dan perilaku yang berbeda-beda.

✓ Kelas Sosial

Status kelas sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda dan mempengaruhi cara seseorang dalam berbelanja

✓ Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

✓ Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana, hati, dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang. Karena ketika situasi berubah, maka perilaku pun seseorang akan berubah.

✓ Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

Berdasarkan uraian di atas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif dibedakan menjadi dua yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal antara lain : motivasi, kepribadian, konsep diri, pengalaman belajar dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal antara lain : kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, dan keluarga.

Menurut Sumartono (dalam Tiurma Yustisi Sari 2009: 26-27), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu :

- ✓ Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- ✓ Membeli produk karena kemasannya menarik.
- ✓ Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

- ✓ Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
- ✓ Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

2. Perilaku konsumtif Masyarakat

Masyarakat (*society*) diartikan sebagai sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, *musyarak*. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

“Masyarakat bukan sebuah kesatuan fisik (*entity*), tetapi seperangkat proses bertingkat ganda dan saling berkaitan, (Piotr, 1993 : 65).”

Masyarakat ada setiap saat dari masa lalu ke masa mendatang. Kehadirannya justru melalui fase antara apa yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi. Dalam masyarakat kini terkandung pengaruh, bekas, dan jiplakan masa lalu serta bibit dan potensi untuk masa depan. Sifat berprosesnya masyarakat secara tersirat berarti bahwa fase sebelumnya berhubungan dengan fase kini dan fase kini merupakan persyaratan sebab akibat yang menentukan fase berikutnya.. Masyarakat kini hidup dalam kode-kode, tanda, dan model yang diatur sebagai produksi dan reproduksi dengan menuntut adanya pengemasan, pesona, kejutan,

provokasi, dan daya tarik sebagai logika komoditi itu sendiri. Kemasan tanda dianggap lebih menarik perhatian daripada masyarakat pesan yang disampaikan dalam seni tersebut.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa telah terjadi pergeseran kebudayaan dari modern, menjadi post modern. Kondisi post modern sebenarnya adalah wajah dari modern itu sendiri yang lebih radikal, atau seperti dalam pemahaman habermas sebagai tahap dari proyek modernism yang memang belum selesai, masyarakat post modern ditandai dengan perubahan orientasi masyarakat yang lebih mementingkan konsumsi. Sehingga sering juga disebut sebagai masyarakat konsumsi.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi hanya sekedar kegiatan yang berasal dari produksi. Konsumsi tidak lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Konsumsi telah menjadi budaya, budaya konsumsi. Sistem masyarakat pun telah berubah, dan yang ada kini adalah masyarakat konsumen, yang mana kebijakan dan aturan-aturan sosial masyarakat sangat dipengaruhi oleh kebijakan pasar.

Gervasi (Baudrillard, 1998:63) menyatakan bahwa pertumbuhan dalam masyarakat konsumsi diiringi dengan kemunculan produk-produk baru yang didorong oleh meluasnya lingkup konsumsi karena meningkatnya pendapatan. Hal ini karena semakin besar pendapatan seseorang, semakin banyak pula hal yang diinginkan. Akan tetapi, pendapatan sebesar apapun jelas tidak akan dapat memenuhi semua permintaan manusia karena keinginan-keinginan itu tidak

memiliki batas tertentu. Maka, perilaku konsumsi pun akan terus terjadi dalam ruang dan waktu masyarakat konsumsi.

B. Pedagang Kaki Lima (PKL)

Pedagang kaki lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjajah dagangan yang menggunakan gerobak. istilah itu sering ditafsirkan karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima kaki yang dimaksud adalah dua kaki pedagang ditambah tiga “kaki” gerobak (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki). Saat ini istilah PKL juga digunakan untuk pedagang di jalanan pada umumnya.

Menurut McGee dan Yeung (1977:hal 25) PKL mempunyai pengertian yang sama dengan “hawkers”, yang didefinisikan sebagai orang-orang yang menjajakan barang dan jasa untuk dijual di tempat yang merupakan ruang untuk kepentingan umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar. Menurut Waworoentoe (dalam Widjajanti, 2000: 28), PKL banyak dijumpai pada ruang-ruang fungsional kota. Secara sosiologis, PKL merupakan entitas sosial yang di dalamnya terdapat pengelompokan menurut karakteristik tertentu seperti suku, etnik, bahasa, adat istiadat, asal daerah, jenis kegiatan, dan juga agama (Sarjono 2005:5). Entitas ini memiliki aktivitas yang sama yakni berdagang pada tempat-tempat yang tidak semestinya dalam tata letak kota untuk melakukan aktivitas sosial dan ekonomi. (Sarjono: 2005 hal 28). Alisyahbana (2005:3-12) dalam sebuah penelitiannya menyebutkan bahwa pilihan menjadi PKL biasanya dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Pertama, keterpaksaan, karena tiada pekerjaan lain.

Menurut Bromley, sebagaimana dikutip oleh Mulyanto (2007), "Pedagang Kaki Lima (PKL), merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak di sektor informal". Pekerjaan pedagang kaki lima merupakan jawaban terakhir yang berhadapan dengan proses urbanisasi yang berangkaian dengan migrasi dari desa ke kota yang besar, pertumbuhan penduduk yang pesat, pertumbuhan kesempatan kerja yang lambat di sektor industri.

C. Teori Relevan

Salah satu kajian teori yang dapat dipakai untuk menjelaskan penelitian ini adalah konsep perilaku konsumtif. Konsep ini menggunakan perspektif kajian *cultural studies* dengan teori utamanya adalah teori-teori konsumsi. Hal ini berkaitan dengan bagaimana perilaku konsumtif dalam hal ini adalah masyarakat sinjai.

Analisis mengenai budaya konsumsi bermula dari perhatian politik marxisme. Bagi Karl Marx dan Frederick Engels, transisi dari feodalisme ke kapitalisme adalah suatu transisi dari produksi yang digerakkan oleh kebutuhan menuju produksi yang digerakan oleh keuntungan (John Storey, 2006: 144). Ada beberapa pakar teori sosial yang mengkritisi tentang perilaku konsumtif. Dari beberapa teori tersebut, peneliti mengambil sebagian pemikiran dari para pakar yang memang ada hubungannya dengan penelitian ini. Walaupun mengambil beberapa pemikiran dari tokoh yang berbeda, namun pada dasarnya mereka memiliki perspektif yang serupa.

- a. Herbert Marcuse (dalam John Storey, 2006: 145). mengembangkan beberapa argument mengenai konsumsi, untuk menunjukkan bahwa

ideologi konsumerisme mendorong kebutuhan palsu dan bahwa kebutuhan ini bekerja sebagai satu bentuk kontrol sosial:

“Orang-orang mengenali diri mereka di dalam komoditas mereka; mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, perangkat *hi-fi*, rumah mewah, kafe, makanan dan sebagainya. Mekanisme itu sendiri yang mengikat individu pada masyarakatnya, telah berubah dan kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang telah dihasilkan. Jadi, menurut Marcuse adanya iklan merupakan dorongan akan kebutuhan palsu”.

- b. Pierre Bourdieu (dalam John Storey, 2006: 46), mengungkapkan pendapatnya bahwa apa yang dilakukan konsumsi terhadap kita, menjadi bagaimana kita menggunakan konsumsi untuk tujuan pembedaan sosial. Ia berargumen bahwa budaya hidup (gaya hidup, dan lain-lain) adalah suatu area penting bagi pertarungan di antara pelbagai kelompok dan kelas sosial. Bagi Bourdieu, konsumsi budaya itu cenderung, sadar dan disengaja atau tidak, mengisi suatu fungsi sosial berupa melegitimasi perbedaan-perbedaan sosial. Misalnya, budaya digunakan untuk oleh kelas dominan, menurut Bourdieu untuk memastikan reproduksinya sebagai kelas dominan (John Storey, 2006: 146). Kata dominan yang dimaksudkan oleh Bourdieu bukan terbatas pada dominan dalam hal jumlah, melainkan lebih pada kekuasaan atas kontrol.
- c. David Chaney dalam buku *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Meletakkan secara historis fenomena gaya hidup pada masyarakat industrial. Chaney menulis :

“konsumsi dipahami sebagai waktu luang masyarakat yang akan saya cirikan sebagai ekspektasi baru pengendalian dan penggunaan waktu dengan cara-cara yang bermakna secara pribadi.”

D. Kerangka Pikir

Pada setiap penelitian pasti diperlukan adanya kerangka berpikir sebagai pijakan atau sebagai pedoman dalam menentukan arah dari penelitian, hal ini diperlukan agar penelitian tetap terfokus pada kajian yang akan diteliti. Kerangka pikir tersebut digunakan untuk memberikan konsep dalam pelaksanaan penelitian di lapangan, alur kerangka berpikir yang dibuat oleh peneliti pada penelitian ini akan dideskripsikan sebagai berikut:

Perilaku konsumsi masyarakat kota semakin meningkat. Salah satu yang mendorong perilaku konsumtif masyarakat sinjai adalah PKL. Keberadaan pedagang kaki lima yang tumbuh pesat merupakan bukti nyata kalau denyut nadi perekonomian masyarakat kota mulai tumbuh dan harus direspons secara positif oleh Pemerintah Kabupaten sinjai.

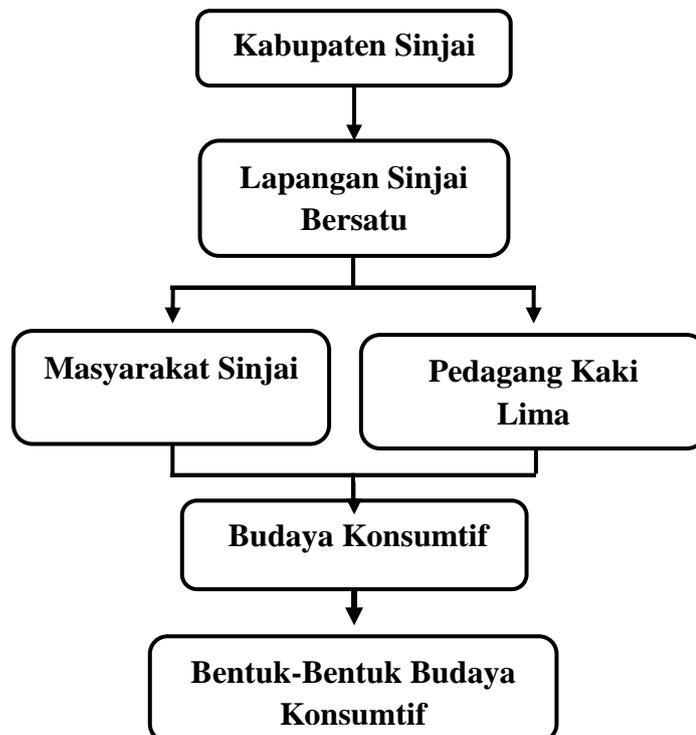
Salah satu kawasan yang menjadi aktifitas konsumsi masyarakat sinjai adalah lapangan sinjai bersatu. Di lapangan ini, masyarakat sinjai biasanya, melakukan aktifitas berolah raga, senam, *nge-wine*, *hang out*, sosialisasi dan sekedar bersantai. bahkan lapangan ini sering dijadikan sebagai tempat favorit perkemahan dan pameran HUT Sinjai. Sekarang, lapangan ini diswastanisasikan oleh pemerintah. Lapangan ini menjadi lapangan komersial, di pinggiran lapangan ini sudah banyak bermunculan pedagang kaki lima (PKL). Alasan Pedagang kaki lima memilih lokasi dan tempat berdagang pada ruang-ruang publik, karena mereka memanfaatkan ruang yang memiliki akumulasi pengunjung tinggi (ruang

lalu lalang pengunjung) dan kemudahan pencapaian oleh pengunjung sehingga mereka tidak perlu lagi berkeliling mencari pembeli.

Untuk menarik konsumen datang berbelanja. Para pedagang kaki lima, bukan hanya menawarkan berbagai makanan dan minuman semata akan tetapi mereka menawarkan kenyamanan, tempat hiburan dan tempat bersosialisasi. berbagai fasilitas penunjang juga sudah disediakan oleh para pedagang kaki lima seperti internet, tempat bernyanyi, dan tempatnya yang begitu menjanjikan. Hal inilah yang mendorong budaya konsumtif masyarakat sinjai dilapangan sinjai bersatu.

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka pemikiran tersebut dituangkan dalam bentuk diagram pada gambar berikut :

Bagan Kerangka Pikir



E. Operasional Kata

➤ Lapangan sinjai bersatu

Lapangan sinjai bersatu adalah ruang publik milik pemerintah sinjai yang berada di jalan tondong kelurahan biringere kabupaten sinjai. Sekarang, dijadikan sebagai kawasan wisata kuliner kabupaten sinjai.

➤ Masyarakat sinjai

Wajah dan Karakter masyarakat sinjai tercermin dari sistem pemerintahan demokrasi dan berkedaulatan rakyat berdasarkan landasan kesopanan yakni “Sipakatau” yaitu saling menghormati, serta menjunjung tinggi nilai-nilai konsep “*sirui menre*” *tessirui no*’ yakni saling menarik keatas, pantang saling menarik kebawah, mallilu *sipakainge* yang bermakna bila khilaf saling mengingatkan.

➤ Pedagang kaki lima

Pedagang kaki lima adalah suatu usaha yang memerlukan modal relative sedikit, berusaha dalam bidang produksi dan penjualan untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu. Usahanya dilaksanakan pada tempat-tempat yang dianggap strategis dalam lingkungan yang informal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang dilakukan hanya bersifat Deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan menganalisis budaya konsumtif masyarakat sinjai (study kasus pedagang kaki lima lapangan sinjai bersatu Kabupaten Sinjai)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung. Lokasi penelitian ini dilakukan di lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai.

C. Informan Penelitian

Informan adalah individu-individu tertentu yang mewancarai untuk keperluan informasi. Informan merupakan orang yang dapat memberikan informasi atau keterangan atau data yang diperlukan oleh peneliti. Informan ini dipilih dari beberapa orang yang betul-betul dapat dipercaya dan mengetahui objek yang diteliti (Koentjaraningrat, 1993:130). Dalam penelitian ini informannya adalah masyarakat sinjai sebanyak 9 orang. Yaitu :

No	Informan	Umur
1	Ismail hamzah	24 tahun

2	Ikhwan nasrul	24 tahun
3	Annisar	28 tahun
4	Arhamsyah	23 tahun
5	Sabri	30 tahun
6	Anis	23 tahun
7	Ratna	26 tahun
8	Uni	21 tahun
9	Arif	46 tahun

Pemilihan informan dilakukan secara Snow-Ball Sampling (penarikan secara bola salju) atau teknik berantai yaitu penarikan informan. Pola ini dilakukan dengan menentukan informan pertama . sampel berikutnya ditentukan berdasarkan informasi dari dari sampel pertama. Informan ketiga ditentukan berdasarkan informasi dari informan kedua, dan seterusnya sehingga informasi semakin besar, seolah terjadi efek bola salju.

D. Fokus Penelitian

Dalam sebuah penelitian, peneliti harus menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan hal inti. Dimana pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah budaya konsumtif masyarakat sinjai di lapangan sinjai bersatu.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti itu sendiri. Dimana peneliti dapat mengetahui secara langsung melalui proses melihat dan merasakan makna-makna tersembunyi yang dimunculkan oleh subjek penelitian.

Sugiyono (2013: 222) menyatakan bahwa peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

Untuk memperoleh hasil penelitian yang cermat dan valid serta memudahkan peneliti maka perlu menggunakan alat bantu berupa pedoman wawancara, (daftar pertanyaan), pedoman observasi, pensil/pulpen dan catatan peneliti yang berfungsi sebagai alat pengumpul serta alat pemotret (kamera).

F. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam setiap penelitian, data merupakan faktor penting yang harus diperoleh oleh peneliti. Data penelitian ini diperoleh dari dua jenis sumber, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari responden melalui wawancara langsung dari sumber dimana penelitian akan berlangsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelusuran terhadap sumber-sumber informasi berupa buku-buku, internet dan catatan tertulis yang relevan dengan tujuan dan masalah penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah penunjang yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Semakin banyak data yang diperoleh maka semakin bagus pula hasil akhir dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung mengenai fenomena-fenomena yang diteliti. Observasi memungkinkan melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana keadaan yang sebenarnya. Observasi ini dilakukan dengan cara, peneliti mendatangi lokasi penelitian, selanjutnya melakukan pengamatan dan pencatatan tentang fenomena-fenomena yang diteliti di lokasi penelitian, yaitu di lapangan sinjai bersatu, kabupaten sinjai yang dilakukan sesaat atau berulang-ulang secara informal sehingga mampu mengarahkan peneliti untuk sebanyak mungkin mendapatkan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Adapun objek penelitian yang akan diobservasi menurut Sugiyono (2013: 229) dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu *place* (tempat), *actor* (pelaku) dan *activities* (aktivitas) yang memberikan informasi dan pandangan yang benar-benar berguna dan sesuai dengan masalah penelitian. Observasi ini dimaksudkan untuk mendapatkan data tentang Implikasi.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Sugiyono (2013: 231). Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*),

yaitu dengan mengumpulkan sejumlah data dari informan dengan menggunakan daftar pertanyaan dengan merujuk pada pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis agar data yang ingin diperoleh lebih lengkap dan valid. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan dan langsung (bertatap muka) dengan informan yang ditunjang oleh pedoman wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu proses pengambilan data dengan melihat dokumen-dokumen yang ada di lapangan sinjai bersatu kabupaten sinjai, Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Sugiyono (2013: 240).

H. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dipergunakan dalam mengelola data atau informasi yang diperoleh baik data yang berupa hasil wawancara maupun data hasil observasi disinkronkan dengan teori yang mendasari dan kemudian dilakukan analisis. Sedang yang dimaksud analisis sendiri adalah proses penyusunan data agar dapat di tafsirkan yaitu dengan menggolongkan, mengurutkan, menstrukturisasikan sampai dengan mengumpulkan data sehingga mempunyai arti. Dalam proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain dari wawancara, pengamatan lapangan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, serta dokumen yang telah diperoleh kemudian diseleksi, ditelaah serta dikaji lalu diabstraksikan.

Abstraksi yang dimaksud adalah usaha membuat rangkuman inti proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap dalam koridor penelitian. Setelah data terkumpulan, disusun dalam lembar-lembar rangkuman,

selanjutnya peneliti mengidentifikasi data yang ada untuk masing-masing pokok permasalahan dalam lembar tersendiri. Hal ini dimaksudkan agar peneliti lebih mudah melakukan pengecekan terhadap setiap data yang ada. Pengecekan dilakukan karena tidak semua informan sama dalam memberikan jawaban terhadap suatu permasalahan, untuk lebih memantapkan kesimpulan yang akan diambil peneliti. Bila dirasa ada kekurangan dalam reduksi data maupun sajian data maka dilakukan panggilan data kembali dalam catatan lapangan dan terjun kembali ke lapangan. Setelah data yang diharapkan terkumpul semua, barulah menarik kesimpulan untuk setiap pokok permasalahan yang ada. Dengan cara demikian dalam setiap permasalahan dapat diambil kesimpulan yang bersifat induktif.

I. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengabsahan data merupakan salah satu faktor yang sangat penting, karena tanpa pengabsahan data yang diperoleh dari lapangan maka akan sulit seorang peneliti untuk mempertanggung jawabkan hasil penelitiannya. Dalam hal ini pengabsahan data peneliti menggunakan metode triangulasi.

Sugiyono (2001: 15) untuk melihat derajat kebenaran dari hasil penelitian ini, maka dilakukan pemeriksaan data, pengabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi waktu

Waktu yang sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

J. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan Ke-					
	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.
Pengajuan Judul	■					
Survey Pendahuluan		■				
Seminar Proposal			■			
Penelitian				■	■	
Penyusunan Hasil Penelitian					■	■
Seminar Hasil					■	■

BAB IV

GAMBARAN DAN HISTORIS LOKASI PENELITIAN

A. Historis Kabupaten Sinjai

Kabupaten Sinjai mempunyai nilai historis tersendiri, dibanding dengan kabupaten-kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan. Dahulu kabupaten sinjai terdiri dari beberapa kerajaan yang tergabung dalam federasi *Pitu Limpoe*. Tellu limpoe terdiri dari kerajaan-kerajaan yang berada dekat pesisir pantai, yakni kerajaan Tondong, Bulo-Bulo dan Lamatti, serta Pitu Limpoe, kerajaan-kerajaan yang berada di dataran tinggi yakni ; kerajaan Turunge, Manimpahoi, Terasa, Pao, Manipi, Suka dan Bala Suka.

Watak dan karakter masyarakat tercermin dari sistem pemerintahan demokrasi dan berkedaulatan rakyat. Komunikasi politik diantara kerajaan-kerajaan dibangun melalui landasan kesopanan, yakni "*Sipakatau*", yaitu saling menghormati, serta menjunjung tinggi nilai-nilai konsep "*Sirui Mendre' Tessirui No*" yaitu saling menarik keatas, pantang saling menarik kebawah, "*Mallilu Sipakainge*" yang bermakna bila saling mengingatkan.

Bila ditelusuri hubungan kerajaan-kerajaan yang ada di kabupaten sinjai pada masa lalu, maka nampak hubungan yang terjalin dengan erat oleh tali kekeluargaan, yang dalam bahasa bugis disebut "*Sijai*" artinya sama jahitannya. Eksistensi dan identitas kerajaan-kerajaan yang ada di kabupaten sinjai pada masa lalu semakin jelas dengan didirikannya benteng pada taun 1557. Benteng ini dikenal dengan nama benteng balangnipa. Sebab didirikan dibalangnipa yang sekarang menjadi ibu kota kabupaten sinjai. disamping itu , benteng ini pun

dikenal sebagai Benteng Tellulimpoe, karena didirikan secara bersama-sama oleh tiga kerajaan yakni, Lamatti, Bulo-Bulo, dan Tondong lalu dipugar oleh belanda melalui perang Mangarabombang.

Tahun 1564 adalah tahun yang amat bersejarah bagi daerah Sinjai yang diwakili oleh kerajaan Bulo-Bulo yang mendapat banyak kunjungan dari dua kerajaan besar yang sedang berperang dan merebut pengaruh. Hal ini disebabkan karena letak daerah sinjai yang berada pada lintas barat dan sangat strategis bagi kedua kerajaan yang sedang berperang tersebut mempunyai hubungan kekerabatan dengan kerajaan-kerajaan sinjai, maka Tellu Limpoe dan Pitu Limpoe berupaya untuk tidak memihak atau terlibat dalam perang tersebut, bahwa dengan penuh kecerdikan dan kearifan, raja-raja di sinjai berusaha mempertemukan pimpinan kerajaan tersebut agar berunding dan berdamai.

Pada bulan februari 1564, raja Bulo-Bulo VI *La Mappasoko Lao Manoe Tanrunna* berhasil mempertemukan antara kerajaan gowa yang diwakili oleh *I Mangerang Daeng Mammata* dan *La Tenri Rawe Bongkangnge* dari kerajaan bone, disaksikan oleh raja-raja lain, sehingga lahirlah perjanjian perdamaian yang kemudian dikenal dengan perjanjian Topekkong atau *Lamung Patue Ritopekkong*. Disebut *Lamung Patue Ripatekkong* karena perundingan ini dilaksanakan dengan upacara penanaman batu besar, bagian batu yang dikuburkan dalam-dalam dimaksudkan sebagai simbol dikuburkannya sikap-sikap keras yang merugikan pihak, sedangkan bagian batu yang timbul sebagai simbol persatuan yang tidak mudah bergeser.

Tahun 1636 orang belanda mulai datang ke daerah sinjai. kerajaan di sinjai menentang keras upaya belanda untuk memecah belah persatuan kerajaan-kerajaan yang ada disulawesi selatan. Hal ini mencapai puncaknya dengan terjadinya peristiwa pembunuhan terhadap orang-orang belanda yang mencoba membujuk kerajaan bulo-bulo untuk melakukan perang terhadap kerajaan gowa. Peristiwa ini terjadi tahun 1639. Hal ini disebabkan oleh rakyat sinjai tetap berpegang teguh pada perjanjian topekkong.

Pada masa pendudukan jepang, struktur pemerintahan dan namanya ditata sesuai dengan kebutuhan bala tentara jepang yang bermarkas di gojeng. Setelah proklamasi kemerdekaan 17 agustus 1945, para rakyat kabupaten sinjai membentuk organisasi perlawanan, seperti: sumber darah rakyat atau sudara, kris muda dan lain-lain. Tanggal 20 oktober 1959 sinjai resmi menjadi kabupaten berdasarkan undang-undang RI No. 29 tahun 1959 dan pada tanggal 27 februari 1960 abdul lathief dilantik menjadi kepala daerah tingkat II yang pertama. Hingga saat ini kabupaten sinjai sudah dinahkodai oleh 7 (tujuh) orang pemimpin terbaik dan saat ini kabupaten sinjai dipimpin oleh H. Sabirin Yahya,S.Sos.

B. Letak Geografis Kabupaten Sinjai

Kabupaten sinjai adalah salah satu dari 24 kabupaten/ kota dalam wilayah provinsi sulawesi selatan yang terletak dipantai timur bagian jazirah sulawesi selatan yang berjarak kurang lebih 223 km dari kota makassar (ibu kota sulawesi selatan). Kabupaten sinjai yang memiliki luas 819,96 km².terdiri dari sembilan kecamatan defenitif dengan jumlah desa sebanyak 67dan 13 kelurahan.

Secara geografis sinjai terletak antara $5^{\circ}2'56''$ sampai $5^{\circ}21'16''$ lintang selatan dan antara $119^{\circ} 56' 30''$ sampai $120^{\circ} 25'33''$ bujur timur. Disebelah utara berbatasan dengan kabupaten Bone, di sebelah timur teluk Bone, disebelah selatan berbatasan dengan Bulukumba dan sebelah barat dengan kabupaten Gowa.

Secara morfologi, daerah ini lebih dari 55,5% dari daerah dataran tinggi (100-500 meter dari permukaan laut). Secara klimatologi terletak pada posisi iklim musim timur dimana bulan basah jatuh antara bulan april sampai oktober dan bulan kering antara oktober sampai april.

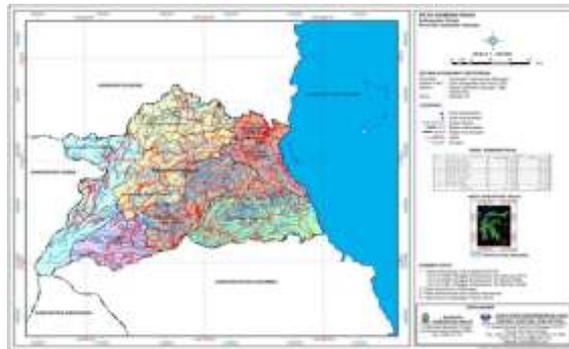
Secara administrasi, kabupaten sinjai mencakup beberapa kecamatan yakni terdiri dari 9 kecamatan, dari sembilan kecamatan tersebut terdiri dari 13 kelurahan dan 67 desa yaitu :

- a. Kecamatan sinjai utara, 6 kelurahan
- b. Kecamatan sinjai timur, 1 kelurahan dan 12 desa
- c. Kecamatan sinjai tengah, 1 kelurahan dan 10 desa
- d. Kecamatan sinjai selatan, 1 kelurahan dan 10 desa
- e. Kecamatan sinjai borong, 1 kelurahan dan 7 desa
- f. Kecamatan sinjai tellulimpoe, 1 kelurahan 10 desa
- g. Kecamatan sinjai buluppoddo, 7 desa
- h. Kecamatan pulau IX, 4 desa yang merupakan wilayah kepulauan.

Kabupaten sinjai juga tidak ketinggalan dengan potensi pariwisatanya. Terdapat beberapa objek wisata yang potensial untuk dikembangkan, diantaranya wilayah adat karampuang dengan pesta adat mappogau sihanua, wisata bahari dipulau larea-larea, pantai ujung kupang dan kawasan pulau sembilan. Ada juga

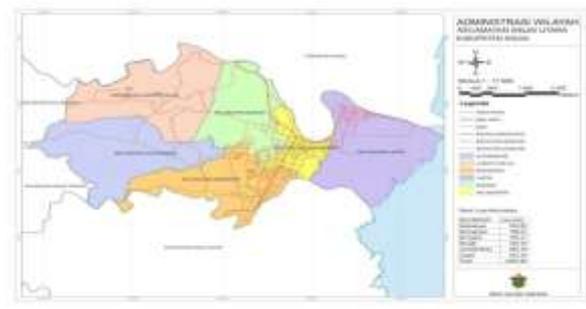
objek wisata sejarah seperti benteng balangnipa yang merupakan benteng peninggalan penjajah belanda.

Dengan potensi sumber daya yang alam yang berlimpah, memungkinkan munculnya industri-industri kecil dan industri rumah tangga. Beberapa industri yang sedang dikembangkan adalah industri gula aren, industri kerajinan bambu, industri minyak kelapa, industri pandai besi, industri pengolahan kopi, dan industri waktu senggang.



Gambar 4.1: Peta Wilayah Kabupaten Sinjai

Kecamatan sinjai utara adalah salah satu kecamatan dari sembilan kecamatan yang berada dikabupaten sinjai provinsi sulawesi selatan yang terdiri dari enam kelurahan, diantaranya, yaitu kelurahan alewanuae, kelurahan balangnipa, kelurahan lappa, kelurahan bongki, kelurahan lamatti rilau, dan kelurahan biringere.



Gambar 4.2: Peta Wilayah Kecamatan Sinjai Utara

C. Kondisi Sosial - Ekonomi Kabupaten Sinjai

Secara ekonomi, daerah ini memiliki letak strategis karena memiliki dua jalur perhubungan yaitu darat dan laut. Jalur darat menghubungkan kota-kota kabupaten atau kota provinsi yang menjadi pusat kegiatan ekonomi. Sedang jalur laut di gunakan untuk hubungan antara daerah di luar provinsi sulawesi selatan.

D. Kependudukan

Jumlah dan tingkat pertumbuhan penduduk dalam wilayah perencanaan merupakan sebuah indikator yang penting untuk diketahui. Penduduk Kabupaten Sinjai hingga tahun 2016 berjumlah 239.689 dengan laju pertumbuhan penduduk 4,40 per sen selama enam tahun terakhir, terdiri dari 115.962 jiwa penduduk laki-laki dan 127.727 Jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk kabupaten sinjai adalah 292 jiwa per km². Kecamatan sinjai utara memiliki kepadatan penduduk terbesar yaitu 1.577 jiwa per km². Dari perbandingan antara golongan umur dan jenis kelamin terlihat bahwa penduduk untuk golongan umur 05-09 tahun adalah yang paling banyak jumlahnya, baik untuk jenis kelamin perempuan maupun laki-laki.

Hal ini bisa dilihat dari tabel badan pusat statistik sinjai 2016

Desa / kelurahan	Jenis kelamin			Rasio Jenis Kelamin
	Laki-laki	Perempuan	jumlah	
Alewanuae	910	1011	1921	90
Biringere	4459	4999	9458	89
Lamati rilau	1151	1258	2409	91

Bongki	4657	5267	9924	88
Balangnipa	5467	5922	11389	92
Lappa	5781	5755	11536	100
Sinjai utara	22425	24212	16637	93

Data : Sumber Badan Pusat Statisk Sinjai

E. Agama dan Aliran Kepercayaan

Perkembangan pemeluk agama di wilayah ini tidak banyak mengalami perubahan yang berarti dan masih mengikuti laju pertumbuhan penduduk yang ada. Penduduk sebagai pemeluk agama yang terbanyak adalah Islam yaitu sebanyak 228.856 jiwa, penduduk beragama Kristen sebanyak 69 jiwa, penduduk beragama Hindu sebanyak 1 jiwa, dan beragama Budha sebanyak 6 jiwa. Berdasarkan sebaran penduduk perwilayahan pemeluk agama Islam tersebar merata di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Sinjai, sedangkan pemeluk agama Kristen hanya terdapat di Kecamatan Sinjai Utara dan Kecamatan Sinjai Barat. Sementara itu penduduk yang beraga Hindu dan Budha hanya terdapat di kecamatan Sinjai Utara, dengan jumlah yang relatif sedikit.

F. Budaya dan Adat Istiadat

Terjadinya perubahan kultur dan sosial budaya masyarakat merupakan proses transformasi global akibat tidak homogenitasnya kultur budaya pada suatu daerah. Terjadinya dinamika perkembangan perkotaan tidak lagi memandang kultur budaya dan adat istiadat sebagai hukum masyarakat (norma etika) yang berlaku, akan tetapi tergantikan oleh sifat individualistis dan kepentingan sosial

ekonomi akan menjadi dominan. Perubahan proses tersebut sulit dihindari karena dipengaruhi oleh masuknya budaya lain dan perkembangan teknologi menjadi orientasi masyarakat untuk mengaktualisasikan diri. Perubahan karakter dan kultur budaya sebagai ciri khas suatu komunitas tidak perlu terjadi, jika masyarakat memegang teguh dan menjunjung tinggi nilai budaya yang secara turun-temurun dianutnya. Salah satu kekuatan masyarakat di Kabupaten Sinjai adalah pembauran nilai religius keagamaan dalam suatu kebudayaan yang masih melekat hingga kini.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah komunitas masyarakat di Kabupaten Sinjai sebagian besar masyarakat asli masih dalam satu ikatan rumpun keluarga, sehingga konflik sosial tidak menjadi pemisah, tetapi dapat terselesaikan secara kebersamaan dan kekeluargaan. Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh gambaran tentang terjadinya pembauran suku dan kultur di Kabupaten Sinjai, yang secara umum dipengaruhi oleh etnis suku Bugis dengan bahasa sehari-hari yang digunakan adalah bahasa Bugis, namun disisi lain terdapat beberapa desa yang menggunakan bahasa sehari-hari yaitu Konjo.

BAB V
EKSISTENSI PEDAGANG KAKI LIMA MENDORONG BUDAYA
KONSUMTIF DILAPANGAN SINJAI BERSATU

Perilaku konsumtif masyarakat kota sangat beraneka ragam terutama dalam hal kebendaan. kegiatan konsumsi ini bisa berupa berbelanja, *shooping*, mengisi waktu luang, dll. Berbelanja sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Dapat diumpamakan seseorang membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Membeli barang mewah dan bermerk, memakai kendaraan kesekolah, dan pergi ketempat-tempat mewah untuk bersenang-senang (diskotik, restoran, kafe dan tempat-tempat lainnya).

Kawasan yang dijadikan sebagai tempat konsumsi masyarakat sinjai adalah lapangan sinjai bersatu. Letaknya berada dipusat kota yaitu dijalan tondong kelurahan biringere kecamatan sinjai utara kabupaten sinjai. Kawasan ini sering dikunjungi oleh masyarakat sinjai yang ingin berbelanja atau sekedar mengisi waktu luangnya, Mulai dari kalangan atas sampai kebawah. yang menonjol dari kawasan ini adalah keberadaan pedagang kaki lima (PKL).

PKL banyak dijumpai pada ruang-ruang fungsional kota. Secara sosiologis, PKL merupakan entitas sosial yang didalamnya terdapat pengelompokan menurut karakteristik tertentu seperti suku, etnik, bahasa, adat istiadat, asal daerah, jenis kegiatan, dan juga agama. Entitas ini memiliki aktivitas yang sama yakni berdagang pada tempat-tempat yang tidak semestinya dalam tata letak kota untuk melakukan aktivitas sosial dan ekonomi.

Aktifitas pedagang kaki lima diruang publik kota misalnya secara tidak langsung mengkonstruksi ruang sosio temporal yang mampu memberi warna tersendiri bagi aktifitas di kota. Aktifitas mereka menyediakan ruang sosial bagi masyarakat yang tak tersegmentasi, sehingga kehadirannya selalu dibutuhkan. disisi lain, keberadaan pedagang kaki lima dengan kesemrawutan tampilannya dinilai membawa masalah dan merusak citra keindahan serta kebersihan kota, akan tetapi jika dikembangkan PKL dapat menarik pengunjung, membuat kawasan menjadi lebih hidup, nyaman, bahkan menjadi tonggak penting dimana infiltrasi budaya konsumtif mulai disuntikan kedalam masyarakat. Hal ini diungkapkan oleh Sabri (30 tahun) :

“Penasaran ka’ pas itu waktu na panggilka temanku pergi *ngopi* disini, jadi kesini ma’ sama temanku, Baruka dua kali juga kesini. kalo kuliatki toh tempatnya bagus, tidak seperti dilappa, di lappa rawan (wawancara 15 agustus 2017).”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan pkl sering dianggap sebagai pemicu kejahatan, merusak keindahan kawasan yng mereka tempati. Namun disisi lain informan mengakui bahwa kehadiran pedagang kaki lima di lapangan sinjai bersatu telah mendorong untuk berperilaku konsumtif.

Fenomena yang terlihat di lapangan sinjai bersatu saat ini sangat diwarnai dengan aktifitas konsumsi. Bagi masyarakat, aktifitas konsumsi di pedagang kaki lima ini adalah sebuah bentuk dari kebebasan baru dan kesempatan untuk kegemaran mereka. Sedangkan bagi pedagang, aktifitas tersebut merupakan keuntungan bagi mereka. Maka tak jarang jika mulai banyak bermunculan pedagang dilapangan sinjai bersatu.

Munculnya pedagang kaki lima dianggap meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat sinjai. Hal inilah yang diungkapkan oleh Ismail (24 tahun):

“Kalau dilihat dari tradisi-tradisi sebelumnya perilaku konsumsi memang semakin meningkat dengan adanya pedagang kaki lima. (wawancara tanggal 15 agustus 2017).”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kehadiran pedagang kaki lima telah mendorong masyarakat berperilaku konsumtif. Bahkan perilaku konsumtif yang dilakukan informan semakin meningkat.

Apa yang terjadi tersebut sebagai penanda awal budaya konsumen. Keberadaan pkl telah menjadi dasar kokoh bagi berkembangnya budaya konsumen. Hal ini diungkapkan oleh David Chaney :

“Era baru budaya konsumen ditandai dan dilembagakan dengan lahirnya pusat-pusat perbelanjaan. Istana yang berlimpah barang ini menawarkan kebebasan baru dan kesempatan untuk kegemaran.

Pedagang kaki lima telah mengambil peran penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat sinjai. dalam beberapa tahun terakhir, masyarakat sinjai sudah akrab dengan pedagang kaki lima. Sejumlah pedagang mulai bermunculan. Fenomena ini ditanggapi dengan berbagai aktifitas masyarakat didalamnya. masyarakat yang datang berasal dari berbagai kalangan dan kelas sosial. perilaku masyarakat yang beragam ini bisa ditarik dalam satu kesimpulan yakni perilaku konsumtif. Ungkapan ini dibenarkan oleh Annizar (28 tahun), dan Arham (27 tahun):

“Kalau saya kesini paling pergija’ jalan-jalan, Pergija lepas kepenatan setelah seharian kerja. Itupun tidak setiap hari. Paling 2 atau 3 kali dalam seminggu (wawancara 15 agustus 2017)”.

“Sekedar silaturahmi sama teman-teman, diskusi, dan minum kopi. (wawancara 15 agustus 2017)”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktifitas atau perilaku informan ketika berada dilapangan sinjai bersatu berupa jalan-jalan, mengisi waktu luang, *nongkrong* bersama teman dan kerabat tidak lain adalah untuk konsumsi.

Konsumsi sekarang sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kebudayaan sehari-hari masyarakat sinjai. mereka mengkonsumsi lebih dari apa yang seharusnya dikonsumsi (konsumtif). Bahkan untuk menggelutinya mereka datang pusat-pusat konsumsi seperti yang terjadi di lapangan sinjai bersatu.

Sebelum adanya pedagang kaki lima dilapangan sinjai bersatu, terlihat ada kecenderungan yang positif dalam hal melakukan aktifitas-aktifitas yang produktif dan tidak terlalu konsumtif. Keperpustakaan misalnya menjadi aktifitas yang jamak dilakukan oleh sebagian masyarakat. kepantai untuk menikmati keindahan pantai, berkumpul dengan teman-teman sebaya. Bagi ibu-ibu, memasak dan menghidangkan makanan untuk keluarganya. Aktifitas seperti diatas merupakan hal yang tidak begitu konsumtif jika dibandingkan dengan pasca keberadaan PKL dimana belanja menjadi pusran kegiatannya. Hal ini dibenarkan oleh Anis (23 tahun) dan Ratna (26 tahun):

“ Setelah adanya pkl, Yang dulunya banyak pemuda yang nongkrong diperpustakaan dan dipinggir jalan kemudian beralih aktifitas ketempat tongkrongan baru yang itu tidak gratis (wawancara 16 agustus 2017).”

“Saya rasa hadirnya pedagang kaki lima ini memberi peluang bagi ibu-ibu yang masak dirumah langsung saja membeli kepada pedagang kaki lima. (wawancara 16 agustus 2017).”

Adapun maksud dari wawancara ini terlihat adanya perubahan dalam hal konsumsi masyarakat sinjai. Jika digambarkan dia merupakan sekelompok orang yang pindah dari dari satu lingkungan budaya ke lingkungan budaya lain. Perubahan praktik-praktik kebudayaan ini terkait dengan kuasa koloni didaerahnya masing-masing.

Dari temuan yang sempat peneliti dapatkan dilapangan bahwa alasan informan memilih PKL lapangan sinjai sebagai tempat konsumsi karena PKL dianggap mampu memberi kenyamanan bagi pengunjung. Kenyamanan ini terasa saat berada dilapangan sinjai bersatu. Selain itu PKL menawarkan harga murah yang bisa dijangkau oleh semua kalangan. Hal ini diungkapkan oleh Arif (46 tahun) :

“Tempatnya nyaman, baru harga yang ditawarkan terjangkau untuk semua kalangan. Biasanya kalau saya kesini selalu bersama keluarga, sekedar refresing sambil menikmati suasana malam bersama keluarga“
(wawancara 16 agustus 2017)

Selain alasan yang memperlihatkan keterpesonaan ada juga yang mengambil manfaat dari keberadaan pedagang kaki lima. Nampaknya sebagian pengunjung melihat PKL sudah menjadi realitas dalam kehidupan sehari-harinya. Walaupun ditengah stigma sebagian pakar tentang aspek negatif yang dibawah PKL berupa kemacetan, kotor serta budaya konsumtif. Sebagian pengunjung ini memanfaatkan keberadaan PKL untuk aspek-aspek yang positif. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Uni (21 tahun):

“Saya senang kesini jika ada tugas dari kampus karena disini ada internetnya kak. selain nyaman, dan juga ramai (wawancara 17 agustus 2017).

Bila dijelaskan lebih jauh sejumlah alasan informan ini bisa dilihat ada perjumpaan sejumlah motif. Tetapi pada intinya bisa dikemukakan dalam beberapa aspek. Pertama, keterepesonaan, baik itu keterpesonaan karena memanfaatkan untuk konsumsi, keterpesonaan karena keramaian, kenyamanan, kedua, memanfaatkannya untuk hal-hal yang produktif seperti diskusi, dan juga kerja tugas. Namun terlepas dari kedua aspek tersebut keberadaan Pkl telah menjadi bagian dari perubahan aktifitas masyarakat sinjai. Pkl dalam hal ini memfasilitasi perubahan praktek konsumsi dan menjadi sarana hidup bagi masyarakat sinjai.

BAB VI
BENTUK-BENTUK BUDAYA KONSUMTIF TERHADAP PEDAGANG
KAKI LIMA

Budaya didalam masyarakat sangat beraneka ragam. wujud dari kebudayaan ini bisa dilihat dari aktifitas/ kegiatannya. Salah satu budaya yang dimaksud adalah budaya konsumtif. Budaya konsumtif ini tidak dipahami hanya sebatas makanan dan minuman saja, akan tetapi mencakup pada hubungan yang lebih luas. Misalnya jalan-jalan, dan mengunjungi tempat-tempat perbelanjaan. selain itu, budaya konsumtif juga dapat dipahami sebagai perilaku masyarakat yang borientasi kepada keinginan daripada kebutuhan.

Budaya konsumtif tidak lahir begitu saja melainkan disebabkan oleh tuntutan zaman yang semakin maju. perubahan ini mau tidak mau harus diterima dalam masyarakat karena Mereka menganggap bahwa seseorang yang masih menggunakan sepeda sedangkan orang lain menggunakan motor dianggap ketinggalan zaman dibandingkan dengan orang yang menggunakan motor. Selain itu, menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan menjadi faktor yang mendorong perubahan dalam budaya masyarakat. Hal inilah yang mendorong masyarakat berperilaku konsumtif.

Seperti yang terlihat pada masyarakat sinjai. budaya konsumtif sudah menjadi bagian dari masyarakat sinjai. jalan-jalan, berkumpul bersama sanak saudara dan kerabat serta mengunjungi wahana-wahana konsumsi seperti cafe, dan warkop merupakan bentuk dari budaya konsumtif masyarakat sinjai. Artinya masyarakat sinjai sudah tergiring kedalam aktifitas konsumsi. Padahal kalau

dilihat sebelumnya, kebanyakan masyarakat sinjai lebih memilih beraktifitas yang tidak terlalu menghabiskan uang banyak (gratis) seperti berolahraga, dan sosialisasi ditempat publik tanpa dipungut biaya. Serta berkumpul bersama keluarga dan kerabat.

Namun untuk lebih jelasnya bagaimana bentuk budaya konsumtif masyarakat sinjai terhadap pedagang kaki lima bisa dilihat dari perilaku konsumtifnya :

1. Berbelanja

Sebagaimana telah ditunjukkan oleh informan bahwa semua aktifitas informan yang ditemui sudah beralih keaktifitas konsumtif. Aktifitas ini menunjukkan fasenya tersendiri dalam perkembangan aktifitas konsumsinya, yakni lahirnya sebuah masyarakat yang konsumer. Kelahiran ini memiliki konsekuensi pada berkembangnya semua aktifitas masyarakat kearah aktifitas belanja.

Di sinjai misalnya, aktifitas berbelanja menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. bila ditelusuri lebih jauh para pengunjung pergi berbelanja pada pedagang kaki lima sudah menjadi kebiasaan. Hal ini dibenarkan salah satu informan yang diwawancarai yaitu Arham (27 tahun):

“Saya sering kesini, biasanya saya kalau sendiri suka membeli minuman seperti kopi atau teh susu. Jika sama temanku terkadang belika’ makanan dan minuman. (wawancara 15 agustus 2016).

Maksud dari informan ini bahwa berbelanja sudah menjadi aktifitas masyarakat pada pedagang kaki lima dilapangan sinjai bersatu. biasanya yang mereka beli adalah makanan dan minuman.

Selain itu, alasan informan berbelanja dipedagang kaki lima seperti yang diungkapkan oleh Ismail (24 tahun)

Saya sering kesini karena harga makanan dan minuman terjangkau dan relatif murah, terus karena ramai dan tempat yang strategis dan cukup memuaskan pelayannya dan saya sering mengkonsumsi (membeli) minuman dingin. (Wawancara, 15 agustus 2017)

Maksud wawancara ini menunjukkan bahwa alasan masyarakat berbelanja pada pedagang kaki lima dikarenakan oleh harga yang murah dan bisa dijangkau oleh semua kalangan ekonomi menengah kebawah. Serta tempatnya yang strategis dan pelayanan yang memuaskan

2. Makan

Makan pada pedagang kaki lima sudah menjadi kebiasaan/aktifitas konsumtif sebagian masyarakat sinjai ketika berada dilapangan sinjai. pemandangan ini mudah dilihat di warung milik pedagang kaki lima. Sebagaimana ekspresi masyarakat konsumsi, makan yang dipahami oleh pengunjung bukanlah kegiatan memasukan makanan ke mulut untuk menambah asupan energi dan gizi, tetapi lebih dari itu makan lebih dimaknai sebagai pilihan gaya hidup.

Contoh yang paling nyata terlihat pada salah satu kafe yang berada dilapangan sinjai bersatu milik pedagang kaki lima. Kafe-kafe ini dikunjungi bukan hanya lapar dan butuh makan tapi kafe ini dengan simbol yang dilekatkan padanya telah menjelma sebagai orang kota Yang akrab dengan kehidupan kosmopolitan dan global. sehingga makan dicafe milik pedagang kaki lima dianggap sebagai orang kota.

Gaya hidup ini bisa ditemukan dalam sejumlah pengakuan informan yang berada dilapangan sinjai bersatu yang menjadi makan sebagai kegiatan konsumtif.

Menurut pengakuan informan yaitu Arif (46 Tahun) :

“Ya seperti yang anda lihat makan, minum, dan juga berkumpul sama teman-teman sambil menikmati suasana malam. (wawancara 16 agustus 2017)”.

Dari ungkapan tersebut bahwa makan dan minum sudah menjadi aktifitas yang hampir secara rutin dilakukan oleh masyarakat sinjai pada pedagang kaki lima. Ini menunjukkan bahwa makan sudah menjelma menjadi sebuah gaya hidup dilapangan sinjai bersatu yang mesti dilakukan setiap kali berkunjung dilapangan sinjai bersatu

Aktifitas konsumsi dilapangan sinjai bersatu nampaknya sudah berubah menjadi gaya hidup dan ekspresi makan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Konsumsi yang dilakukan bukan karena kebutuhan biologis tetapi lebih dari itu menjadi gaya hidup dalam semesta tanda –tanda masyarakat konsumsi yang berbiaya tinggi. Bahkan untuk makan mereka lebih memilih lapangan sinjai bersatu yang tentu jika menilai harganya, selalu lebih tinggi bila makan dirumah. Tetapi karena ini sudah menyangkut selera dan pemenuhan gaya hidup maka seolah-olah tidak jadi masalah.

3. Suka berkumpul

Suka berkumpul merupakan aktifitas lain masyarakat sinjai ketika berada dilapangan sinjai bersatu selain berbelanja dan makan. hal ini diungkapkan oleh pengakuan Ikhwan (25 tahun):

“Saya suka ketempat ini (lapangan sinjai bersatu), biasanya sama teman-teman kampus. Nongkrong (berkumpul) disini memang asyik, soalnya suasananya ramai terus jadi betah dan desain ruangnya pun menarik. (Wawancara, 15 agustus 2017)”.

Adapun pendapat lain yang diungkapkan oleh informan Annisar (28 tahun):

“Saya lebih suka nongkrong disini dibanding ditempat lain karena harga jenis makanan atau produk lainnya relatif murah dan tempatnya juga sangat bagus dan strategis. (wawancara 15 agustus 2017)

Menurut pengakuan informan pertama bahwa alasan mereka suka berkumpul karena tempatnya nyaman dan ramai serta ruangan menarik. Sedangkan menurut informan kedua bahwa alasan mereka suka nongkrong karena makanan dan minuman murah dan tempatnya mudah dijangkau.

Aktifitas suka berkumpul seperti yang dilakukan oleh informan diatas merupakan salah satu perilaku konsumtif yang sudah melekat dalam budaya masyarakat sinjai. Apalagi masyarakat sinjai memang memiliki kehidupan sosial yang kuat. Maka tak heran, jika arena-arena berkumpul seperti kafe, dan warung kopi marak subur dikabupaten sinjai khususnya pada pedagang kaki lima.

BAB VII

BUDAYA KONSUMTIF MASYARAKAT SINJAI

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Taylor mengungkapkan kebudayaan adalah suatu kompleksitas yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat, dan setiap kemampuan serta kebiasaan manusia sebagai warga masyarakat. Kompleksitas masalah kebudayaan ini betaut satu sama lain, yang selanjutnya menjadi mata rantai. Hal ini juga ditemukan dalam agenda pemilik modal berupa penguasaan sosialisasi praktek-praktek hidup, dan sosialisasi nilai-nilai juga telah membaaur kedalam sistem kebudayaan masyarakat. Hal ini berdampak pada stuktur dan formasi kultural masyarakat.

Dampak dari perubahan kebudayaan ini tidaklah sepele, sebagaimana kata Budiarto Kusumo Hamidjoyo dalam menggambarkan dampak perubahan kebudayaan itu pada aspek pengenalan apa yang tadinya tidak dikenal menjadi bagian dari pola hidup yang nyata. Jika digambarkan sekelompok orang yang pindah dari satu lingkungan budaya kelingkungan budaya yang lain, mengalami proses sosial budaya yang dapat mempengaruhi mode adaptasi dan pembentukan identitasnya begitu juga sebaliknya, masyarakat yang menerima kedatangan sesuatu yang baru. Dalam kajian poskolonial, perubahan praktik-praktik kebudayaan ini terkait dengan kuasa pemilik modal (PKL) didaerahnya masing-masing. pemilik modal (PKL) membentuk dan mentransformasikan nilai yang dibawa kemasyarakat agar mudah dikontrol, dikuasai, dan juga diterima didalam masyarakat.

Fenomena yang menonjol dalam masyarakat sinjai saat ini adalah berkembangnya budaya konsumsi yang ditandai dengan berkembangnya gaya hidup. Berbagai gaya hidup yang terlahir dari kegiatan konsumsi semakin beragam pada masyarakat sinjai. Berbelanja, berkumpul bersama keluarga dan kerabat serta mengunjungi tempat-tempat konsumsi seperti cafe dan warung kopi adalah beberapa contoh gaya hidup yang nampak menonjol saat ini. Semua aktifitas tersebut adalah perwujudan dari hingar bingar konsumsi.

Parahnya lagi, konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat sinjai bukan lagi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hidup. Akan tetapi, sebagai pemenuhan hasrat dan keinginan. Untuk makan saja harus dilakukan di pusat-pusat perbelanjaan, yang tentu jika dilihat harganya, selalu lebih mahal dibandingkan makan di rumah. Hal ini dapat dilihat dari perilaku konsumsi masyarakat sinjai dilapangan sinjai bersatu. Semenjak dijadikan sebagai kawasan kuliner, tempat ini tidak pernah sepi dari pengunjung mulai dari kalangan ekonomi menengah sampai kebawah. Tujuan mereka beraneka ragam. mulai dari berkumpul bersama keluarga dan kerabat, jalan-jalan, serta berbelanja. namun, kegiatan ini tidak lain adalah untuk konsumsi.

Secara tradisional, konsumsi merupakan proses materi yang berakar pada kebutuhan biologis manusia. Namun konsumsi juga dianggap sebagai proses ideal yang berakar dalam simbol-simbol, tanda-tanda dan kode-kode yang berhubungan dengan nilai moral. Herbert Marcuse dalam *One Dimensional Man* mengemukakan bahwa:

”Kita dapat membedakan kebutuhan yang benar (true) dan yang semu (false). Semu adalah segala yang dipaksakan pada individu oleh kepentingan-kepentingan sosial tertentu dalam penindasannya: kebutuhan yang melanggengkan kerja, agrisivitas, penderitaan dan ketidakadilan.. kebanyakan kebutuhan yang ada untuk membantu orang bersantai, bersenang-senang, menyukai dan membenci apa yang disukai dan dibenci orang lain, masuk dalam kategori kebutuhan semu.”

Dalam masyarakat konsumsi, Orang-orang mengenali diri mereka di dalam komoditas mereka; mereka menemukan jiwa mereka dalam mobil, perangkat *hi-fi*, rumah mewah, kafe, makanan dan sebagainya. Mekanisme itu sendiri yang mengikat individu pada masyarakatnya, telah berubah dan kontrol sosial dilabuhkan pada kebutuhan-kebutuhan baru yang telah dihasilkan. Jadi, menurut Marcuse adanya iklan merupakan dorongan akan kebutuhan palsu”.

Jika dilihat, Sebelum adanya pedagang kaki lima dilapangan sinjai bersatu, terlihat ada kecendrungan yang positif dalam hal melakukan aktifitas-aktifitas yang produktif dan tidak terlalu konsumtif. Keperpustakaan misalnya menjadi aktifitas yang jamak dilakukan oleh sebagian masyarakat. kepantai untuk menikmati keindahan pantai, berkumpul dengan teman-teman sebaya. Bagi ibu-ibu, memasak dan menghidangkan makanan merupakan tradisi yang wajib dilakukan olehnya. Aktifitas seperti diatas merupakan hal yang tidak begitu konsumtif jika dibandingkan dengan pasca keberadaan PKL dimana belanja menjadi pusran kegiatannya.

Setelah munculnya pedagang kaki lima hampir semua aktifitas masyarakat mengalami perubahan. Hal ini terlihat jelas dari budayanya. Ibu-ibu yang suka

memasak untuk keluarganya beralih membeli makanan dipedagang kaki lima, pemuda yang dulunya suka berkumpul tapi berkumpul yang tidak perlu mengeluarkan biaya beralih ketongkrongan yang tidak gratis. Akan tetapi ada juga masyarakat sinjai yang mengambil manfaat dari keberadaan pedagang kaki lima. Mahasiswa misalnya, semenjak keberadaan pkl apalagi dengan fasilitas-fasilitas internet yang tersedia memberi kemudahan bagi mahasiswa untuk mencari informasi.

Perubahan ini tidak lantas terjadi jika pemerintah dan pemilik modal dalam hal ini pedagang kaki lima tidak menciptakan ruang konsumsi bagi masyarakatnya. Karena yang mendesain arah perubahan masyarakat kota atau kesadaran konsumsi masyarakat adalah pemerintah dan pemilik modal. Keadaan ini beriringan dengan dikorbankannya ruang publik dan fasilitas publik seperti yang terjadi di lapangan sinjai bersatu. Padahal lapangan ini adalah ruang publik dimana masyarakat melakukan aktifitas olahraga, sosialisasi bahkan dijadikan sebagai tempat perkemahan 17 agustus, pameran hari jadi sinjai, dan kegiatan-kegiatan lainnya.

Inilah gambaran umum masyarakat sinjai dimana mereka telah tergiring kedalam perilaku konsumtif. Bahkan untuk memenuhi hal tersebut maka didirikanlah pusat-pusat perbelanjaan. Sehingga ruang-ruang publik yang menjadi bagian dari masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-harinya dikorbankan demi kepentingan meraup keuntungan.

BAB VIII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Adanya PKL dilapangan sinjai bersatu, aktifitas masyarakat sinjai mengalami perubahan. Semua mengarah pada aktifitas konsumtif mulai dari berbelanja, jalan-jalan, nonton, serta berkumpul bersama keluarga dan kerabat. Selain itu mereka juga mampu memberikan kenyamanan bagi masyarakat yang ingin menikmati suasana malam dilapangan sinjai bersatu dengan menyediakan pelayanan seperti hiburan dan internet. serta harga barang yang ditawarkan juga bervariasi dan bisa dijangkau oleh semua kalangan ekonomi atas sampai bawah.
2. Perilaku konsumtif masyarakat sinjai pada pedagang kaki lima:
 - Berbelanja
Sebagaimana telah diperlihatkan bahwa aktifitas masyarakat sinjai sudah beralih keaktifitas konsumtif. Aktifitas ini menunjukkan fasenya sendiri dalam perkembangan aktifitas konsumsinya, yakni lahirnya sebuah masyarakat konsumsi. Kelahiran ini memiliki dampak pada berkembangnya aktifitas masyarakat kearah aktifitas belanja.
 - Makan
Makan di kafe milik pedagang kaki lima sudah menjadi kebiasaan/aktifitas sebagian masyarakat sinjai. Pemandangan ini dapat dilihat dilapangan sinjai bersatu. sebagaimana perilaku konsumsi

masyarakat, makan bukanlah pekerjaan sebagaimana makna tradisionalnya, yaitu aktifitas memasukan makanan ke mulut untuk menambah asupan energi dan gizi, tetapi lebih dari itu yaitu makan lebih dimaknai sebagai pilihan gaya hidup

- Suka berkumpul

Aktifitas suka berkumpul “nongkrong” seperti yang dilakukan oleh informan diatas merupakan salah satu perilaku konsumtif yang sudah melekat dalam budaya masyarakat sinjai. Apalagi masyarakat sinjai memang memiliki kehidupan sosial yang kuat. Maka tak heran, jika arena-arena berkumpul seperti kafe, dan warung kopi marak subur dikabupaten sinjai.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi masyarakat hendaklah mempertimbangkan apa yang hendak kita konsumsi, landasi dengan pemikiran yang rasional, serta landasi dengan keinginan bahwa yang benar benar kita konsumsi adalah kebutuhan.
2. Kepada peneliti berikutnya, yang akan mengkaji rumusan yang serupa diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengkaji lebih dalam lagi tentang budaya konsumtif masyarakat sinjai (study kasus pedagang kaki lima lapangan sinjai bersatu).

DAFTAR PUSTAKA

- An-nat, B. (1993). *Implementasi Kebijakan Penanganan PKL : Studi Kasus di Yogyakarta dan DKI – Jakarta*. Beberapa koleksi hasil penelitian program Pascasarjana Magister Administrasi Publik, UGM
- Basu Swastha dan Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPEE.
- Baudrillard, Jean P. diterjemahkan oleh Wahyunto. (2004) *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Depdiknas. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, J.F., Blackwell, Miniard. (1995) . *Consumer Behavior*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Featherstone, Mike. (2008). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gumulya, J. & Widiastuti, M. (2013). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Skripsi
- Halimsyah, Ilham (2005). *Makassar Nol Kilometer*, Makassar: Inninawa
- John Storey. (2006). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi. (1991). *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Piotr (1993 : 65) *Ganda Dan Saling Berkaitan*
- Piliang, Yasraf A. (2004)., *Dunia Yang Di Lipat : Bertamasya Melampaui Kebudayaan*, Bandung; Matahari
- Raymond Tambunan. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Diakses dari <http://www.e-psikologi.com/epsi/search.asp>
- Ridha, M. (2012). *Sosiologi Waktu Senggang: Eksploitasi Dan Komodifikasi Perempuan Di Mall*. Yogyakarta: Resistbook
- Retno Widjajanti, (2009), *Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima Pada Kawasan Komersial Di Pusat Kota, Studi Kasus: Simpang Lima*,

Semarang, *TEKNIK – Vol. 30 No. 3 Tahun 2009, ISSN 0852-1697*

Sugiyono ,*Spradley (2013) Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif Dan R&D. Bandung ;Alfabeta*

Tobar.M (2016) *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pasca Keberadaan Balai Sidang Unismuh Makassar, Skripsi; Makassar*

Tiurma Yustisi Sari. (2009). Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri. *Skripsi SI. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.*

Wahyudi (2013) *perilaku konsumtif remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza..E Jurnal Sosiologi*

Wawancara 15 agustus 2017

Wawancara 15 agustus 2017

Wawancara, 16 agustus 2017

Wawancara 16 agustus 2017

LAMPIRAN

- 1.HASIL DOKUMENTASI
- 2.ADMINISTRASI PENELITIAN
- 3.PEDOMAN WAWANCARA

Lampiran

HASIL DOKUMENTASI



Gambar 1 : suasana lapangan sinjai



Gambar 2 : wawancara dengan informan 15 agustus 2017



Gambar 3 : wawancara 15 agustus 2017



Gambar 4 : suasana tanggal 16 agustus dilapangan sinjai bersatu



Gambar 5 : wawancara tanggal 6 agustus 2017



Gambar 6 : wawancara 15 agustus 2017

RIWAYAT HIDUP



A.FAJRUL HAQ, lahir di sinjai pada tanggal 15 agustus 1992. Anak pertama dari A. Makmur dan Binti Uswah. Menempuh pendidikan formalnya di SD Negeri 2 kabupaten sinjai (Lulus 2004). kemudian MTS Muhammadiyah sinjai (lulus 2008), MAN 1 sinjai utara (lulus 2011). Dan masuk kuliah (S-1) di universitas muhammadiyah makassar pada tahun 2012.

Selama kuliah, penulis aktif dalam kegiatan-kegiatan kemahasiswaan dan bergelut dalam organisasi kedaerahan. Namun, dalam rangka memenuhi tanggung jawab dikampus Maka pada tahun 2017, mulai menyusun skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Masyarakat Sinjai (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Lapangan Sinjai Bersatu).