



PERILAKU KONSUMTIF PADA MASYARAKAT PESISIR DI DESA SONI KECAMATAN DAMPAL SELATAN

Reskiana, Citra Dewi, Yulianti Bakari

¹Afiliasi 1; reskiana949@gmail.com

²Afiliasi 2; citrasultancd6@gmail.com

³Afiliasi 3; yuyunyulianti6245@gmail.com

Abstrak

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang semakin banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat saat ini. Kebiasaan dan gaya hidup modern dengan cepat berubah menuju kemewahan dan kesenangan berlebihan dalam waktu singkat. Misalnya, dalam hal penampilan, yang sering kali mendorong seseorang untuk bersikap konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung membutuhkan pengeluaran yang lebih besar karena fokusnya tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi tuntutan gaya hidup dan keinginan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk perilaku konsumtif serta mengapa masyarakat pesisir berperilaku konsumtif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan tujuan dapat menggambarkan perilaku konsumtif pada Masyarakat Pesisir di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap 5 informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk perilaku konsumtif pada masyarakat pesisir Desa Soni, Kecamatan Dampal Selatan, dapat dilihat dari kebiasaan mereka dalam membelanjakan uangnya dalam membeli barang-barang seperti pakaian, tas, dan perabotan rumah tangga. Tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan primer, tetapi juga untuk membentuk identitas dan mengikuti tren. Faktor yang mempengaruhi masyarakat pesisir berperilaku konsumtif diantaranya berupa pengaruh lingkungan sosial, faktor budaya, pengaruh media sosial dan teknologi.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif; Gaya Hidup; Masyarakat Pesisir

Pendahuluan

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang semakin banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat saat ini. Kebiasaan dan gaya hidup modern dengan cepat berubah menuju kemewahan dan kesenangan berlebihan dalam waktu singkat. Misalnya, dalam hal penampilan, yang sering kali mendorong seseorang untuk bersikap konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung membutuhkan pengeluaran yang lebih besar karena fokusnya tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk memenuhi tuntutan gaya hidup dan keinginan.

Melihat pola konsumsi saat ini, terlihat bahwa sifat konsumtif umumnya memengaruhi remaja hingga dewasa karena mereka cenderung labil dan belum terbiasa membatasi diri. Namun, tidak mengecualikan kemungkinan orang dewasa memiliki sifat konsumtif, terutama karena takut ketinggalan tren atau mengalami FOMO (fear of missing out). Akibatnya, banyak dari mereka yang hanya mengikuti trend tanpa menyadari bahwa hal ini telah membuat mereka menjadi masyarakat yang konsumtif.

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Setiaji (1995) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar

untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi itu sendiri meliputi pedidikan, kesehatan, dan keperluan sehari-hari demi mencapai kesenangan yang bersifat kemewah-mewahan atau gaya hidup mewah.

Menurut Kotler dan Amstrong (1994) bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat, dan opininya dalam berinteraksi di lingkungan di sekitarnya. Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli (Yuniarti, 2015).

Penelitian relevan tentang perilaku konsumtif pernah dilakukan oleh Aries Dwisutrisno (2015) bahwa perilaku konsumtif di komunitas nelayan buruh Pulau Pasaran ketika memenuhi suatu kebutuhan utama (primer) maupun kebutuhan sekudernya sangat tinggi, seperti misalnya penghasilan mereka dihabiskan untuk mengkonsumsi makanan, membeli baju, dan peralatan dengan jumlah yang besar. Pemenuhan keinginan secara berlebih maupun ketika mengkonsumsi alat elektronika, membeli sebuah motor, ataupun alat rumah tangga dengan masif yang menghabiskan uang dengan jumlah besar guna memenuhi kebutuhan masyarakat pesisir.

Masyarakat pesisir adalah sekelompok masyarakat yang bertempat tinggal di daerah pesisir, dengan mata pencaharian mayoritas sebagai nelayan. Karakteristik masyarakat pesisir pada umumnya adalah keras dan bersifat terbuka. Dalam UU No. 27 Tahun 2007, menjelaskan bahwa masyarakat pesisir merupakan suatu kelompok masyarakat adat atau masyarakat lokal yang bermukim atau tinggal di wilayah pesisir dan memiliki adat atau cara tersendiri dalam mengelola lingkungannya secara turun temurun.

Sama halnya dengan masyarakat pesisir di Desa Soni, mereka memiliki perilaku konsumtif yang tidak lepas dari segala aspek lingkungan sosial dan budayanya. Perilaku konsumtif sudah menjadi hal yang biasa di kalangan masyarakat, awalnya perilaku konsumtif masyarakat pesisir tidak terlalu signifikan karena terbatasnya akses terhadap berbagai barang di Desa Soni. Namun, sejak tren mode pakaian mulai memuncak melalui online shop membuat pola konsumsi masyarakat semakin meningkat. Masyarakat sudah mulai menunjukkan kecenderungan untuk membeli barang-barang secara masif demi mengikuti tren terkini. Mereka terpengaruh media sosial, hingga mulai mengikuti setiap perkembangan yang ada terlebih khusus dalam membeli barang-barang untuk menunjang penampilan dan gaya hidup.

Perilaku konsumtif di Desa Soni mulai timbul dan berkembang karena adanya media sosial yang mendukung perilaku konsumtif. Hal ini membuat masyarakat bahkan seorang ibu rumah tangga mengabaikan kebutuhan pokok yang harusnya dipenuhi terlebih dahulu. Sejak tahun 2019, masyarakat di Desa Soni sudah mulai membuka berbagai usaha seperti toko, kafe, warkop, online shop, booth makanan, dan minuman. Hal ini dipengaruhi karena adanya media sosial, banyak dari mereka kini melakukan pembelian barang dan mengikuti tren fashion melalui berbagai platform online seperti Shopee, TikTok Shop, Lazada, serta toko-toko luar daerah. Masyarakat pesisir di Desa Soni kerap berbelanja secara masif seperti alat-alat rumah tangga, pakaian, dan tas. Mereka seringkali membeli barang-barang tersebut dalam jumlah besar dikarenakan adanya model terbaru, harga promo, ingin mengikuti trend, membeli barang karena menjaga penampilan diri dan gengsi, bahkan mereka mengoleksi barang-barang tersebut. Selebihnya mereka mempergunakan hasil pendapatan mereka untuk membeli kebutuhan sekunder yang mereka inginkan agar tetap update dengan perkembangan zaman saat ini. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut sebagian masyarakat meminjam uang ke Bank, teman dan tetangga mereka demi membeli barang baru dan mewah untuk mengikuti gaya hidup.

Metode

Penelitian yang di gunakan yaitu Penelitian kualitatif deskriptif, jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena atau kejadian dalam konteks alamiahnya. Dalam penelitian ini saya menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, analisis dokumen, atau pengamatan langsung untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kajian Simbol dan Makna Arsitektur yang akan saya teliti. Dalam penelitian ini saya memilih Lembah Behoa, kecamatan Lore Tengah, Kabupaten Poso sebagai lokasi penelitian saya. Pengambilan lokasi ini bedasarkan pertimbangan bahwa lokasi tersebut memiliki potensi kajian keilmuan dan sangat strategis untuk dilakukan penelitian, penelitian ini juga menggunakan konsep Etnografi dengan melakukan aktifitas kegiatan di lapangan bersama masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Bentuk Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir DI Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan

Kebiasaan membeli barang untuk meningkatkan penampilan telah menjadi fenomena global yang semakin meluas. Dorongan untuk tampil menarik dan ingin dilihat di masyarakat seringkali mendorong individu untuk terus berbelanja pakaian, aksesoris, tas-tas dan produk lainnya. Dorongan untuk tampil menarik dan ingin dilihat telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini terjadi pada masyarakat pesisir yang ada di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan. Seiring perkembangan zaman dan teknologi membuat daya beli masyarakat semakin besar. Gadget yang semakin canggih dan internet yang bisa diakses dengan mudah yang dapat digunakan dimana saja. Sehingga dengan kemajuan ini, semakin banyak masyarakat yang tergiur terhadap barang-barang yang mereka lihat di media dan ingin mengikuti trend tanpa melihat apakah barang tersebut dibutuhkan ataupun tidak.



Gambar 1 Pakaian dan Tas yang biasa digunakan oleh Ibu Mawarni saat ke Pesta(Sumber Dokumentasi Ibu Mawarni 2024)

Tekanan pada penampilan dan perkembangan trend fashion yang semakin meningkat menjadi salah satu alasan di balik perilaku konsumtif masyarakat pesisir. Mereka tidak ingin terlihat ketinggalan zaman dan selalu menggunakan pakaian maupun tas-tas yang

sama, mereka cenderung membeli barang-barang baru tanpa mempertimbangkan manfaat dan kebutuhannya, hanya demi menjaga citra diri dan mengikuti tren yang ada.

Fashion sangat berpengaruh pada karakteristik individu, termasuk masyarakat pesisir. Saat ini, banyak masyarakat sangat memperhatikan penampilan mereka. Mereka ingin selalu terlihat modis dan mengikuti trend fashion terbaru. Banyak dari mereka berlomba-lomba membeli berbagai produk fashion, bahkan menggunakan sebagian besar pendapatan mereka untuk tujuan ini. Mereka melakukannya demi mendapatkan perhatian dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Namun, perilaku ini seringkali lebih diutamakan dibandingkan dengan memenuhi kebutuhan dasar lainnya.

Bagi masyarakat pesisir yang seringkali menghadapi tantangan ekonomi, penting untuk mengelola keuangannya dengan baik dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi yang bijaksana dan rasional, disesuaikan dengan pendapatan yang dimiliki. Pakaian dan kebutuhan lainnya sebaiknya dipenuhi dengan memperhatikan fungsi dan manfaatnya, serta disesuaikan dengan kemampuan finansial, sehingga tidak terbawa arus perilaku konsumtif yang dipicu oleh iklan dan tren semata.

1. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (Merek berbeda)

Pada masyarakat pesisir di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan terdapat kebiasaan perilaku konsumtif yang menarik, terutama dikalangan Ibu rumah tangga. Kebiasaan ini seperti membeli berbagai produk yang memiliki jenis serupa namun berasal dari merek yang berbeda. Misalnya mereka cenderung membeli barang-barang seperti kosmetik, gelas dan piring dari merek yang berbeda, meskipun produk yang mereka miliki sebelumnya masih dalam kondisi baik dan dapat digunakan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun produk sebelumnya belum habis atau masih berfungsi dengan baik, dorongan untuk mencoba produk dari merek lain seringkali lebih kuat. Masyarakat Desa Soni tampaknya merasa perlu untuk terus memperbarui koleksi mereka dengan merek yang berbeda, sebagai bagian dari upaya untuk mengikuti tren terbaru atau menunjukkan status sosial konsumsi mereka.

Perilaku konsumtif masyarakat bukan hanya dilihat dari kebiasaan mereka membeli produk kosmetik namun dapat juga dilihat pada kebiasaan mereka dalam membeli perabot rumah tangga seperti gelas-gelas dan piring dengan berbagai merek. Membeli perabot rumah tangga dari berbagai merek sebenarnya bukanlah masalah, karena pada akhirnya barang-barang tersebut akan digunakan. Namun permasalahan muncul ketika pembelian dilakukan secara terus menerus. Kebiasaan ini dapat mendorong masyarakat pesisir ke arah perilaku konsumtif, dimana mereka merasa perlu membeli barang-barang dengan berbagai merek dan model berbeda.

2. Membeli produk karena keinginan daripada kebutuhan

Pada masyarakat, biasanya dalam berbelanja hanya membeli barang-barang yang benar-benar diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. Namun, dalam realitas saat ini, kebiasaan ini mulai berubah. Banyak masyarakat pesisir kini lebih cenderung membeli barang-barang yang tidak selalu dibutuhkan, tetapi didorong oleh keinginannya atau tren yang sedang populer. Akibatnya mereka seringkali membeli barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan, yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan.

Kebiasaan membeli barang berdasarkan keinginan merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif pada masyarakat pesisir. Banyak masyarakat dalam membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang mereka inginkan atau yang sedang tren, meskipun barang-barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Mereka seringkali terdorong oleh keinginan dan untuk mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan sekitar mereka. Perilaku ini tidak hanya mempengaruhi pengelolaan keuangan mereka tetapi juga dapat menyebabkan perilaku boros yang berdampak negatif pada kestabilan finansial mereka.

Kebiasaan masyarakat pesisir dalam membeli barang-barang di dorong oleh keinginan mereka. Mereka cenderung membeli barang yang diinginkan, meskipun barang-barang tersebut tidak benar-benar diperlukan. Masyarakat pesisir seringkali merasa terdorong untuk membeli barang-barang hanya untuk memenuhi keinginan mereka, tanpa

mempertimbangkan apakah barang tersebut penting dan benar-benar dibutuhkan.

Masyarakat pesisir seringkali mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran karena mereka tidak memiliki prioritas yang jelas antara keinginan dan kebutuhan. Kebiasaan membeli karena faktor keinginan dan mengikuti tren menyebabkan mereka merasa kurang puas dengan barang yang dimiliki, sehingga mereka terus membeli barang-barang baru untuk mengikuti tren. Kebiasaan ini mempengaruhi pola konsumsi sehari-hari mereka, sehingga mendorong mereka ke arah perilaku konsumtif.

Masyarakat pesisir cenderung membeli berdasarkan keinginannya untuk mengikuti tren dan mendapatkan pengakuan sosial. Mereka cenderung pada upaya memperbaiki penampilan dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, daripada memenuhi kebutuhan dasar. Dorongan untuk tampil menarik dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan membuat mereka sering uang untuk barang-barang yang kurang diperlukan hanya untuk menjaga citra diri. Sehingga mereka lebih sering terjebak dalam perilaku konsumtif.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Pesisir Di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan

1. Pengaruh Lingkungan Sosial

Pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif merupakan hal yang kompleks dan dapat berdampak signifikan terhadap kebiasaan belanja seseorang. Lingkungan sosial mencakup interaksi dengan keluarga, teman, tetangga, dan komunitas yang membentuk norma-norma sosial, nilai-nilai, dan ekspektasi terkait konsumsi. Salah satu pengaruh utama lingkungan sosial adalah melalui proses sosialisasi. Sejak kecil, individu diajarkan oleh keluarga dan lingkungan sekitar tentang pentingnya memiliki barang-barang tertentu atau gaya hidup tertentu. Misalnya, jika keluarga atau teman-teman dekat memiliki kebiasaan untuk selalu memiliki barang-barang terbaru atau bergengsi, individu tersebut cenderung akan meniru pola tersebut.

Selain itu, tekanan sosial juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Misalnya, jika seseorang memiliki teman-teman yang memiliki gaya hidup konsumtif dan selalu menunjukkan kekayaan materi, orang tersebut mungkin merasa tertekan untuk mengikuti gaya hidup mereka agar tidak dianggap ketinggalan atau kurang sukses. Pengaruh lingkungan sosial juga dapat terlihat dalam norma-norma sosial yang berkembang dalam masyarakat. Jika dalam lingkungan tertentu memiliki norma yang mendorong untuk selalu memiliki barang-barang terbaru atau mewah, individu cenderung akan berusaha memenuhi norma tersebut agar diterima dan dihargai oleh masyarakat sekitar.

Selain pengaruh keluarga, teman-teman juga memegang peran yang sangat penting dalam mendorong seseorang untuk membeli barang-barang tertentu. Sering kali, seseorang merasa perlu untuk memiliki barang yang sebanding atau serupa dengan yang dimiliki oleh teman-temannya, agar tidak merasa ketinggalan atau untuk tetap merasa diterima dalam kelompok sosial mereka. Lebih jauh lagi, interaksi sosial di lingkungan sekitar juga memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi langsung dengan orang-orang di sekitar kita dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Tidak hanya itu, media sosial juga memiliki efek yang sangat besar dalam memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Iklan yang muncul di platform digital, ulasan produk dari pengguna lain, dan gaya hidup yang ditampilkan oleh influencer sering kali membuat pelanggan tertarik dan terdorong untuk membeli produk yang diiklankan. Pengaruh ini sering kali begitu kuat sehingga kebutuhan pribadi bukan lagi satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Interaksi sosial, baik yang terjadi di dunia nyata maupun di dunia digital, serta tren saat ini, juga memainkan peran besar dalam menentukan apa yang akan dibeli oleh seseorang.

2. Faktor Budaya

Pada masyarakat pesisir, lingkungan sosial juga mencakup faktor-faktor unik seperti tradisi lokal, nilai-nilai budaya, dan norma-norma yang berkembang dalam komunitas tersebut. Seperti, dalam beberapa budaya pesisir, memiliki barang-barang tertentu seperti perhiasan atau pakaian mewah dapat dianggap sebagai simbol status, yang dapat mendorong individu untuk membeli barang-barang tersebut.

Keperolehan barang-barang mewah sangat mempengaruhi status sosial seseorang. Dimana kedua informan mengungkapkan bahwa memiliki barang-barang mahal dan rumah yang bagus dianggap sebagai tanda keberhasilan dan status tinggi. Mereka merasa perlu membeli perhiasan, pakaian baru dan perabotan rumah tangga yang cantik agar tampil baik dan dihargai di mata orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan dan barang-barang yang dianggap mewah berperan penting dalam cara seseorang dipandang dalam masyarakat.

Status sosial yang tinggi sering kali mendorong perilaku konsumtif sebagai cara untuk menunjukkan prestise dan kekayaan. Mereka lebih memilih merek-merek ternama atau produk-produk yang mahal, bukan hanya karena fungsinya, tetapi juga sebagai simbol prestise dan keberhasilan. seperti, mereka lebih cenderung membeli perabotan rumah tangga yang mewah, perhiasan berharga, atau barang-barang fashion dari merek terkenal, sementara mereka dengan status sosial lebih rendah cenderung lebih memilih barang-barang yang lebih murah atau praktis, yang memenuhi kebutuhan dasar mereka tanpa terlalu memikirkan merek atau status sosial yang terkait. Mereka lebih memilih untuk membeli barang-barang second-hand atau merek yang lebih terjangkau.

Pengaruh Media sosial dan teknologi

Pengaruh media dan kehidupan kota telah menyebabkan perubahan gaya hidup di kalangan masyarakat desa. Hal ini terlihat dari cara mereka membeli barang. Gaya hidup yang awalnya Timur kini mulai bergeser ke gaya hidup Barat. Media massa, televisi, dan internet memainkan peran penting dalam perubahan ini. Masyarakat sekarang dapat dengan mudah mengakses informasi tentang apa yang terjadi di berbagai belahan dunia. Mereka dapat melihat gaya hidup yang dipertontonkan oleh selebriti melalui media, yang kemudian mempengaruhi pola konsumsi mereka. Mereka mulai meniru gaya hidup Barat yang lebih konsumtif, meskipun hal ini belum tentu sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.

Perubahan gaya hidup ini juga mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap barang dan jasa. Jika sebelumnya mereka lebih mempertimbangkan fungsi dan kebutuhan, kini mereka lebih terpengaruh oleh tren dan status sosial yang ditampilkan di media. Ini membuat mereka lebih sering membeli barang-barang yang sebenarnya tidak begitu diperlukan, hanya untuk mengikuti tren dan terlihat lebih modern dan berkelas. Dengan adanya pengaruh media, masyarakat desa kini lebih terbuka terhadap informasi global dan tren internasional. Mereka dapat melihat apa yang sedang populer di kota-kota besar atau negara lain, dan berusaha untuk mengikuti tren tersebut. Hal ini menyebabkan mereka lebih sering mengganti barang-barang rumah tangga dengan yang lebih baru dan lebih canggih, meskipun barang lama masih berfungsi dengan baik. Pengaruh ini juga membuat mereka lebih sering membeli barang-barang bermerek atau barang-barang yang memiliki desain menarik, karena ingin terlihat lebih gaul dan mengikutizaman.

Penggunaan internet kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. keterlibatan mereka dalam menggunakan internet memungkinkan mereka berbagai fasilitas yang tersedia secara online, terutama dalam hal berbelanja. Dengan adanya platform belanja online ini lebih memudahkan masyarakat untuk membeli apa yang mereka inginkan. Mereka dapat membeli berbagai kebutuhan sehari-hari, kapan saja hanya dengan beberapa klik. Sehingga perubahan ini memberikan pengaruh besar terhadap pola konsumsi mereka.

Kesimpulan

Perilaku konsumtif masyarakat pesisir Desa Soni di Kecamatan Dampal Selatan terlihat dari kebiasaan mereka dalam membeli barang-barang yang tidak selalu dibutuhkan, seperti perabotan rumah tangga, pakaian, dan tas dan barang yang dianggap mewah seperti modelnya yang bagus dan cantik, baik membeli melalui pasar tradisional maupun platform media sosial. Bentuk perilaku konsumtif pada masyarakat Pesisir berupa membeli barang untuk menunjang penampilan, membeli lebih dari dua produk sejenis (merek dan model berbeda), dan membeli produk karena keinginan daripada mengedepankan kebutuhan. Mereka sering tergoda untuk mengikuti tren dan model baru, memanfaatkan penawaran harga promo atau diskon, serta memesan barang melalui Facebook dan toko online lainnya juga sering kali membeli barang-barang tambahan yang menarik minat mereka. Masyarakat pesisir Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan, menunjukkan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya berupa Pengaruh lingkungan sosial, faktor budaya, serta pengaruh media sosial dan teknologi. Tren yang semakin berkembang dan lingkungan seringkali mendorong masyarakat untuk beralih dari gaya hidup sederhana menjadi ke arah gaya hidup konsumtif. Faktor-faktor ini mengubah pola konsumsi sehari-hari mereka. Pengaruh dalam diri dan lingkungan sekitar memainkan peran penting dalam perubahan ini.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baudrillard, J. P. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Iskandar. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (1994). *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Intemedia Jakarta.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja.
- Achmad Fama. (2016). *Komunitas Masyarakat Pesisir Di Tambak Lorok, Semarang*. Jurnal Sabda, 11.
- Amalia, R. J. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(1), 1–16.
- Al-Hanif, M. R., Samsir, & Garnasih, R. L. (2020). *Analisis Pengaruh Lifestyle Marketing Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Pembelian Smartphone Apple Pada Mahasiswa Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Riau*. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, 12(3), 500–515.
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2014). *Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)*. Jurnal Sosiologi, 15(1), 72–86.
- Budiman, Y. (2022). *Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kelurahan Nalu Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli*. Indonesian Journal of Social Sciene and Education, 2(1), 27–33.