

Pengertian dan Ruang Lingkup Sosiologi Konsumsi

Prof. Dr. Damsar



PENDAHULUAN

Sosiologi, salah satu cabang ilmu-ilmu sosial yang diberi nama oleh Auguste Comte pada tahun 1839, mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sosiologi telah berkembang menjadi ilmu mandiri dan menumbuhkan berbagai macam cabang ilmu seperti sosiologi politik, sosiologi ekonomi, dan sebagainya. Sedangkan sosiologi ekonomi bercabang lagi dengan berbagai ilmu seperti sosiologi pasar, sosiologi uang, sosiologi konsumsi, dan lainnya. Pada perkembangan berikutnya, sosiologi konsumsi tumbuh dan berkembang secara mandiri, serta melepaskan diri dari cabang dari sosiologi ekonomi. Pada perkembangannya, ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh sosiologi ekonomi tetapi juga oleh sosiologi ke(budaya)an, sosiologi industri, dan sosiologi lainnya.

Sehubungan dengan judul modul, Pengertian dan Ruang Lingkup Sosiologi Konsumsi maka dalam Modul 1 ini Anda akan mempelajari apa saja yang masuk dalam pengertian sosiologi konsumsi, apa saja ruang lingkup suatu kajian yang bernama sosiologi konsumsi, dan bagaimana perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam mengkaji konsumsi.

Modul ini terdiri dari 2 kegiatan belajar: *pertama*, pengertian sosiologi konsumsi dan *kedua*, perbandingan antara pendekatan ekonomi dan sosiologi tentang konsumsi. Dalam Kegiatan Belajar 1 Anda akan mempelajari pengertian sosiologi konsumsi. Untuk sampai Anda pada pemahaman tentang pengertian sosiologi konsumsi maka terlebih dahulu Anda harus paham tentang pengertian sosiologi dan pengertian konsumsi. Di samping itu juga mempelajari tentang fenomena konsumsi, konsumsi sebagai kajian interdisiplin ilmu dan kajian bersama antara sosiologi konsumsi dan cabang sosiologi lainnya.

Pada Kegiatan Belajar 2 Anda akan membahas perbandingan pendekatan sosiologi dan ekonomi tentang konsumsi. Pembahasan pada Kegiatan Belajar

2 berkisar pada perbandingan antara ekonomi dan sosiologi tentang konsep aktor, konsep tindakan ekonomi, konsep konsumsi, tujuan analisis, dan penerapan metode.

Setelah mempelajari materi ini, secara umum mahasiswa mampu menjelaskan pengertian dan ruang lingkup sosiologi konsumsi. Sedangkan secara khusus mahasiswa diharapkan dapat:

1. menjelaskan pengertian sosiologi;
2. menjelaskan pengertian konsumsi;
3. menjelaskan sosiologi konsumsi;
4. menjelaskan perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam hal konsep aktor;
5. menjelaskan perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam hal konsep tindakan;
6. menjelaskan perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam hal konsep konsumsi;
7. menjelaskan perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam hal tujuan analisis;
8. menjelaskan perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dalam hal menerapkan metode.

Selamat Belajar, Semoga Sukses!

KEGIATAN BELAJAR 1

Pengertian Sosiologi Konsumsi

A. PENGERTIAN SOSIOLOGI

Membuat batasan suatu kajian ilmu itu sangat diperlukan untuk menentukan ruang kajian keilmuan, namun pekerjaan tersebut tidaklah mudah, termasuk membuat batasan sosiologi. Dalam membuat batasan suatu kajian ilmu, biasanya para ilmuwan memberikan pengertian atau membuat definisi. Ketidak mudahan membuat batasan muncul pada saat menelusuri pengertian atau definisi para ilmuwan tentang suatu ilmu, karena para ilmuwan berbeda-beda dalam memberikan pengertian atau definisi. Oleh sebab itu, perlu dijelaskan apa pengertian atau definisi sosiologi yang digunakan untuk memahami buku materi pokok sosiologi konsumsi ini.

Sebelum dirumuskan pengertian sosiologi yang dipakai dalam buku materi pokok ini, maka sebaiknya ditelusuri apa saja pendapat para sosiolog tentang hal ini. Berikut dua pendapat berbeda dari sosiolog tentang pengertian sosiologi.

1. David B. Brinkerhoff dan Lynn K. White

Brinkerhoff dan White (1989:4) berpendapat bahwa sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Penekanannya pada hubungan-hubungan dan pola-pola interaksi, yaitu bagaimana pola-pola tersebut tumbuh-kembang, bagaimana mereka dipertahankan, dan juga bagaimana mereka berubah.

Untuk memahami batasan Brinkerhoff dan White tersebut, sebaiknya Anda mengerti dulu tentang definisi interaksi sosial. Konsep interaksi sosial diartikan di sini sebagai suatu tindakan timbal-balik antara dua orang atau lebih melalui suatu kontak dan komunikasi. Suatu tindakan timbal-balik tidak akan terjadi bila tidak dilakukan oleh dua orang atau lebih. Kita ambil sebuah kasus berikut. Harto melempar batu ke sungai adalah suatu tindakan, tetapi hal itu belum bisa dikatakan sebagai interaksi sosial. Juga belum bisa disebut interaksi sosial, apabila Harto melempar batu ke sungai agar temannya, Bakar, yang sedang di seberang sungai melihat dia. Hal itu hanya dilihat sebagai tindakan sosial, yaitu suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna (*meaning*) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain.

Tindakan sosial Harto melempar batu ke sungai bisa dikatakan interaksi sosial apabila Bakar di seberang sungai sana melihat dan melambaikan tangan kepadanya. Dengan demikian, tindakan Harto melempar ditanggapi dengan tindakan Bakar melihat dan melambaikan tangan merupakan tindakan timbal-balik antara dua orang aktor.

Tindakan timbal-balik antara Harto dan Bakar tersebut memenuhi 2 syarat bagi terjadinya suatu interaksi sosial yaitu kontak dan komunikasi. Kontak merupakan tahap awal dari terjadinya interaksi sosial. Kontak berasal dari bahasa latin, yaitu *con* atau *cum* dan *tango*. *Con* berarti bersama-sama, sedangkan *tango* bermakna menyentuh. Jadi, arti harfiah dari kontak adalah bersama-sama menyentuh. Kontak tidak selalu diikuti dengan hubungan tatap muka atau pertemuan fisik seperti berjabat tangan, bertegur sapa, atau bertukar salam dalam suatu ruang yang sama. Kontak juga bisa dilakukan dengan tidak bersentuhan secara fisik dan dalam ruang yang berbeda, misalnya kontak dengan teman yang berada di kota yang berbeda dengan menggunakan teknologi komunikasi informasi modern seperti telepon dengan berbagai jenisnya, internet, dan lainnya.

Kembali pada kasus Harto dan Bakar di atas, setelah tindakan Harto melempar batu ke dalam sungai, dari seberang sungai Bakar melihat si pelempar batu ke sungai, yang ternyata temannya Bakar. Pada saat Bakar melihat Harto, terjadi kontak antara mereka berdua, yaitu kontak mata.

Interaksi sosial tidak akan terjadi jika hanya ada kontak tanpa diikuti dengan komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari, Anda telah banyak melakukan kontak dengan orang lain tanpa diikuti dengan komunikasi. Pada saat perjalanan menuju tempat kerja, misalnya, Anda mengalami banyak kontak dengan orang lain seperti berpapasan dengan banyak orang dari berbagai latarbelakang seperti pedagang asongan, sopir taksi, dan lainnya. Dalam saat berpapasan, Anda saling menatap dengan orang-orang tersebut, tetapi tidak selalu dilanjutkan dengan komunikasi.

Sekarang mari kita coba pahami apa itu komunikasi? Kata komunikasi yang diserap dari bahasa Inggris, *communication*, berakar dari perkataan bahasa Latin, yaitu *communico* berarti membagi, *communis* bermakna membuat kebersamaan, *communicare* yang artinya berunding atau bermusyawarah, atau *communicatio* yang maknanya pemberitahuan, penyampaian atau pemberian. Dari pengertian kata tersebut, komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses penyampaian informasi timbal-balik antara dua orang atau lebih. Informasi yang disampaikan dapat berupa kata-

kata, gerak tubuh, atau simbol lainnya yang memiliki makna. Makna-makna dari suatu kata, gerak tubuh atau simbol lainnya, menurut Herbert Blumer, berasal dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain.

Dalam kaitan dengan kasus Harto dan Bakar, tindakan Harto melempar batu ke dalam sungai punya makna, yaitu sebagai suatu sapaan kepada Bakar yang sedang di seberang sungai. Sapaan seperti itu dilakukan Harto karena pada saat itu dia punya masalah dengan tenggorokan, sehingga dia tidak bisa berteriak kencang memanggil Bakar. Ketika Bakar mendengar suara percikan air dari batu yang dilemparkan, dia mencari sumber, siapa gerangan si pelempar batu ke sungai? Bakar melihat ada seseorang di seberang sungai sana, ternyata Harto, teman sekantornya. Selanjutnya, Bakar dan Harto sekilas saling kontak mata. Kemudian Bakar melambaikan tangan ke arah Harto. Adegan interaksi tersebut telah bisa disebut sebagai komunikasi, yaitu pertukaran informasi timbal-balik antara Harto dan Bakar – Harto melempar batu ke dalam sungai dijawab oleh Bakar dengan lambaian tangan. Pada adegan ini, informasi yang digunakan berupa simbol lemparan batu ke dalam sungai oleh Harto dan gerak tubuh oleh Bakar. Informasi berupa kata-kata belum digunakan. Bisa saja adegan interaksi selanjutnya ada penggunaan kata-kata, misalnya sambil melambaikan tangan ke arah Harto, Bakar meneriakkan, “apa kabar? Mau ke mana?”. Harto menjawab dengan mengacungkan jempol beberapa kali dan selanjutnya mengarahkan telunjuk ke salah satu arah jalan. Apa yang dilakukan oleh Harto tersebut diinterpretasi Bakar sebagai Harto sehat dan akan pergi ke arah sana. Makna tersebut berasal dari interpretasi Bakar terhadap proses interaksi sosial yang sedang berlangsung.

Definisi sosiologi dari Brinkerhoft dan White menempatkan manusia sebagai manusia yang aktif-kreatif. Manusia adalah sebagai pencipta terhadap dunianya sendiri. Proses penciptaan tersebut berlangsung dalam hubungan interpersonal. Oleh karena itu, sosiologi yang dikembangkan lewat definisi ini adalah sosiologi mikro.

2. Paul B. Horton dan Chester L. Hunt

Horton dan Hunt (1987: 3) berpandangan bahwa sosiologi sebagai suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat. Untuk memahami definisi ini maka terlebih dahulu Anda harus mengerti tentang batasan masyarakat. Banyak definisi tentang masyarakat yang telah dibuat oleh sosiolog (Soekanto, 1997). Dari sekian banyak definisi yang ada, untuk kepentingan

pemahaman batasan sosiologi konsumsi, menarik untuk dipahami 2 definisi masyarakat yang ada, yaitu definisi dari Horton dan Hunt (1987:59) dan Peter L. Berger (1966).

Horton dan Hunt (1987:59) mendefinisikan masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang secara relatif mandiri, yang hidup bersama-sama cukup lama, yang mendiami suatu wilayah mandiri, memiliki kebudayaan yang sama, dan melakukan sebagian besar kegiatannya dalam kelompok tersebut. Definisi Horton dan Hunt ini relatif jelas tanpa diberi penjelasan tambahan, kecuali konsep kebudayaan.

Seperti halnya konsep masyarakat, konsep kebudayaan didefinisikan secara berbeda oleh ahli kebudayaan dan sosiologi. Untuk keperluan pemahaman diambil 2 definisi kebudayaan, yaitu definisi dari Sir Edward Tylor serta Horton dan Hunt. Definisi Tylor tentang kebudayaan adalah kompleks keseluruhan dari pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan semua kemampuan dan kebiasaan yang lain yang diperoleh oleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Definisi Tylor merupakan definisi kebudayaan yang klasik, sesuai dengan perkembangan ilmu sosial pada masa itu. Dalam definisi ini dipandang bahwa seseorang menerima kebudayaan sebagai bagian dari warisan sosial. Pandangan seperti ini memberi kesan bahwa manusia adalah makhluk yang pasif, karena ia hanya sebagai pewaris. Pandangan tersebut bisa dipahami karena semua unsur yang disebutkan oleh Tylor di atas sudah ada sebelum seseorang lahir dan ia tinggal memakai dari apa yang diwarisinya tersebut. Ketika seorang anak manusia lahir di Indonesia dia sekedar menerima bahwa cara mengupas mangga bermula dari sisi dalam menuju ke arah luar. Dia akan kaget karena ternyata ketika dia berada di Eropa orang mengupas mangga bermula dari sisi luar menuju ke arah dalam.

Sedangkan Horton dan Hunt (1987:58) mendefinisikan kebudayaan sebagai segala sesuatu yang dipelajari dan dialami bersama secara sosial oleh para anggota suatu masyarakat. Definisi Horton dan Hunt ini menempatkan manusia tidak hanya sebagai insan yang pasif yaitu mempelajari apa yang telah ada, tetapi juga sebagai insan yang aktif yaitu mengalami bersama secara sosial. Pada saat lahir di muka bumi, manusia diajari berbagai macam unsur budaya seperti pengetahuan, keyakinan, moral, hukum, adat istiadat dan sebagainya oleh terutama orang tua dan anggota dewasa keluarga batih lainnya. Di samping itu, manusia memiliki pengalaman baru bersama yang berbeda dari pengalaman yang mereka warisi sebelumnya.

Dengan definisi budaya seperti di sebut di atas, kata Horton dan Hunt (1987:58), seorang menerima kebudayaan sebagai bagian dari warisan sosial, dan pada gilirannya, bisa membentuk kebudayaan kembali dan mengenalkan perubahan-perubahan yang kemudian menjadi bagian dari warisan generasi yang berikutnya. Untuk memahami hal ini, mari kita ambil suatu ilustrasi. Dalam keluarga muslim, misalnya, anak-anak diajarkan makan dalam keadaan duduk, dilarang berdiri. Namun ketika dewasa, dia dapat berbagai acara jamuan makan dalam keadaan berdiri. Budaya makan yang diwarisi dari orangtuanya tersebut bisa berubah pada saat dia dihadapkan berbagai pengalaman baru dan memandang pengalaman baru tersebut sebagai sesuatu yang lebih bagus dari yang lama. Konsekuensinya adalah pengalaman baru ini diwariskan kepada generasinya.

Kembali kepada definisi masyarakat dari Horton dan Hunt, definisi tersebut menempatkan sosiologi pada tataran makro. Jika definisi kebudayaan dalam masyarakat dipahami dengan pandangan Tylor maka sosiologi ditempatkan pada tataran makro objektif, yaitu tataran makro yang berada di luar sana, bersifat eksternal. Sedangkan kalau dipahami dengan perspektif Horton dan Hunt sendiri maka sosiologi diposisikan pada tataran makro objektif-subjektif, yaitu makro yang berada di luar sana (eksternal), juga dapat makro yang berasal dari kesadaran individu (internal).

Berbeda dengan Horton dan Hunt, menurut P. L. Berger, masyarakat merupakan suatu keseluruhan kompleks hubungan yang luas sifatnya. Maksud keseluruhan kompleks hubungan yaitu terdapat bagian-bagian yang membentuk kesatuan. Misalnya tubuh manusia terdiri dari berbagai macam organ seperti jantung, hati, limpa, pembuluh darah, jaringan otak, dan sebagainya. Keseluruhan bagian yang ada membentuk suatu sistem yang dikenal sebagai manusia. Analogi bagian-bagian dalam masyarakat adalah hubungan sosial, seperti hubungan antar jenis kelamin, hubungan antar usia, hubungan antar dan inter keluarga, hubungan perkawinan, dan seterusnya. Keseluruhan hubungan sosial tersebut dikenal dengan masyarakat.

Hubungan-hubungan tersebut tidak terbentuk secara tidak beraturan atau sembarangan, tetapi sebaliknya hubungan tersebut memiliki semacam keteraturan atau pola. Seperti hubungan antar usia dalam masyarakat Minangkabau memiliki pola yang dikenal *nan ampek* (yang empat), yaitu *kato mandaki* (kata mendaki), *kato manurun* (kata menurun), *kato malereng* (kata melereng) dan *kato mandata* (kata mendatar). Kata mendaki menunjuk pada pola hubungan terhadap yang lebih tua: hormat dan sopan kepada yang

lebih tua. Kata menurun dimaksud sebagai pola hubungan yang dikonstruksi terhadap orang yang lebih muda: mengasihi dan menyayangi. Kata mendatar diartikan sebagai pola hubungan di antara teman sebaya atau terhadap sesama besar: saling hormat dan menghargai. Kata melereng menunjuk pada pola hubungan yang dilakukan atau terhadap orang-orang yang memiliki hubungan yang terjadi karena adanya perkawinan: saling menjaga martabat. Apabila ada anggota komunitas yang tidak mengikuti keteraturan pola maka akan terjadi penolakan komunitas terhadap anggota yang menyimpang seperti tidak diajak bicara atau dikucilkan dalam berbagai kegiatan komunitas. Penolakan terhadap penyimpangan merupakan cara komunitas Minangkabau mempertahankan *nan ampek* ini, sehingga pola hubungan tidak terganggu.

Oleh karena itu, masyarakat, berdasarkan definisi Berger, dilihat sebagai sesuatu yang menunjuk sistem interaksi. Sistem adalah sekumpulan dari bagian atau komponen-komponen yang saling berhubungan dalam ketergantungan satu sama lain secara teratur dan merupakan suatu keseluruhan. Dari pengertian tersebut, maka sistem memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. terdiri dari berbagai/banyak bagian atau komponen;
2. bagian-bagian dari sistem berjaln-kulindan satu sama lain dalam hubungan saling ketergantungan;
3. suatu keseluruhan atau totalitas menunjuk pada kompleksitas hubungan yang harus dipahami secara holistik.

Sementara konsep interaksi, seperti telah dipahami sebelumnya, sebagai tindakan yang terjadi paling kurang antara dua orang yang saling mempengaruhi perilakunya. Dari definisi tersebut maka hubungan persahabatan dan keluarga, misalnya, merupakan masyarakat. Berbeda dengan definisi Horton dan Hunt yang lebih menekankan pada aspek ruang dan kuantitas, Berger lebih menekankan pada aspek kualitas dan konstruktif.

Setelah dijelaskan tentang 2 definisi yang berbeda tentang sosiologi, di mana posisi kita dalam melihat konsumsi? Posisi kita di sini adalah menggabungkan dua definisi di atas. Dengan cara itu, kita melihat sosiologi sebagai studi ilmiah tentang masyarakat yang di dalamnya terdapat proses interaksi sosial. Dengan definisi seperti itu, kita akan melihat interaksi interpersonal seperti interaksi sosial antara Harto dan Bakar di atas, interaksi antara individu dan kelompok seperti antara guru dan para murid di kelas, interaksi antar kelompok (masyarakat) seperti peristiwa perkawinan yang melibatkan dua keluarga besar. Dengan kalimat lain, posisi kita berada antara

tataran sosiologi mikro dan makro serta antara realitas objektif (eksternal) dan realitas subjektif (internal).

Anda telah selesai mempelajari materi tentang pengertian sosiologi. Anda sudah paham dengan konsep interaksi sosial dan masyarakat? Sekarang kerjakan tugas di bawah ini untuk mengukur seberapa jauh Anda sudah memahami materi yang Anda pelajari.

Tugas

Coba Anda amati apa yang sedang terjadi di sekeliling Anda. Pada saat pengamatan tersebut. Anda gunakan pancaindra. Anda lihat dengan teliti melalui mata apa yang sedang terjadi. Anda gunakan telinga untuk mendengar dan menangkap apa ucapan atau perkataan yang dikeluarkan. Setelah itu coba Anda pasangkan setiap peristiwa, kejadian atau suatu kenyataan yang telah Anda amati tersebut dengan konsep interaksi sosial dan masyarakat.

Jawaban

Interaksi Sosial

Masyarakat

.....
.....
.....
.....

Petunjuk

Dalam mengerjakan soal ini, Anda kuasai terlebih dahulu konsep interaksi sosial dan masyarakat.

Selamat Bekerja !

B. PENGERTIAN KONSUMSI

Banyak pengertian yang telah dibuat tentang konsumsi oleh berbagai ahli dari berbagai disiplin seperti ekonomi, sosiologi, antropologi, dan lainnya. Dalam modul ini kita merujuk pada pengertian yang dibuat oleh para ahli sosiologi. Salah seorang sosiolog yang merumuskan pengertian konsumsi adalah Don Slater. Menurut Don Slater (1997), konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Berhubungan dengan sesuatu yang dapat memuaskan mereka dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti

menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. Jadi, pengertian konsumsi dari Slater tersebut, sesuai dengan istilah mengkonsumsi, seperti yang dikutip Featherstone (2001) dari Raymond Williams, sebagai merusak (*to destroy*), memakai (*to use up*), membuang (*to waste*), dan menghabiskan (*to exhaust*).

Dengan definisi seperti yang dikemukakan Slater tersebut maka konsumsi mengacu kepada seluruh aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka di samping apa yang mereka “lakukan” untuk hidup (Chaney, 2004). Dengan demikian, tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan berikut: menggunakan waktu luang, mendengar radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton randai, membeli komputer untuk mengetik tugas kuliah atau mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah tempat tinggal, dan lain sebagainya.

C. PENGERTIAN SOSIOLOGI KONSUMSI

Sosiologi konsumsi dapat didefinisikan dengan 2 cara. *Pertama*, sosiologi konsumsi didefinisikan sebagai suatu kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang di dalamnya terjadi interaksi sosial, dengan konsumsi. Dalam hubungan tersebut, bisa dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi konsumsi. Juga sebaliknya, bagaimana konsumsi mempengaruhi masyarakat.

Dengan pemahaman konsep masyarakat seperti di atas, maka sosiologi konsumsi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan konsumsi. Hubungan dilihat dalam sisi saling pengaruh-mempengaruhi. Masyarakat sebagai realitas eksternal-objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan konsumsi seperti apa yang boleh dikonsumsi, bagaimana mengonsumsinya, dan di mana mengonsumsinya. Tuntunan tersebut biasanya berasal dari budaya, termasuk di dalamnya hukum dan agama. Dalam agama Islam, misalnya, daging ayam boleh dikonsumsi karena ia dikategorikan makanan halal. Namun apabila ayam tersebut disembelih tidak dengan atas nama Allah, yaitu tidak mengucapkan *bismillah* *hirrahmannirrahim*, maka makanan

tersebut dipandang haram. Juga tidak boleh menyantap makanan dengan berdiri.

Jika belum cukup paham bagaimana masyarakat mempengaruhi konsumsi, mari kita ambil contoh lain. Dalam berbusana, apakah kita bisa menggunakan semua jenis dan bentuk pakaian pada semua kesempatan? Tentunya tidak! Ketika ada kematian, kita menggunakan busana yang tidak menyolok mata seperti warna hitam atau putih misalnya, tetapi jelas tidak warna menyala seperti warna merah atau kuning. Jika hendak pergi ke kampus, kita tidak menggunakan pakaian renang, tetapi mengenakan busana biasa. Ketika akan menghadiri pesta perkawinan, orang tidak akan menggunakan kaos oblong atau daster, tetapi menggunakan batik bagi pria atau kebaya bagi perempuan misalnya. Dalam setiap masyarakat terdapat pola busana. Pola busana tersebut menjadi rujukan bagi anggota masyarakat untuk memilih warna, model, atau bahan apa yang tepat atau sepantasnya dikenakan untuk suatu momen tertentu dari kehidupan kita dalam masyarakat.

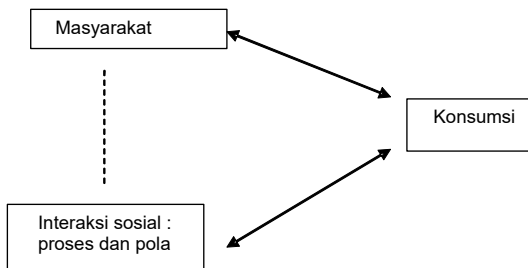
Selanjutnya bagaimana konsumsi mempengaruhi masyarakat, yang di dalamnya ada proses interaksi sosial? Semua orang perlu mengkonsumsi pangan, sandang dan papan untuk bisa bertahan hidup. Oleh sebab itu dia perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pilihan seseorang terhadap suatu pekerjaan dipengaruhi salah satunya oleh kualitas, kuantitas dan citra (*image*) dari apa yang (ingin) dikonsumsi. Untuk memenuhi pola konsumsi yang “gendongan”, misalnya, seorang wanita harus berperan ganda yaitu sebagai mahasiswi dan pelacur padahal dia berasal dari keluarga miskin. Bekerja sebagai pelacur, secara ideal pada tataran normatif, tidak perlu dilakukan sebab pelacuran dinilai sebagai perbuatan tercela. Namun karena kebutuhan pada pola konsumsi yang “gedongan” lebih tinggi skala prioritasnya dibandingkan dengan kebutuhan citra diri sebagai wanita yang tidak tercela maka jadilah dia memilih profesi sebagai mahasiswi pelacur.

Agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam, bagaimana konsumsi mempengaruhi masyarakat, mari kita ambil ilustrasi lain. Pada masa sekarang, orang yang tinggal di wilayah perkotaan sedang menghadapi banjir iklan seperti agar “bahagia” maka beli mobil BMW, agar “modern” maka berumahlah di Citraland, agar cantik belilah pemutih, agar tubuh harum beli Rexona, dan seterusnya. Banjir iklan tersebut tidak hanya menggenangi jalan-jalan tetapi juga telah masuk ke rumah bahkan sampai ke kamar tidur lewat media televisi dan radio. Kapan dan di mana saja kita mengalami banjir

iklan. Tidak ada lagi tempat untuk menghindari dari iklan. Tidak ada lagi waktu yang tidak luput dari genangan iklan. Dalam kondisi seperti ini dipastikan ada orang yang jadi korban iklan atau yang terpengaruh iklan. Tidak semua orang mampu memenuhi keinginan yang dipengaruhi oleh iklan dengan pendapatan sah yang diperoleh dari pekerjaannya. Apa yang terjadi jika seseorang dengan posisi dari pekerjaannya bisa memperoleh pendapatan tak sah untuk memenuhi keinginan yang dipengaruhi oleh iklan tersebut? Salah satu jawabannya adalah orang melakukan perbuatan korupsi. Jadi, salah satu penyebab perilaku koruptif adalah pola konsumsi, dalam hal ini dipengaruhi oleh iklan.

Untuk memudahkan pemahaman, berikut disajikan Figur 1.1. yang menggambarkan hubungan antara masyarakat dan konsumsi.

Figur 1.1. Hubungan Antara masyarakat dan Konsumsi



Catatan:

←→ hubungan timbal-balik ----- hubungan inklusif

Dari figur di atas diperoleh pemahaman bahwa masyarakat merupakan suatu realitas yang di dalamnya terjadi proses interaksi sosial dan terdapat pola interaksi sosial. Hubungan antara konsumsi dan masyarakat, termasuk di dalamnya ada proses dan pola interaksi, bersifat saling mempengaruhi atau pengaruh timbal balik.

Kedua, sosiologi konsumsi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena konsumsi. Pendekatan sosiologis terdiri dari konsep-konsep, variabel-variabel, teori-teori, dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial, termasuk di dalamnya kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan perolehan, penggunaan, pertukaran, pencitraan, pemaknaan dan peredaran konsumsi.

Konsep merupakan pengertian yang menunjuk pada sesuatu. Apa yang membedakan antara orang kebanyakan dan sosiolog (ahli sosiologi) ketika berdiskusi tentang masyarakat? Perbedaannya adalah terletak pada konsep yang digunakan. Orang kebanyakan menggunakan konsep sosial sedangkan sosiolog memakai konsep sosiologis. Apa beda antara keduanya? Konsep sosial adalah konsep keseharian yang digunakan untuk menunjuk sesuatu dan yang dipahami secara umum dalam suatu masyarakat. Sedangkan konsep sosiologis merupakan konsep yang digunakan sosiologi untuk menunjuk sesuatu dalam konteks akademik. Dalam dunia keseharian, orang kebanyakan mendiskusikan banyak hal tentang masyarakat di berbagai tempat misalnya di kedai kopi, warung, tempat kerja ataupun di rumah. Di dalam kehidupan sehari-hari, orang kebanyakan, misalnya, menggunakan konsep sosialisasi menunjuk pada pengertian sesuatu yang baru yang perlu diperkenalkan pada sekelompok orang yang belum tahu. Ketika ada suatu program baru tentang pengentasan kemiskinan yang sedang diperkenalkan, maka orang kebanyakan mengatakan peristiwa tersebut sebagai sosialisasi program pengentasan kemiskinan. Sedangkan dalam dunia akademik, konsep sosialisasi, seperti yang telah dijelaskan dalam buku materi pokok Pengantar Sosiologi, menunjuk pada suatu proses mempelajari nilai, norma, peran dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam masyarakat. Nah ternyata jauh sekali perbedaan pengertian sosialisasi antara orang kebanyakan dan sosiolog.

Mari kita ambil contoh perbedaan yang lain. Orang kebanyakan menemukan perbedaan posisi, peran dan perlakuan antar individu dan antar kelompok dalam suatu komunitas. Dalam masyarakat tradisional Minangkabau, misalnya, mengenal konsep tingkatan untuk membedakan posisi, peran dan perlakuan terhadap seseorang. Dalam satu marga (*fam/clan*), masyarakat Minang mengenal konsep tingkatan kemanakan, yaitu tingkatan posisi, status dan perlakuan terhadap orang yang diayomi, diasuh atau dikuasai. Terdapat 3 tingkatan kemanakan dalam masyarakat Minangkabau, yaitu kemanakan di bawah dagu, kemanakan di bawah pusat dan kemanakan di bawah lutut. Kemanakan di bawah dagu merupakan kemanakan yang memiliki hubungan darah dengan pengayom. Kemanakan di bawah pusat menunjuk kemanakan yang datang dari daerah lain, biasanya satu marga dengan pengayom. Sedangkan kemanakan di bawah pusat adalah kemanakan yang berasal dari budak. Semakin tinggi posisi kemanakan, semakin baik perlakuan pengayom. Konsep tingkatan dalam masyarakat

Minangkabau, oleh sosiolog dikenal dengan konsep stratifikasi sosial, yaitu penggolongan individu secara vertikal berdasarkan status yang dimilikinya.

Dari dua contoh tentang konsep di atas, ternyata terdapat hal yang berbeda. Pertama, konsep yang sama, dalam hal ini konsep sosialisasi, memiliki pengertian atau definisi yang berbeda antara orang kebanyakan dan sosiolog. Kedua, kenyataan atau peristiwa yang sama, dalam hal ini perbedaan kemenakan, digunakan konsep yang berbeda, yaitu tingkatan bagi orang Minangkabau dan stratifikasi sosial bagi sosiolog.

Variabel adalah konsep akademik, termasuk sebagai konsep sosiologis, bukan konsep sosial. Variabel merupakan konsep yang memiliki variasi nilai. Stratifikasi sosial, misalnya, dapat disebut sebagai variabel, karena stratifikasi sosial memiliki variasi nilai yaitu tinggi, menengah, dan bawah.

Teori merupakan abstraksi dari kenyataan yang menyatakan hubungan sistematis antara fenomena sosial. Ketika seorang sosiolog mengamati terdapat perbedaan antara petani, pedagang, dan guru dalam mensosialisasikan anak-anak mereka. Melalui pengamatan dan wawancara dengan berbagai macam orang tua ternyata dia menemukan posisi dan status orang tua mempengaruhi anak-anak mereka dalam bersosialisasi. Maka sang sosiolog bisa mengabstraksikan kenyataan tersebut dengan kalimat sebagai berikut: “stratifikasi sosial orang tua akan mempengaruhi sosialisasi anak-anak mereka”. Kalimat tersebut bisa dipandang sebagai teori.

Teori dalam sosiologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat sekali. Perkembangan teori dilihat dari teori yang dibangun oleh peneruka utama sosiologi seperti Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber, Thorstein B. Veblen, dan lainnya. Dari basis pandangan tokoh tersebut berkembang berbagai teori sosiologi modern seperti struktural fungsional, struktural konflik, teori interaksionisme simbolik, teori dramaturgi, dan teori pertukaran. Selanjutnya berkembang pula serta teori post modern dan teori kritis. Dalam Modul 2, teori sosiologi akan kita bahas lagi dengan mengaitkannya pada kenyataan dan fenomena konsumsi.

Sedangkan metode sosiologi berkembang dalam pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang meliputi metode survey, studi kasus, *grounded reasearch*, dan sebagainya.

Adapun fenomena-fenomena yang termasuk dalam fenomena konsumsi adalah seperti yang disajikan dalam tabel di bawah ini.

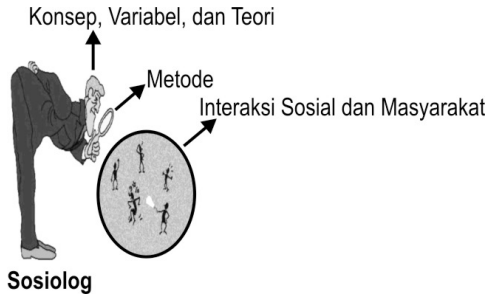
Tabel 1.1. Fenomena Konsumsi

Masyarakat Konsumsi
Budaya dan Konsumsi
Perilaku Konsumen
Waktu Luang
Gaya Hidup
Fashion
Pariwara
Belanja: Sandang, Pangan, Minuman dan Rumah
Turisme
Ideologi Konsumsi (liberal, kapitalis, komunis, Islam)
Politik Konsumsi
Konsumsi dan Mobilitas Sosial
Konsumsi dan Perubahan Sosial
Dan lain-lain

Dari Tabel 1.1. terlihat bahwa fenomena konsumsi sangat banyak dan beragam. Fenomena tersebut di atas berada tidak hanya pada tataran mikro seperti perilaku konsumsi tetapi juga ada pada tataran makro seperti budaya konsumen. Selain itu tidak hanya menyangkut sebagai realitas subjektif seperti belanja, tetapi juga realitas objektif seperti ideologi konsumsi. Fenomena konsumsi berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Pada tahun 1970-an, anak-anak Indonesia lebih banyak bermain dengan permainan yang mereka ciptakan sendiri atau merupakan hasil industri kerajinan seperti mainan mobil yang terbuat dari kulit jeruk bali atau kayu. Pada saat sekarang mainan mobil diciptakan oleh suatu industri modern yang khusus membuat mainan anak-anak.

Untuk memahami secara visual tentang definisi kedua dari sosiologi konsumsi, disajikan Gambar 1.1. berikut.

Gambar 1.1. memperlihatkan bagaimana sosiolog melihat fenomena konsumsi. Sosiolog memiliki konsep, variabel dan teori sosiologi dalam kerangka pikir. Sedangkan metode merupakan alat untuk mendapatkan atau memperoleh data. Melalui teori dan metode yang dimiliki, sosiolog mengkaji fenomena konsumsi yang berkembang dalam proses interaksi sosial dan masyarakat.



Gambar 1.1. Cara Pandang Sosiolog terhadap Fenomena Konsumsi

Anda telah mempelajari materi tentang pengertian dari dua definisi sosiologi konsumsi. Anda sudah paham bukan dengan dua definisi sosiologi konsumsi tersebut? Selanjutnya kerjakan tugas di bawah ini untuk mengukur seberapa jauh Anda sudah memahami materi yang Anda pelajari.

Tugas

Anda masih diminta untuk melakukan pengamatan di sekitar Anda dengan menggunakan pancaindra: mata untuk melihat apa yang sedang terjadi dan telinga untuk mendengar dan menangkap apa ucapan atau perkataan yang dikeluarkan. Kemudian Anda tulis apa saja topik atau pokok bahasan yang bisa dikaji oleh sosiologi konsumsi.

Jawaban

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Petunjuk

Dalam mengerjakan soal ini, Anda kuasai terlebih dahulu pengertian dua definisi sosiologi konsumsi.

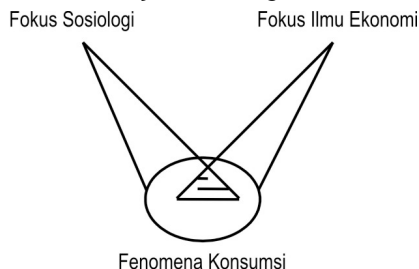
Selamat Bekerja !

D. PENDIDIKAN SEBAGAI KAJIAN INTERDISIPLIN DAN INTRADISIPLIN

Untuk memahami topik ini, ada baiknya kita samakan terlebih dahulu pemahaman kita tentang konsep interdisiplin dan intradisiplin. Konsep disiplin dalam pembicaraan kita adalah ilmu pengetahuan (*science*) misalnya ilmu ekonomi, manajemen, sosiologi, antropologi, dan lainnya. Dengan demikian, kajian interdisiplin dimaksudkan di sini adalah kajian lintas ilmu yang berbeda atau antar ilmu yang berbeda. Sedangkan kajian intradisiplin adalah kajian di dalam ilmu itu sendiri yang memiliki berbagai macam cabang ilmu. Seperti yang telah Anda pelajari pada buku materi pokok pengantar sosiologi dari Universitas Terbuka yang ditulis oleh Partiwitaningsih dkk. bahwa dalam sosiologi terdapat beberapa cabang misalnya sosiologi industri, sosiologi hukum, sosiologi pendidikan, dan sosiologi perilaku menyimpang. Jadi, berbagai cabang sosiologi digunakan untuk mendiskusikan suatu kenyataan atau fenomena sosial.

Konsumsi memang merupakan salah satu kajian utama dalam ilmu ekonomi, namun sekarang konsumsi telah menjadi kajian interdisiplin. Konsumsi tidak hanya dikaji oleh ilmu ekonomi tetapi juga oleh ilmu-ilmu sosial lainnya seperti sosiologi, antropologi, psikologi, dan politik. Dengan pandangan seperti ini, maka di antara berbagai sudut pandang ilmu terdapat bahagian yang tumpang-tindih satu sama lain dalam melihat konsumsi. Itu berarti ada bahagian yang sama-sama diperhatikan baik ilmu ekonomi maupun sosiologi ketika mengkaji fenomena konsumsi. Seperti yang diperlihatkan oleh Figur 1.2. di bawah, daerah segitiga dalam elip merupakan pokok bahasan konsumsi yang menjadi kajian bersama antara dua bidang ilmu yaitu sosiologi dan ilmu ekonomi.

Figur 1.2. Tumpang Tindih Fokus Perhatian Antara Ekonomi dan Sosiologi Dalam Kajian Tentang Konsumsi



Catatan: Daerah segitiga dalam elip merupakan daerah perbatasan.

Tumpang tindih kajian tersebut tidak akan berakhir pada suatu disiplin akan mendominasi atau mencaplok disiplin yang lain. Hal tersebut diungkapkan oleh Richard Swedberg dalam bukunya *"Economics and Sociology; Redefining their Boundaries: Conversations with Economics and Sociologists"* (1992). Dia melihat bahwa masalah perbatasan antara ekonomi dan sosiologi telah dikaji ulang baik oleh para ekonom maupun oleh sosiolog, antara lain Gary Becker, Oliver Williamson, dan A. Sen dari ekonomi. Sedangkan dari sosiologi antara lain, H. White, M. Granovetter dan N. Smelser. Kesimpulan wawancara Swedberg dengan berbagai pakar dua bidang ilmu tersebut adalah sebagai berikut:

1. para ekonom memperluas bidang kajiannya pada topik yang secara tradisi digeluti oleh para sosiolog.
2. para sosiolog memperluas bidang kajiannya pada masalah yang sama seperti yang dikaji oleh ekonom. Masalah tersebut merupakan topik yang telah menjadi tradisi kajian ekonomi.
3. munculnya perpaduan baru antara ekonomi dan sosiologi.

Bagaimana hasil akhir dari situasi ini? Menurut Swedberg (1992:338) merupakan sesuatu yang sulit diramalkan. Namun yang pasti, lanjut Swedberg, sesuatu telah mulai terjadi. Perubahan tersebut tidak mungkin menghasilkan sosiologi mengambil-alih ekonomi, atau juga tidak sebaliknya ekonomi mencaplok sosiologi. Namun yang tampak ke depan adalah terbukanya peluang untuk bekerjasama interdisiplin seperti ekonomi, komunikasi, sosiologi, antropologi, psikologi, dan politik dalam memahami realitas atau fenomena konsumsi.

Selain itu, kajian tentang konsumsi dalam sosiologi tidak hanya dimonopoli oleh sosiologi konsumsi, tetapi sebagian topik atau pokok bahasan dalam konsumsi juga bisa dikaji oleh cabang sosiologi lainnya seperti sosiologi kebudayaan, sosiologi pengetahuan, sosiologi pasar, sosiologi uang, sosiologi pariwisata, dan lainnya. Misalnya gaya hidup sebagai salah satu kajian konsumsi tidak hanya dikaji oleh sosiologi konsumen tetapi juga merupakan salah pokok bahasan terpenting dalam sosiologi kebudayaan. Dalam pembahasan kedua cabang sosiologi tersebut tentang gaya hidup, dimungkinkan keduanya memiliki kesamaan interpretasi atau analisis. Hal itu dikarenakan mereka menggunakan pendekatan yang sama dalam memahami fenomena tersebut misalnya menggunakan pendekatan Marxian. Namun secara umum, banyak pokok bahasan yang

tidak beririsan atau tidak tumpang-tindih antara kedua cabang sosiologi tersebut.

Untuk memahami materi ini lebih jelas, mari kita ambil contoh lain tentang konsumsi merupakan kajian intradisiplin dalam sosiologi. Pariwisata merupakan fokus utama dari kajian sosiologi pariwisata. Namun beberapa pokok bahasan pariwisata juga merupakan kajian sosiologi konsumsi. Misalnya, apa yang orang konsumsi pada saat berwisata? Kajian pola konsumsi pada saat berwisata tidak hanya dapat dikaji oleh sosiologi pariwisata, tetapi juga dapat menjadi studi sosiologi konsumsi.

Untuk menambah pemahaman, kita diskusikan contoh lain. Belanja merupakan salah satu topik utama dari sosiologi konsumen. Namun beberapa materi tentang belanja juga menjadi kajian sosiologi pasar, misalnya bagaimana pasar menciptakan budaya belanja tertentu, bagaimana pasar mempengaruhi gaya hidup seseorang, atau bagaimana pasar menyebabkan perubahan pada pola konsumsi.

Tugas

Anda diminta, misalnya oleh suatu perusahaan besar, untuk melakukan penelitian kolaboratif antar ahli dengan beragam latar bidang ilmu dengan membentuk suatu tim peneliti yang terdiri dari ekonom, ahli manajemen, antropolog, psikolog, dan Anda adalah sosiolognya. Fenomena konsumsi apa saja yang mungkin pokok bahasannya tumpang-tindih dengan pokok bahasan dari bidang ilmu ekonomi dengan yang Anda miliki sebagai sosiolog ?

Jawaban

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Petunjuk

Dalam mengerjakan soal ini, Anda pahami terlebih dahulu fenomena konsumsi. Kemudian Anda identifikasi pokok bahasan dari ilmu ekonomi.

Selamat Bekerja !



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

Hampir di semua wilayah di nusantara ini ditemukan masakan Padang, baik dijual di warung, rumah makan atau restoran. Kalau kita sedikit lebih teliti, kita akan menemukan perbedaan cita rasa masakan Padang yang dijual di berbagai wilayah yang berbeda. Masakan Padang di Yogyakarta, misalnya, akan terasa agak manis dibandingkan dengan masakan yang sama di Bukittinggi, Sumatera Barat. Karena masakan Padang yang dijual di Yogyakarta akan disesuaikan dengan cita rasa masyarakat Yogyakarta yang cenderung ada rasa manisnya. Sedangkan masakan Padang yang disajikan di Bukittinggi akan mengikuti selera orang Minangkabau yang suka pedas.

- 1) Jelaskan mengapa fenomena di atas bisa kita masukkan dalam kajian sosiologi konsumsi?
- 2) Jelaskan bagaimana fenomena di atas dilihat dengan definisi budaya menurut Horton dan Hunt serta bandingkan dengan definisi budayanya Tylor?
- 3) Jelaskan dengan siapa saja tenaga ahli yang Anda bisa berkolaborasi dalam suatu tim peneliti jika Anda diminta sebagai sosiolog melakukan penelitian tentang fenomena rumah makan padang dan cita rasanya?

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Dalam menjawab soal ini, kemukakan apa pengertian sosiologi konsumsi dan kaitkan dengan fenomena masakan padang yang ada di mana-mana tersebut.
- 2) Kemukakan pengertian budaya menurut Horton dan Hunt hubungkan dengan fenomena di atas dan bandingkan dengan pengertiannya Tylor.
- 3) Kemukakan bahwa konsumsi sebagai kajian interdisiplin dan kaitkan penjelasannya dengan disiplin ilmu tertentu yang dimaksud.



RANGKUMAN

Ada dua batasan yang bisa dibuat tentang definisi sosiologi konsumsi. Pertama, sosiologi konsumsi didefinisikan sebagai suatu kajian yang mempelajari hubungan timbal-balik antara masyarakat, yang di dalamnya terjadi interaksi sosial, dan konsumsi. Sedangkan kedua, sosiologi konsumsi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena konsumsi. Pendekatan sosiologis terdiri dari konsep-konsep, variabel-variabel, teori-teori, dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial, termasuk di dalamnya kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan perolehan, penggunaan, pertukaran, pencitraan, pemaknaan dan peredaran konsumsi.

Konsumsi merupakan kajian interdisiplin dan intradisiplin. Konsumsi dikaji secara interdisiplin karena konsumsi oleh ekonomi dan manajemen, tetapi juga dipelajari oleh sosiologi, antropologi, psikologi, komunikasi dan politik. Juga konsumsi adalah kajian intradisiplin dalam sosiologi, sebab konsumsi tidak hanya dikaji oleh sosiologi konsumsi, tetapi beberapa pokok bahasan dikaji oleh sosiologi kebudayaan, sosiologi pengetahuan, sosiologi pariwisata, sosiologi uang, sosiologi pasar, dan lainnya.



TES FORMATIF 1

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Pendapat tersebut dikemukakan oleh....
 - A. David B. Brinkerhoff dan Lynn K. White
 - B. Paul B. Horton dan Chester L. Hunt
 - C. Chester L. Hunt dan David B. Brinkerhoff
 - D. Peter L. Berger dan Lynn K. White

- 2) Interaksi sosial terjadi apabila adanya unsur-unsur berikut, *kecuali*....
 - A. tindakan timbal-balik
 - B. kontak
 - C. komunikasi
 - D. kata

- 3) Sosiologi konsumsi merupakan studi hubungan antara....
 - A. masyarakat dan konsumsi
 - B. individu dan konsumsi
 - C. manusia dan konsumsi
 - D. orang dan konsumsi

- 4) Masyarakat merupakan sistem interaksi merupakan pendapat....
 - A. Peter L. Berger
 - B. Chester L. Hunt
 - C. Max Weber
 - D. Emile Durkheim

- 5) Kebudayaan sebagai segala sesuatu yang dipelajari dan dialami bersama secara sosial oleh para anggota suatu masyarakat. Pandangan tersebut dikemukakan oleh....
 - A. David B. Brinkerhoff dan Lynn K. White
 - B. Paul B. Horton dan Chester L. Hunt
 - C. Chester L. Hunt dan David B. Brinkerhoff
 - D. Peter L. Berger dan Lynn K. White

- 6) Konsep sosial dalam sosiologi dipahami sebagai....
 - A. suka membantu orang lain
 - B. senang sepenanggungan
 - C. senang memberi sedekah
 - D. kaitan atau hubungan dengan orang lain

- 7) Fenomena berikut adalah fenomena konsumsi, *kecuali*....
 - A. gaya hidup
 - B. tidur
 - C. makan
 - D. minum

- 8) Cara pandang sosiolog melihat konsumsi menggunakan hal-hal sebagai berikut, *kecuali*....
 - A. konsep
 - B. teori
 - C. perspektif
 - D. metode

- 9) Konsumsi merupakan kajian interdisiplin, termasuk di antaranya kajian berikut ini, *Kecuali...*
- A. Sosiologi
 - B. Antropologi
 - C. Ekonomi
 - D. Astronomi
- 10) Konsumsi merupakan kajian intradisiplin dalam sosiologi, *kecuali....*
- A. Sosiologi keluarga
 - B. Sosiologi kebudayaan
 - C. Sosiologi kriminal
 - D. Sosiologi ekonomi

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali
80 - 89% = baik
70 - 79% = cukup
< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

KEGIATAN BELAJAR 2

Perbandingan Pendekatan Ekonomi dan Sosiologi tentang Konsumsi

Untuk memahami materi Kegiatan Belajar 2 ini, pertama kali tentu kita harus mempunyai kesamaan pemahaman tentang konsep pendekatan. Adapun yang dimaksud dengan pendekatan adalah cara pandang dalam melihat sesuatu dengan landasan berpikir atau asumsi tertentu. Dalam modul ini berarti pendekatan berguna dalam melihat konsumsi dengan landasan berpikir atau asumsi ekonomi atau sosiologi. Untuk membandingkan pendekatan antara kedua cabang ilmu tersebut, maka berikut ini dibahas konsep aktor, konsep tindakan ekonomi, konsep konsumsi, tujuan analisis, dan penerapan metode.

A. KONSEP AKTOR

Studi ekonomi adalah kajian tentang ekonomi. Apa yang dimaksudkan dengan ekonomi? Ekonomi, dijelaskan secara sederhana oleh kebanyakan ekonom, sebagai gejala bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap barang dan jasa. Cara yang dimaksud di sini berkaitan dengan semua aktifitas orang dan masyarakat yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang-barang dan jasa-jasa langka.

Titik tolak analisis ekonomi adalah individu. Pendekatan individu dalam analisis ekonomi berakar dari utilitarianisme dan ekonomi politik Inggris. Apa maksudnya? Utilitarianisme mengasumsikan bahwa individu adalah makhluk yang rasional, senantiasa menghitung dan membuat pilihan yang dapat memperbesar kesenangan pribadi atau keuntungan pribadi, dan mengurangi penderitaan atau menekan biaya. Sedangkan ekonomi politik Inggris dibangun di atas prinsip “*laissez faire, laissez passer*”, yaitu “biarkan hal-hal sendiri, biarkan hal-hal yang baik masuk”. Artinya, biarkan individu mengatur dirinya, karena individu tahu yang dimauihnya. Oleh sebab itu jangan ada kontrol negara. Kalaupun ada kontrol negara, itu diperlukan agar kebebasan individu dengan rasionalitasnya untuk mengejar keuntungan pribadinya tetap terjaga. Sebab kesejahteraan masyarakat umumnya dalam

jangka panjang akan sangat terjamin manakala individu itu dibiarkan atau malah didorong untuk mengejar kesenangan pribadi atau keuntungan pribadinya.

Mari kita pahami dengan contoh. Untuk dapat bertahan hidup, setiap individu perlu bekerja. Individu sendirilah yang lebih mengetahui dibandingkan dengan orang lain, dia harus bekerja apa. Sebab individu lebih mengetahui tentang diri sendiri dari sisi kemampuan, pengetahuan, keterampilan, jaringan, dan lainnya yang dimilikinya. Bagi Salahuddin, misalnya, lebih cocok bekerja sebagai pedagang emas dibandingkan jadi seorang pengacara. Meskipun dia tamat dari fakultas hukum pada suatu universitas ternama, namun berdasarkan berbagai pertimbangan rasionalnya seperti kemampuan finansial, pengetahuan, keterampilan, jaringan, dan dukungan keluarga besarnya yang kebanyakan sebagai pedagang emas maka bekerja sebagai pedagang emas adalah pilihan rasional dan tepat. Lain lagi dengan Dedi, dia meninggalkan pekerjaan sebagai pegawai negeri karena dipandang tidak punya masa depan yang baik dan pindah sebagai penggiat Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Dedi berpandangan bahwa kalau dia bertahan sebagai pegawai negeri dengan pangkat III/b pada suatu Pemerintahan Kota maka dia perlu waktu yang lama untuk bisa beli rumah dan mobil. Oleh karena latar belakang yang cukup bagus, seperti sebelum jadi pegawai negeri telah lama menjadi penggiat LSM sehingga dia punya banyak pengalaman, jaringan, dan kompetensi maka pilihan tersebut rasional dan tepat. Pilihan Salahuddin, Dedi, dan individu lainnya dalam mengejar kepentingan dan kesenangan pribadi mereka sebagai individu diasumsikan menyumbangkan peningkatan kesejahteraan masyarakat umumnya.

Untuk membantu kita memahami pendekatan ekonomi tentang aktor, di bawah ini disajikan Gambar 1.2. Aktor dalam pendekatan ekonomi.



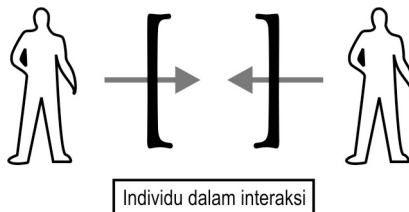
Aktor dalam ekonomi

Gambar.1.2. Aktor dalam Pendekatan Ekonomi

Gambar 1.2. memperlihatkan bagaimana seorang wanita karir melihat diri sendiri dalam kaitannya dengan apa yang dilakukan, diperbuat atau dikerjakannya. “Apapun kata orang tentang diriku, kutahu yang kumau”, begitu cara berpikir sang wanita karir ini. Begitulah cara ekonomi klasik memandang aktor, dalam hal ini wanita karir.

Berbeda dengan dalam mendiskusikan individu, sosiologi mengarahkan perhatiannya pada aktor sebagai kesatuan yang dikonstruksi secara sosial, yaitu “aktor dalam suatu interaksi” atau “aktor dalam masyarakat”. Apa yang dimaksud dengan “aktor dalam suatu interaksi” dan “aktor dalam masyarakat”? Maksud “aktor dalam suatu interaksi” adalah individu yang terlibat dalam suatu interaksi dengan individu atau beberapa (sekelompok) individu lainnya. Pada tataran ini, individu dilihat sebagai aktor yang kreatif dalam menciptakan, mempertahankan, dan mengubah dunianya pada saat interaksi berlangsung.

Pemahaman Anda dirasakan mantap apabila disertai dengan contoh, bukan? Sekarang kita ambil suatu contoh. Willy adalah seorang dosen muda yang selalu *jaim* (kependekatan dari menjaga imeg, istilah gaul dari manajemen penampilan), terutama dalam berbusana, pada setiap kesempatan. Pada suatu ketika, pada saat mengikuti program pascasarjana, dia ditanya oleh dosennya tentang suatu hal. Willy tidak bisa menjawab dengan baik. Sang dosen menyelutuk, “penampilan Anda cukup Ok, tapi sayang otak Anda kurang Ok”. Willy merasa dipermalukan. Semenjak peristiwa tersebut, Willy tidak lagi terlalu memperhatikan penampilan busana seperti sebelumnya. Hal itu ditunjukkan Willy dengan cara tidak lagi membeli busana setiap bulan, seperti yang biasa dilakukan Willy pada waktu sebelum peristiwa tersebut. Dari contoh tersebut, tampak betapa pentingnya konteks interaksi dalam mengubah perilaku seseorang dalam berbusana. Hal seperti inilah yang menjadi salah satu fokus kajian tentang aktor dalam sosiologi. Untuk menjadi lebih paham, kita bisa membuat ilustrasi dengan gambar di bawah ini.

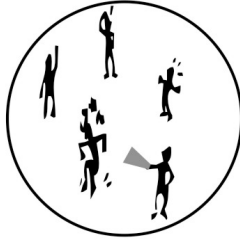


Gambar 1.3. Individu dalam Interaksi

Pada Gambar 1.3. terlihat adanya interaksi antara dua individu. Dalam interaksi terjadi proses interpretasi, definisi, atau memaknai (yang diperlihatkan oleh dua anak panah) situasi dan kondisi (ditunjukkan oleh tutup buka kurung) yang terjadi pada saat interaksi berlangsung.

Selanjutnya Anda tentu ingin tahu apa yang dimaksud dengan “aktor dalam masyarakat”? Adapun yang dimaksud dengan “aktor dalam masyarakat” adalah individu yang identitas dirinya tidak tampil tetapi tersembunyi dalam suatu kesatuan yang dinamakan masyarakat. Masyarakat merupakan satu kesatuan yang utuh atau sebagai suatu entitas sendiri, dikenal sebagai suatu fenomena *sui generis*, berbeda dari individu-individu yang membentuknya.

Penjelasan di atas mungkin agak sukar Anda pahami jika tidak disertai dengan contoh. Untuk itu kita lanjutkan diskusinya dengan contoh. Masih ingatkah pembahasan konsep masyarakat pada Kegiatan Belajar 1 sebelumnya, terutama definisi Berger tentang masyarakat? Kembali kita pada contoh hubungan persahabatan yang dipandang oleh Berger sebagai masyarakat. Ketika hubungan Upi dan Titi, misalnya, membentuk suatu hubungan persahabatan, maka hubungan antara Upi dan Titi telah memiliki pola hubungan. Hubungan persahabatan antara Upi dan Titi jelas berbeda dengan hubungan Titi dengan Rini sebagai teman biasa, sama juga halnya Upi dengan Rika sebagai teman biasa. Pola hubungan antara Upi dan Titi disebut dengan sistem interaksi atau dikenal juga sebagai masyarakat, sedangkan hubungan yang disebut dua terakhir dikenal sebagai interaksi sosial biasa. Sistem interaksi atau masyarakat yang dibentuk oleh Upi dan Titi berbeda dengan Upi dan Titi sebagai individu. Atau dengan kata lain, Upi dan Titi bukanlah persahabatan itu sendiri, karena persahabatan memiliki entitas sendiri yang tidak sama dengan individu Upi dan Titi yang membentuknya. Persahabatan, sebagai sistem interaksi, menjadi rujukan bagi Upi dan Titi ketika mereka melakukan interaksi sosial di antara sesamanya. Sekarang Anda sudah lebih paham, namun agar pemahaman Anda lebih dalam maka disajikan gambar seperti berikut ini.



Individu dalam masyarakat

Gambar 1.4. Individu dalam Masyarakat

Pada Gambar 1.4. tampak lingkaran yang di dalamnya ada beberapa individu. Masyarakat adalah lingkaran yang di dalamnya terdapat berbagai individu. Jika lingkaran dianalogkan sebagai masyarakat, maka dia adalah sebagai suatu entitas utuh yang berbeda dari individu-individu yang berada di dalamnya.

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa aktor dalam sosiologi tidak bisa dilihat sebagai individu itu sendiri, tetapi individu yang dihubungkan atau dikaitkan dengan individu lainnya, baik individu sebagai perorangan atau dalam kelompok (masyarakat).

Mari kita lanjutkan dengan contoh dan perbandingan. Dalam ekonomi, Inas adalah individu yang memiliki rasionalitas dan selalu menghitung dan membuat pilihan yang dapat memperbesar kesenangan pribadi atau keuntungan pribadi, dan mengurangi penderitaan atau menekan biaya. Hal yang sama juga dimiliki oleh individu lain di mana dan kapan saja, seperti Solvay dari Jerman, Evelyn dari Amerika, Yoko dari Jepang atau Yasmin dari Mesir. Jadi, Inas tidak berbeda dengan Solvay, Evelyn, Yoko dan Yasmin.

Sedangkan sosiologi, misalnya, melihat Inas sebagai individu dalam hubungannya dengan Leni atau Muhasim dalam masyarakat Minangkabau. Inas berbeda dengan Solvay karena situasi dan keadaan interaksi dan masyarakat di mana Inas berada berbeda dengan Solvay, yaitu Inas hidup dalam masyarakat Minangkabau, Indonesia, sedangkan Solvay di Jerman.

Dari penjelasan di atas, perlu diingatkan sekali lagi bahwa tindakan aktor yang menjadi perhatian sosiologi adalah tindakan aktor yang berkaitan dengan seperti apa yang telah dikemukakan oleh Max Weber dalam *Economy and Society*. Tindakan aktor dinyatakan sebagai tindakan sosial sejauh

tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku dari individu lain dan oleh karena itu diarahkan pada tujuan tertentu (Weber (1922) 1978:4).

Formulasi Weber tersebut menegaskan perbedaan antara ekonomi dan sosiologi. Yang pertama mengasumsikan bahwa aktor tidak dihubungkan dengan aktor lain, sedangkan yang disebut terakhir mengasumsikan bahwa aktor dihubungkan dengan dan dipengaruhi oleh aktor lain.

Anda telah selesai mempelajari materi tentang konsep aktor. Anda sudah paham dengan konsep aktor dalam ekonomi dan sosiologi? Sekarang kerjakan tugas di bawah ini untuk mengukur seberapa jauh Anda sudah memahami materi yang Anda pelajari.

Coba Anda buat contoh baik pendekatan ekonomi maupun pendekatan sosiologi, yang tentunya berbeda dari contoh yang telah dibuat di atas. Selanjutnya berikan alasan kenapa suatu contoh masuk ke dalam suatu pendekatan, pendekatan ekonomi atau pendekatan sosiologi?.

Jawaban

Ekonomi

Sosiologi

Contoh:.....

Contoh:.....

.....

.....

.....

.....

Alasan.....

Alasan.....

.....

.....

.....

.....

Petunjuk

Dalam mengerjakan soal ini, Anda kuasai terlebih dahulu konsep aktor menurut ekonomi dan sosiologi.

Selamat bekerja !

B. KONSEP TINDAKAN EKONOMI

Dalam ekonomi aktor diasumsikan mempunyai seperangkat pilihan dan preferensi yang telah tersedia dan stabil. Tindakan aktor bertujuan untuk

memaksimalkan pemanfaatan (individu) dan keuntungan (perusahaan). Tindakan tersebut dipandang rasional secara ekonomi. Sedangkan sosiologi melihat beberapa kemungkinan tipe tindakan ekonomi. Kembali kepada Weber ([1922]1978:63-69), tindakan ekonomi dapat berupa rasional, tradisional, dan spekulatif-irasional.

Tentu Anda ingin memantapkan pemahaman Anda tentang tindakan ekonomi dengan contoh, bukan? Baiklah kita mulai dengan tindakan ekonomi rasional, di sini individu mempertimbangkan alat yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ada. Seorang pria tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP), misalnya, dipandang rasional bila dia melamar di suatu bank tidak sebagai akuntan, tetapi sebagai *office-boy* (pesuruh). Atau contoh lain, seorang pedagang melihat di suatu daerah yang sedang berkembang terdapat peluang pendirian toko swalayan. Peluang tersebut dilihat prospektif, memiliki masa depan yang baik dengan beberapa alasan: penduduknya banyak, belum ada toko yang menyediakan barang secara lengkap, dan hanya ada beberapa toko kecil. Tindakan pedagang tersebut dipandang rasional. Tindakan ekonomi rasional menjadi perhatian baik ekonomi maupun sosiologi.

Dua tindakan ekonomi lain yang tidak dilihat oleh ekonomi, tetapi menjadi perhatian sosiologi adalah tindakan ekonomi tradisional dan tindakan ekonomi spekulatif-irasional. Tindakan ekonomi tradisional bersumber dari tradisi atau konvensi. Pertukaran hadiah di antara sesama komunitas dalam suatu perayaan, membawa kado bagi teman yang sedang ulang tahun, memberikan sumbangan untuk penyelenggaraan acara perkawinan kerabat, atau memberikan oleh-oleh kepada tetangga ketika pulang dari perjalanan jauh merupakan suatu bentuk pertukaran yang dipandang sebagai suatu tindakan ekonomi.

Tindakan ekonomi spekulatif-irasional merupakan tindakan berorientasi ekonomi yang tidak mempertimbangkan instrumen yang ada dengan tujuan yang hendak dicapai. Dalam kehidupan kita sehari-hari banyak sekali kita dengar orang melakukan hal seperti ini. Misalnya, suatu perusahaan yang membuka peluang kerjasama dengan siapa saja dengan iming-iming keuntungan besar, jauh melebihi nisbah bagi hasil kerjasama dari bank syariah maupun tingkat bunga dari bank konvensional. Biasanya perusahaan tersebut merekrut beberapa tokoh masyarakat sebagai pemikat nasabah lainnya sehingga banyak orang percaya bahwa bisnis mereka masuk akal dan legal. Sebab tokoh masyarakat juga ikut dalam kerjasama yang menggiurkan

tersebut, kenapa yang lain tidak? Atau contoh lainnya, kita juga banyak membaca di media cetak atau mendengar di berbagai media elektronik tentang penggandaan uang melalui kekuatan paranormal. Jika media menyampaikan hal tersebut, isi beritanya adalah korban melaporkan pada pihak berwajib karena penipuan. Ternyata korban penipuan tersebut berasal dari berbagai latar-belakang menurut jenis pendidikan, pekerjaan, dan status sosial. Dalam perspektif sosiologi, korban melakukan tindakan ekonomi yang spekulatif-irrasional, karena uang tidak bisa digandakan lewat apapun juga. Sampai sekarang belum ada teknologi yang dapat menggandakan uang, kecuali pemalsuan uang.

Masih dalam lingkup tindakan rasional, perbedaan kedua antara ekonomi dan sosiologi adalah menganggap rasionalitas sebagai asumsi, sementara sosiologi memandang rasionalitas sebagai variabel (Stinchcombe, 1986:5-6). Perbedaan lain muncul dalam status makna dalam tindakan ekonomi. Para ekonom sering menganggap tindakan ekonomi dapat ditarik dari hubungan antara selera di satu sisi serta kuantitas dan harga dari barang dan jasa di sisi lain. Singkatnya, menurut ekonomi, tindakan ekonomi berkaitan dengan selera, kualitas dan harga dari barang dan jasa. Sebaliknya bagi sosiologi, makna dikonstruksi secara historis dan mesti diselidiki secara empiris, tidak bisa secara sederhana ditarik melalui asumsi dan lingkungan eksternal. Oleh karena itu, sosiolog dapat melihat tindakan ekonomi sebagai suatu bentuk dari tindakan sosial. Maksudnya, seperti yang dikatakan Weber (1964: 12), tindakan ekonomi dapat dilihat sebagai suatu tindakan sosial sejauh tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Memberi perhatian ini dilakukan secara sosial dalam berbagai cara seperti memperhatikan orang lain, saling bertukar pandang, berbincang dengan mereka, berpikir tentang mereka atau memberi senyum pada mereka. Apakah Anda sudah paham? Jika belum, apakah Anda melakukan tindakan ekonomi dalam ruang hampa, tanpa ada interaksi sosial? Jika tidak, berarti pada saat Anda membuat tindakan ekonomi, Anda melakukannya dalam konteks hubungan sosial di mana dimungkinkan terjadinya saling memandang, saling bersenyum, saling tegur sapa, saling berjabat tangan, saling mengucapkan salam, dan seterusnya. Semua aktifitas saling yang Anda lakukan tersebut merupakan tindakan sosial, sebab dengan aktifitas tersebut Anda memperhatikan tingkah laku orang lain.

Selain itu, ekonomi memberikan sedikit perhatian pada konsep kekuasaan karena tindakan ekonomi dipandang sebagai pertukaran di antara

yang sederajat. Sementara itu, sosiologi cenderung memberikan tempat yang lebih luas dan mendalam kepada dimensi kekuasaan. Merujuk kepada Weber yang menegaskan bahwa “*adalah penting untuk memasukkan kriteria kekuasaan terhadap kontrol dan wewenang mengambil keputusan (Verfuegungsgewalt) dalam konsep sosiologis dari tindakan ekonomi.*”

Anda telah selesai mempelajari materi tentang konsep tindakan ekonomi. Anda sudah paham dengan konsep tindakan ekonomi dalam ekonomi dan sosiologi? Sekarang kerjakan tugas di bawah ini untuk mengukur seberapa jauh Anda sudah memahami materi yang Anda pelajari.

Tugas

Anda diminta untuk melakukan pengamatan di sekeliling tempat tinggal Anda dengan menggunakan pancaindra. Kemudian Anda tulis bentuk tindakan ekonomi apa saja yang Anda temukan baik yang dapat dikaji oleh ekonomi maupun oleh sosiologi.

Jawaban

Ekonomi

.....

Sosiologi

.....

Petunjuk

Dalam mengerjakan soal ini, Anda kuasai terlebih dahulu pengertian konsep tindakan ekonomi menurut ekonomi dan sosiologi.

Selamat Bekerja !

C. KONSEP KONSUMSI

Terdapat perbedaan pandangan antara ekonom dan sosiolog dalam melihat konsumsi. Di samping itu di antara sesama ekonom dan sesama sosiolog juga terjadi perbedaan pendapat.

1. Konsep Konsumsi dalam Ekonomi

Dalam ekonomi, paling tidak berkembang 3 pandangan tentang ekonomi, yaitu dari mazhab merkantilisme, marginalis, dan teori fungsionalis. Berikut pandangan mereka:

a. *Konsumsi sebagai Sarana Pencapai Tujuan Negara*

Konsumsi dipandang sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh negara. Pandangan seperti ini dikemukakan oleh penganut mazhab merkantilisme. Mazhab ini berkembang pada abad ketujuhbelas sampai abad kedelapanbelas. Sesuai dengan akar katanya, *merchant*, kaum saudagar, bersama kebijakan negara merupakan penggerak utama ekonomi. Adapun yang dimaksud tujuan negara adalah meningkatkan kemajuan dan kemakmuran negara kebangsaan (*nation state*) melalui surplus ekspor barang di atas impor dalam perdagangan luar negeri. Surplus yang dimaksud tersebut bisa menambah cadangan logam mulia seperti emas dan perak. Sedangkan cadangan demikian dipandang sebagai suatu unsur pokok bagi kekuatan negara, kemajuan bangsa, dan kemakmuran masyarakat.

Mazhab merkantilis membagi konsumsi atas 2 jenis, yaitu: *satu*, konsumsi produktif terhadap produk domestik yang meningkatkan keseimbangan perdagangan. *Dua*, konsumsi tidak produktif terhadap barang impor yang mengurangi keseimbangan perdagangan. Konsumsi produktif, oleh karena itu, seiring dengan pencapaian tujuan negara; sedangkan konsumsi tidak produktif menjadi berbeda arah dengan pencapaian tujuan negara.

b. *Konsumsi sebagai Penggerak Pasar dan Ekonomi*

Konsumsi dipandang sebagai pencipta permintaan dan motif bagi produsen untuk menghasilkan barang. Pandangan tersebut dikemukakan oleh mazhab marginalis. Mazhab ini berasal dari inti pemikiran mereka tentang *marginal utility* (faedah marginal). Konsep *marginal utility* dikemukakan pertama kali oleh Herman Gossen (1810-1858). Menurut Gossen, apabila jumlah satuan-satuan barang tertentu semakin bertambah, maka faedahnya masing-masing akan menurun. Faedah tersebut akan menjadi berkurang sampai mencapai suatu batas (margin). Faedah pada batas tersebut masih dinikmati oleh peminat (pembeli), dikenal sebagai faedah (di) batas, *marginal utility*. Melampaui dari batas

itu, maka bertambahnya persediaan barang yang bersangkutan menyebabkan nilai barang itu sudah tidak mempunyai arti bagi peminat (pembeli). *Marginal utility* ditentukan oleh penilaian subjektif dari peminat (pembeli).

Perkembangan Mazhab marginalis tidak bisa dilepaskan dari pengaruh Alfred Marshall ketika mengeluarkan teori tentang perilaku konsumen (*theory of consumers' behaviour*). Marshall memadukan antara kekuatan permintaan dan penawaran. Menurut Marshall, nilai dan harga barang di pasar dipengaruhi baik oleh permintaan maupun penawaran. Permintaan bersumber pada faedah marginal yang ditentukan oleh penilaian subjektif peminat (pembeli). Hal tersebut tercermin pada harga permintaan (*demand price*) di pasar yang ditentukan oleh para pembeli sebagai konsumen. Harga permintaan terletak pada suatu tingkat tertentu, di mana barangnya akan diminta dalam jumlah tertentu oleh pihak pembeli. Sisi inilah yang menghubungkan bagaimana pasar, kegiatan ekonomi pada umumnya, digerakkan oleh konsumsi.

c. *Konsumsi sebagai fungsi produksi rumahtangga*

Berbeda dengan dua pandangan teori sebelumnya yang berada pada tataran makro ekonomi, sedangkan pandangan teori fungsionalis berada pada mikro ekonomi. Pada dua teori yang disebut duluan, terutama mazhab marginalis, selera dipandang sebagai sesuatu hal yang bersifat individual psikologis. Sedangkan pada teori fungsionalis, selera dilihat dalam konteks agregat, yaitu rumahtangga. Kenapa demikian? Kerena menurut teori ini keputusan untuk mengonsumsi sesuatu dilakukan pada tingkat keluarga. Salah seorang tokoh dari teori fungsionalis adalah Gary S. Backer.

Menurut Backer, waktu adalah “barang atau jasa” langka, sebab setiap orang, siapapun juga dia, hanya memiliki waktu sekitar lebih kurang 24 jam per hari. Oleh karena itu, individu yang menawarkan jam (waktu) kerjanya merupakan seorang produsen; sedangkan pihak yang akan menggunakan waktu individu, seyogyanya, dilihat sebagai konsumen. Dengan demikian, seorang individu selain dianggap sebagai produsen, karena dia menawarkan jam (waktu) kerjanya; tetapi juga sekali gus dipandang sebagai konsumen, karena dia menggunakan waktu individu. Selanjutnya, pola curahan waktu, apakah waktu digunakan untuk bekerja atau sebagai aktifitas waktu luang (*leisure activities*) dan seberapa besar

jumlahnya, tergantung pada keputusan rumah tangga yang mempertimbangkan tingkat upah tenaga kerja yang diperoleh oleh rumah tangga, budaya, agama, dan lainnya.

2. Konsep Konsumsi dalam Sosiologi

Sedangkan sosiologi memandang konsumsi dalam beragam sudut, yaitu konsumsi sebagai fakta sosial, konsumsi sebagai definisi sosial, dan konsumsi sebagai fungsi perilaku sosial.

a. *Konsumsi sebagai Fakta Sosial*

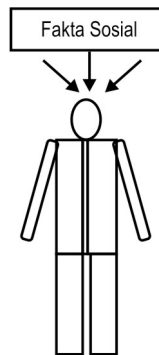
Apakah Anda masih ingat, apa yang dimaksud dengan fakta sosial menurut pandangan Emile Durkheim? Kalau lupa, mari kita diskusikan lagi! Fakta sosial merupakan semua cara bertindak, berpikir dan merasa yang memiliki karakteristik seperti berada di luar individu (eksternal), bersifat memaksa (*coercive*) dan umum (*general*). Karakteristik eksternal menunjuk pada kenyataan (realitas) objektif., yaitu dunia yang berada di luar individu. Realitas objektif itu ada sebelum individu ada dan akan tetap ada walaupun individu telah tiada. Kenyataan objektif tersebut tidak berkaitan dengan individu. Sifat memaksa yang dimaksud di sini adalah suatu kenyataan objektif, yang disebut dengan fakta sosial itu, menjadi kekuatan yang berada di luar individu untuk mengarahkan, menuntun, menekan dan memaksa individu bertindak, merasa, berpikir, atau melakukan sesuatu sesuai dengan fakta sosial. Sifat eksternal dan memaksa bukan hanya dialami oleh individu, tetapi juga dialami oleh sebagian besar orang pada komunitas tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, fakta sosial tersebar luas di dalam komunitas (masyarakat), dirasakan bersama, dipandang sebagai milik bersama, bukan milik pribadi individu. Apa yang disebut terakhir ini merupakan karakteristik umum dari fakta sosial.

Ada beberapa contoh yang disajikan berikut ini untuk memperdalam pemahaman Anda tentang konsumsi sebagai fakta sosial. Contoh pertama, pernahkah Anda memimpikan tampil beda secara ekstrim dengan apa yang diterima secara apa adanya selama ini? Katakanlah dalam berbusana misalnya! Jika Anda seorang pria, mungkin pernah terlintas dalam pikiran untuk memperlihatkan tubuh Anda yang atletis dengan otot besinya kepada khalayak melalui busana renang, seperti yang dipertunjukkan iklan dari salah satu produk minuman suplemen di televisi. Lintasan pikiran tersebut tidak pernah diwujudkan dalam dunia nyata, kecuali di kolam renang. Kenapa? Karena Anda takut tampil beda dengan pola busana yang ada dalam

masyarakat Anda! Dengan kata lain, Anda takut terhadap sifat (karakteristik) mamaksa dari fakta sosial. Jika Anda realisasikan lintasan pikiran Anda tersebut untuk memakai busana renang pada saat Anda mengunjungi kampus Universitas Terbuka di Pondok Cabe, misalnya, apa yang terjadi? Orang-orang yang berpapasan dengan Anda akan kaget melihat cara Anda berbusana. Di antara mereka mungkin ada yang berucap: “kasihan ya, orangnya gagah, tapi gila!”, “bocor kali ya”, atau “lupa makan obat kali”. Atau bahkan sebelum masuk ke kampus Universitas Terbuka Anda sudah dicegat oleh petugas keamanan kampus, karena dikira orang tidak waras yang mungkin akan mengganggu keamanan dan ketentraman kampus. Sifat memaksa fakta sosial dalam kasus ini ditunjukkan oleh ucapan orang lain terhadap Anda bahwa Anda tidak waras, oleh sebab itu pula petugas keamanan melarang Anda masuk kampus. Sedangkan karakteristik eksternal diperlihatkan dengan adanya ketidakinginan untuk berbeda dari pola busana yang telah ada dalam masyarakat. Pola busana, oleh karena itu, merupakan sesuatu yang berada di luar individu dan bukan milik individu pribadi tetapi milik bersama, yang tersebar meluas dalam suatu komunitas atau disebut umum.

Untuk memantapkan pemahaman Anda, mari kita ambil contoh lain. Pada masyarakat Islam, misalnya, babi merupakan binatang yang diharamkan untuk dikonsumsi. Semenjak kecil disosialisasikan kepada anak bahwa semua yang berasal dari babi dilarang dimakan. Baik orang tua maupun guru mengaji (ustad atau kiyai) mengatakan kepada setiap anak bahwa babi itu haram. Artinya jika memakan daging babi, orang tersebut telah berbuat dosa karena melanggar larangan Allah. Orang yang bergelimang dengan dosa akan masuk neraka. Apa yang terjadi misalnya pada suatu ketika di luar negeri, seorang muslim bernama Umar memesan makanan di sebuah cafe universitas ternyata mengandung daging babi setelah selesai menyantap habis makanan tersebut? Pada saat tahu bahwa makanan yang baru disantap mengandung babi, Umar merasakan ada sesuatu yang tidak enak dari perutnya, yang harus dimuntahkannya. Umar juga merasa bersalah terhadap diri sendiri mengapa dia tidak hati-hati memilih makanan yang pantas untuk dimakan. Dia merasa bersalah, merasa berdosa telah melanggar larangan Allah. Oleh karena itu Umar segera berdo'a mohon ampun terhadap keteledoran yang dilakukan. Apa yang dilakukan Umar setelah menyantap makanan yang mengandung babi tersebut, merasakan sesuatu yang tidak enak di perut, kemudian memuntahkan dan berdo'a mohon ampun menunjukkan adanya fakta sosial

yang bersifat memaksa. Sedangkan karakteristik eksternal adalah aturan hukum bahwa haram mengonsumsi daging babi merupakan suatu kenyataan objektif di luar individu, bukan kenyataan subjektif. Aturan hukum tersebut ada sebelum Umar ada dan akan tetap ada setelah Umar sudah tiada. Aturan hukum babi haram dikonsumsi diketahui oleh seluruh anggota dari masyarakat Muslim, tidak milik individu. Apa yang disebut terakhir ini merupakan sifat umum fakta sosial. Sekarang Anda lebih paham, bukan? Untuk menajamkan pemahaman Anda, berikut ini disajikan Gambar 1.5. konsumsi sebagai fakta sosial.



Konsumsi sebagai fakta sosial

Gambar 1.5. Konsumsi sebagai Fakta Sosial

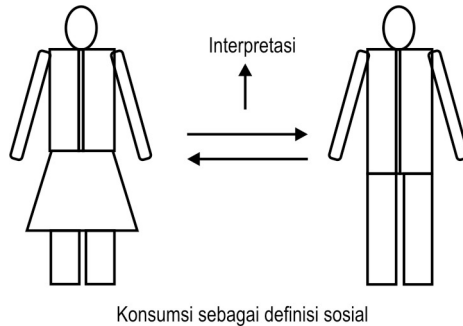
b. Konsumsi sebagai Definisi Sosial

Berbeda dengan fakta sosial yang berada pada tataran makro seperti struktur, institusi, kelompok dan lainnya, definisi sosial berada pada tataran mikro seperti individu. Ketika konsumsi dilihat sebagai definisi sosial maka individu dipandang sebagai makhluk yang kreatif dalam membuat definisi sosial. Oleh karena itu, fokus perhatian adalah individu sebagai pencipta definisi terhadap situasi di mana interaksi sosial yang berkaitan dengan proses konsumsi berlangsung. Dengan demikian, definisi sosial melihat proses penciptaan definisi tentang konsumsi. Karena itu, beberapa pertanyaan yang menarik diajukan dalam definisi sosial adalah apa yang dikonsumsi? apa makna konsumsi terhadap sesuatu tersebut?, mengapa mengonsumsi sesuatu? Bagaimana mengonsumsi? dan siapa yang (boleh) mengkonsumsinya?

Setelah dibahas panjang lebar tentang definisi sosial, namun belum juga ada pernyataan tentang batasannya. Mungkin Anda akan bertanya, apa yang dimaksudkan dengan definisi sosial? Seperti telah disinggung di atas, definisi merupakan proses kreatif memberikan arti, makna atau batasan tentang sesuatu. Sedangkan, kata sosial, seperti dibahas pada Kegiatan Belajar 1, menunjuk pada sesuatu yang dihubungkan atau dikaitkan dengan orang lain. Dengan demikian, definisi sosial menunjuk pada aktivitas individu sebagai aktor yang kreatif memberikan arti, batasan atau makna terhadap sesuatu yang ada hubungan atau kaitannya dengan orang lain.

Batasan definisi sosial telah diberikan, sekarang dilanjutkan dengan contoh. Anda pernah menerima undangan bukan? Ketika ingin memenuhi undangan tersebut, Anda terlebih dahulu melakukan definisi terhadap undangan tersebut. Tentu Anda memeriksa dalam konteks apa undangan tersebut dilayangkan, misalnya konteks pernikahan, ulangtahun, akikah (syukuran kelahiran anak), deklarasi partai, dies natalis fakultas, jalan sehat atau pembukaan suatu mall. Pemeriksaan konteks undangan adalah suatu tahapan proses pendefinisian. Busana apa yang Anda gunakan saat memenuhi undangan tersebut tergantung dari definisi yang Anda buat. Anda akan menggunakan pakaian formal bila undangan tersebut merupakan acara formal seperti dies natalis fakultas, atau mengenakan busana relatif santai bila undangan tersebut merupakan acara kurang formal seperti pembukaan mall atau jalan sehat. Sosial dari definisi sosial tersebut dikarenakan ketika Anda melakukan definisi tersebut Anda mempertimbangkan ada orang lain yang harus Anda antisipasi reaksi mereka terhadap Anda.

Sekarang kita masuk kepada contoh yang kedua. Ketika Anda sedang hadir pada suatu pertemuan yang sebelumnya belum pernah dikunjungi, apa yang Anda lakukan? Pasti Anda melakukan definisi sosial terhadap pertemuan tersebut, yaitu proses memberikan arti atau makna terhadap pertemuan yang sedang dihadiri serta mengantisipasi apa yang orang lain pikirkan atau lakukan terhadap Anda. Apa yang dibicarakan dan bagaimana membicarakannya, apa yang dimakan dan bagaimana memakannya, atau apa yang diminum dan bagaimana meminumnya merujuk pada apa yang Anda definisikan terhadap pertemuan tersebut. Untuk menajamkan pemahaman Anda, berikut ini disajikan Gambar 1.6. konsumsi sebagai definisi sosial.



Gambar 1.6. Konsumsi sebagai Definisi Sosial

c. Konsumsi sebagai Perilaku Sosial

Mirip dengan definisi sosial, perilaku sosial juga berada pada tataran individu. Beda antara keduanya adalah yang disebut pertama konsumsi dilihat sebagai proses definisi individu yang dihubungkan dengan orang lain, sedangkan yang disebut kedua konsumsi dipandang sebagai perilaku sosial. Dalam definisi sosial, individu merupakan aktor yang aktif dan kreatif dalam proses interaksi. Stimulus didefinisikan, dimaknai atau diinterpretasikan sesuai dengan situasi dan kondisi interaksi berlangsung di mana aktor terlibat di dalamnya. Sedangkan dalam perilaku sosial, individu merupakan aktor yang menanggapi secara pasif terhadap stimulus yang ada. Individu relatif kurang memiliki kebebasan. Tanggapan yang diberikan tergantung pada sifat dasar stimulus yang datang dari luar dirinya.

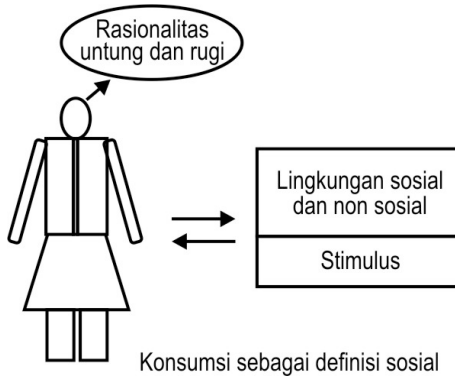
Tentu Anda bertanya apa itu perilaku sosial? Perilaku sosial merupakan perilaku individu yang nampak atau nyata dalam hubungannya dengan stimulus dari lingkungan (baik sosial maupun non sosial) serta kemungkinan perulangannya. Perilaku individu merupakan reaksi atau respon yang memuat pertimbangan rasional kalkulatif terhadap kemungkinan memperoleh ganjaran (*reward*) atau menghindari hukuman (*punishment*). Dengan pemahaman demikian, konsumsi merupakan reaksi atau respon yang memuat pertimbangan rasional kalkulatif untung atau buntung, mendapat atau merugi, dan bahagia atau sedih.

Apa persamaan dan perbedaan antara konsumsi sebagai tindakan rasional dalam perspektif ekonomi klasik dan konsumsi sebagai perilaku sosial. Persamaannya adalah individu dipandang sebagai aktor yang rasional. Sedangkan perbedaannya adalah dalam ekonomi klasik, aktor merupakan fokus kajian yang tidak ada hubungannya dengan lingkungan. Sedangkan

dalam sosiologi, aktor dalam perilaku sosial dipandang sebagai aktor yang merespon lingkungannya, baik sosial maupun non sosial.

Tentu Anda menginginkan contoh agar pemahaman Anda lebih dalam, bukan? Berikut disajikan beberapa contoh bagaimana konsep konsumsi sebagai perilaku sosial. Pernahkah orang memuji penampilan berbusana Anda? Apa yang Anda lakukan jika ingin mendapat pujian yang sama? Tentunya berbusana paling tidak seperti saat Anda memperoleh pujian dari orang lain tersebut. Jika demikian halnya maka Anda melakukan perulangan perilaku agar stimulus seperti masa lampau yang Anda harapkan terjadi.

Kita lanjutkan dengan contoh berikut. Apakah Anda mempunyai adik, anak, atau keponakan? Katakanlah Anda memiliki salah satunya. Ketika si adik, anak, atau ponakan tidak mau makan, maka Anda mengatakan, “jika makan yang banyak, nanti akan dibawa jalan-jalan”. Ternyata tawaran Anda bersambut, si adik, anak, atau keponakan melahap makanan yang disediakan sampai habis. Setelah itu Anda membawanya jalan-jalan. Bila pada kesempatan lain si adik, anak, atau keponakan malas makan, Anda beri tawaran seperti masa lampau, maka si adik, anak, atau keponakan akan merespon positif kembali tawaran Anda. Tingkah laku seperti ini disebut dengan perilaku sosial. Untuk menajamkan pemahaman Anda, berikut ini disajikan Gambar 1.7. konsumsi sebagai perilaku sosial.



Gambar 1.7. Konsumsi sebagai Perilaku Sosial

Untuk memudahkan pemahaman bagaimana konsep konsumsi dipandang dalam sosiologi, berikut disajikan tabel perbandingan konsep konsumsi.

Tabel 1.2. Perbandingan Konsep Konsumsi dalam Perspektif Sosiologi

	Fakta Sosial	Definisi Sosial	Perilaku sosial
Fokus	Struktur, Lembaga	Individu	Individu
Aktor	Pasif	Aktif-kreatif	Pasif
Kata Kunci	Pola	Interpretasi, makna	Respon stimulus

D. TUJUAN ANALISIS

Ekonomi cenderung melakukan prediksi dan eksplanasi, dan sangat sedikit membuat deskripsi. Dengan kata lain, dalam analisis ekonomi lebih cenderung melakukan ramalan tentang masa depan dengan membentangkan kemungkinan kecenderungan yang akan terjadi serta menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel. Sedangkan Sosiologi lebih cenderung kepada deskripsi dan eksplanasi, dan sangat jarang melakukan prediksi. Dengan kata lain, dalam analisis sosiologi lebih menekankan pada kedalaman suatu fenomena secara kualitas, apa yang ada dibalik kenyataan, dan melihat tembus terhadap realitas yang ada. Hal ini akan kita bahas lebih dalam pada Modul 2.

E. PENERAPAN METODE

Karena ekonomi terlalu menekankan prediksi maka metode yang cocok dengan itu adalah metode yang ditujukan untuk penerapan hipotesis dan penggunaan model-model dalam bentuk matematik. Oleh karena itu ekonom sering menggunakan data resmi atau dikenal dengan data sekunder dan tidak mempunyai data sendiri. Sedangkan sosiologi lebih sering menggunakan beberapa metode yang berbeda satu sama lain seperti hermeneutik, etnografi, dan fenomenologi termasuk metode historis dan perbandingan. Para sosiolog lebih sering mencari data sendiri di lapangan.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

Kapan dan di mana saja hampir di semua wilayah di muka dunia ini, jika kita bertemu dengan orang atau kelompok orang, mereka mengenakan

busana dengan berbagai jenis, bentuk, bahan dan ukuran. Pada suatu kesempatan ada orang yang menggunakan pakaian renang, pakaian adat, pakaian kerja, pakaian pesta, dan sebagainya dengan bermacam warna, bahan dan model. Kesemua kegiatan berbusana tersebut merupakan suatu aktifitas konsumsi.

- 1) Jelaskan mengapa semua kegiatan berbusana tersebut merupakan suatu aktifitas konsumsi baik dari sisi ilmu ekonomi maupun sosiologi ?
- 2) Jelaskan bagaimana fenomena berbusana di atas dipahami dalam konteks perbandingan antara ekonomi dan sosiologi ?

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Dalam menjawab soal ini, kemukakan pandangan secara umum dari ilmu ekonomi dan sosiologi tentang konsumsi dan kaitkan dengan fenomena berbusana tersebut.
- 2) Kemukakan pengertian konsep aktor, konsep tindakan ekonomi, konsep konsumsi, tujuan analisis, dan penerapan metode. Selanjutnya terapkan pada fenomena busana tersebut.



RANGKUMAN

Untuk memahami perbandingan antara ekonomi dan sosiologi dapat dilakukan dengan melihat beberapa hal berikut, yaitu pengertian konsep aktor, konsep tindakan ekonomi, konsep konsumsi, tujuan analisis, dan penerapan metode.

Titik tolak analisis ekonomi adalah individu. Pendekatan individu dalam analisis ekonomi berakar dari utilitarianisme dan ekonomi politik Inggris. Sedangkan dalam sosiologi melihat individu dalam interaksi dan masyarakat. Ekonomi melihat semua tindakan ekonomi adalah rasional, sementara sosiologi selain rasional mungkin saja tindakan ekonomi itu bersifat tradisional atau spekulatif-irrasional. Dalam ekonomi, konsumsi dipandang sebagai sarana mencapai tujuan negara, sebagai penggerak pasar dan ekonomi, serta sebagai fungsi produktif rumah tangga. Sedangkan sosiologi melihat konsumsi sebagai fakta sosial, definisi sosial dan perilaku sosial.

Ekonomi cenderung melakukan prediksi dan eksplanasi, dan sangat sedikit membuat deskripsi. Sementara sosiologi lebih cenderung kepada deskripsi dan eksplanasi, dan sangat jarang melakukan prediksi.

Metode yang digunakan ekonomi adalah metode yang menggunakan penerapan hipotesis dan penggunaan model-model dalam bentuk matematik. Sedangkan sosiologi menggunakan beberapa metode yang berbeda satu sama lain seperti hermeneutik, etnografi, dan fenomenologi termasuk metode historis dan perbandingan.



TES FORMATIF 2

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Dalam melakukan analisis konsumsi, titik tolak ekonomi adalah....
 - A. individu
 - B. kelompok
 - C. masyarakat
 - D. struktur

- 2) Pendekatan individu dalam analisis ekonomi berakar dari utilitarianisme dan ekonomi politik....
 - A. Perancis
 - B. Swiss
 - C. Inggris
 - D. Amerika

- 3) Sosiologi melihat tindakan ekonomi sebagai tindakan berikut ini, *kecuali*....
 - A. rasional
 - B. afektif
 - C. spekulatif-irasional
 - D. tradisional

- 4) Membeli blazer dengan harga mahal karena mempertimbangkan model, jenis bahan, dan kualitas lainnya untuk suatu penampilan menarik di tempat kerja, termasuk pada tindakan ekonomi yang berjenis tindakan....
 - A. rasional
 - B. afektif
 - C. spekulatif-irasional
 - D. tradisional

- 5) Aktor dalam definisi sosial bersifat....
 - A. aktif-kreatif
 - B. aktif-pasif

- C. kreatif-pasif
 - D. pasif-dinamis
- 6) Konsumsi dipandang sosiologi sebagai berikut ini, *kecuali*....
- A. relasi sosial
 - B. fakta sosial
 - C. definisi sosial
 - D. perilaku sosial
- 7) Karakteristik dari fakta sosial adalah sebagai berikut, *kecuali*....
- A. eksternal
 - B. memaksa
 - C. umum
 - D. internal
- 8) Pola makan pada suatu masyarakat merupakan konsumsi sebagai....
- A. relasi sosial
 - B. fakta sosial
 - C. definisi sosial
 - D. perilaku sosial
- 9) Kata kunci definisi sosial adalah sebagai berikut, *kecuali*....
- A. interpretasi
 - B. definisi
 - C. pemaknaan
 - D. pengelompokan
- 10) Ekonomi dalam analisis cenderung menggunakan....
- A. data primer
 - B. data sekunder
 - C. data observasi
 - D. data sendiri

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) A. Sudah jelas
- 2) D. Unsur-unsur interaksi sosial adalah pilihan A, B, dan C
- 3) A. Pilihan B, C dan D apabila ditambahkan kalimat “dalam interaksi” bisa juga menjadi jawaban benar.
- 4) A. Sudah jelas
- 5) B. Sudah jelas
- 6) D. Pilihan A, B dan C merupakan konsep yang dipahami oleh orang awam dalam menggunakan kata sosial.
- 7) B. Pilihan A, C dan D merupakan fenomena konsumsi
- 8) A. Pilihan B, C, dan D membedakan cara pandang dalam melihat konsumsi
- 9) D. Pilihan A, B dan C merupakan cabang ilmu yang dapat mengkaji konsumsi
- 10) C. Pilihan A, B dan D merupakan sub-disiplin sosiologi yang juga mempelajari konsumsi

Tes Formatif 2

- 1) A. Para ekonom melihat masyarakat atau kelompok sebagai penjumlahan atau agregat dari individu-individu semata.
- 2) C. Sudah jelas
- 3) B. Pilihan A, C dan D dapat merupakan tindakan ekonomi
- 4) A. Pilihan A mengandung pertimbangan antara alat/sarana dan tujuan
- 5) A. Aktor dipandang sebagai makhluk yang memiliki kemampuan untuk menciptakan dunianya sendiri. Oleh sebab itu aktor dipandang sebagai makhluk yang aktif-kreatif.
- 6) A. Pilihan B, C dan D merupakan pandangan sosiologi tentang konsumsi
- 7) D. Pilihan A, B dan C merupakan karakteristik fakta sosial
- 8) B. Pola makan merupakan sesuatu yang bersifat umum, memaksa dan eksternal. Oleh sebab itu ia dipandang sebagai fakta sosial
- 9) D. Dalam definisi sosial terdapat beberapa kata kunci seperti definisi, pemaknaan dan interpretasi

- 10) B. Para ekonom cenderung menggunakan data resmi yang diterbitkan secara resmi. Mereka jarang mengumpulkan sendiri data dari lapangan melalui survei, wawancara mendalam atau observasi.

Daftar Pustaka

- Berger, P.L. dan T. Luckmann. (1966). *The Social Construction of Reality*. New York: Boubbleday.
- Brinkerhoff, D.B. dan L. K. White. (1989). *Essentials of Sociology*. New York: West
- Chaney, D. (2004). *Lifestyles*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Horton, P.B dan C.L. Hunt. (1989). *Sosiologi*. (terjemahan, jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Parwitaningsih, dkk. (2005). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Slater, D. (1997). *Consumer Cultere & Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Soekanto, S. (1997). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Swedberg, R (1992). *Economics and Sociology; Redefining their Boundaries: Conversations with Economics and Sociologists*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Stinchcombe, (1986). “*Rationality and Social Structure*” dalam *Stratification and Organization: Selected Papers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weber, M. (1922]1978). *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press.