

ABSTRAK

Nor Khofifah. 200521100033. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. Perilaku Konsumtif Pembelian Barang Bermerek Pada Perempuan Buruh Pabrik PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia Di Kabupaten Jombang (Studi Fenomenologi pada Perempuan Buruh Pabrik yang Belum Menikah).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pergeseran nilai dan pola perilaku dalam kalangan buruh pabrik, yang sebelumnya lebih berfokus pada memenuhi kebutuhan dasar, namun kini cenderung mengarah pada keinginan untuk memiliki barang-barang yang dianggap sebagai simbol status atau kebahagiaan sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk, pola, dan faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif pembelian barang bermerek pada buruh pabrik PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi. Informan dipilih melalui metode *snowball sampling*. Subjek dari penelitian ini adalah buruh pabrik perempuan PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia yang belum menikah dan terindikasi melakukan perilaku konsumtif pembelian barang bermerek. Penelitian ini menggunakan teori Masyarakat Konsumsi Jean Paul Baudrillard sebagai pisau analisis untuk menjelaskan tujuan dari perilaku konsumtif yang Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh buruh pabrik perempuan PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia memiliki karakteristik mudah tergoda (impulsif), selalu mengikuti tren (FOMO), dan tidak berpikir hemat (pemborosan). Bentuk perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh buruh pabrik ini adalah pembelian barang bermerek seperti fashion dan aksesoris dengan intensitas pembelian yang tinggi. Adapun faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif dalam pembelian barang bermerek pada buruh pabrik antara lain faktor pendapatan, kebutuhan akan status sosial, keinginan untuk selalu mengikuti tren, dan meniru gaya perkotaan. Perilaku konsumtif yang mereka lakukan bertujuan untuk meningkatkan status sosial mereka melalui penggunaan barang bermerek tersebut. Barang bermerek memiliki nilai tanda dan nilai simbolik yang dapat meningkatkan status, citra, dan nilai dalam lingkungan sosial mereka.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Buruh Pabrik, Barang Bermerek, Nilai Tanda

ABSTRACT

Nor Khofifah. 200521100033. Sociology Study Program. Faculty of Social and Cultural Sciences. Trunojoyo University of Madura. *Consumptive Behavior in Purchasing Branded Goods Among Female Factory Workers at PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia in Jombang Regency (A Phenomenological Study of Unmarried Female Factory Workers).*

This research is motivated by a shift in values and behavioral patterns among factory workers, who previously focused more on meeting basic needs but now tend towards a desire for items perceived as symbols of status or happiness, leading them to exhibit consumptive behavior. The purpose of this study is to identify the forms, patterns, and underlying factors of consumptive behavior in purchasing branded goods among female factory workers at PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia.

The research method used is qualitative with a phenomenological approach. Data collection methods include observation, interviews, and documentation. Informants were selected using the snowball sampling method. The subjects of this study are unmarried female factory workers at PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia who exhibit consumptive behavior in purchasing branded goods. This research utilizes Jean Paul Baudrillard's theory of Consumer Society as an analytical tool to explain the goals of consumptive behavior. Data analysis employs Miles and Huberman's techniques, while data verification uses source triangulation.

The results of this study indicate that the consumptive behavior exhibited by female factory workers at PT Pei Hai Internasional Wiratama Indonesia is characterized by impulsiveness, a tendency to follow trends (FOMO), and a lack of frugality (extravagance). The forms of consumptive behavior displayed by these factory workers include the frequent purchase of branded goods, such as fashion and accessories, with high buying intensity. Factors influencing consumptive behavior in purchasing branded goods include income level, the need for social status, the desire to keep up with trends, and the imitation of urban styles. The consumptive behavior they engage in aims to elevate their social status through the use of branded goods. Branded goods possess sign and symbolic value that can enhance status, image, and worth in their social environment.

Keywords: Consumptive Behavior, Female Factory Workers, Branded Goods, Sign Value