

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat modern saat ini selalu mengikuti perubahan gaya hidup seiring dengan perkembangan zaman. Dahulu masyarakat tidak terlalu memperhatikan penampilan dan gaya hidup, namun keadaan sekarang berbeda karena kini gaya hidup menjadi perhatian yang serius bagi masyarakat modern. Gaya hidup bukan lagi sekedar memperhatikan urusan penampilan, kini mengunjungi tempat nongkrong menjadi kegiatan yang dilakukan oleh anak muda hingga dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan mengisi waktu luang. Dahulu tempat nongkrong hanya sekedar warung kopi kecil dan biasanya sebagai tempat rehat, berkumpul, dan ngopi. Awalnya kegiatan bersantai di tempat nongkrong merupakan kebiasaan yang selalu dinilai negatif, namun kini sebaliknya masyarakat modern menilai hal tersebut merupakan kegiatan yang lazim.

Tempat nongkrong adalah semacam ruang bagi para individu yang menjadikan tempat untuk bersosialisasi ketika mereka tidak mendapatkannya di rumah atau di lingkungan tempat tinggal.¹ Keberadaan tempat nongkrong saat ini semakin menjamur tiap sudut kota termasuk di Jakarta. Beberapa tempat nongkrong meramaikan berbagai pilihan bagi calon pengunjung di tiap sudut jalan. Konsep tempat nongkrong dibungkus semenarik mungkin agar memikat perhatian calon

¹ Ima Estika “Gaya Hidup Remaja Kota (Studi Tentang Pengunjung Kafe Di Pekanbaru)”, *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, Vol. 4, No. 1, Februari 2017 hlm 3

pengunjung, dengan memiliki suasana dan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan.

Keberadaan individu memilih tempat nongkrong tentu dilihat dari berbagai aspek terutama untuk kebutuhan gaya hidup dan keputusan pembelian. Gaya hidup masyarakat menjadi gaya hidup konsumerisme yang tak lagi mementingkan nilai guna suatu produk tetapi bagaimana produk tersebut dapat meningkatkan citra diri, prestise penggunanya di hadapan khalayak. Konsumsi diartikan sebagai suatu sistem diferensiasi yakni suatu sistem di mana terjadi pembentukan tingkatan status, simbol dan prestis sosial sebagai tanda hadirnya masyarakat konsumen.² Maka dari itu, tempat nongkrong sekarang menjadi salah satu media masyarakat modern dalam memenuhi gaya hidup.

Gaya hidup menjadi peran penting bagi masyarakat modern, salah satunya kegiatan nongkrong di tempat-tempat yang sedang populer atau tren. Kondisi individu yang ingin memenuhi kebutuhan gaya hidup nongkrong disebabkan karena individu lebih mengutamakan tempat nongkrong bergensi dibandingkan tempat nongkrong yang memiliki konsep sederhana. Masyarakat modern memiliki pandangan bahwa dengan mengunjungi tempat nongkrong bergensi dapat meningkatkan eksistensi diri. Hal ini dapat diakibatkan faktor gaya hidup yang dipengaruhi oleh media sosial dimana memiliki peran signifikan untuk membentuk seseorang dalam keputusan pembelian disebabkan tekanan sosial melihat gambaran orang lain dengan nuansa kemewahan.³ Fenomena ini disebabkan karena

² Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Konsumerisme dan Hiper-Realitas Gaya hidup*, (Bandung: Matahari, 2010). Hlm 149

³ W.Glynn Mangold & David J. Faulds, "Social media: The new hybrid element of the promotion mix", *Business Horizons*, Vol 52 No.4, (2009), hlm 360

masyarakat modern sekarang sudah banyak berkecimpung di dunia media sosial. Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat modern yang mengunjungi tempat-tempat nongkrong, karena melihat tren yang tersebar di media sosial, sehingga bertambahnya keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat nongkrong demi kepuasan hasrat dan membentuk citra serta mengeskpresikan identitas jati diri mereka.

Keberadaan individu dalam memilih tempat nongkrong menjadi salah satu fenomena bahwa terjadinya perubahan pola konsumsi, bentuk interaksi, dan pola gaya hidup.⁴ Menyadari semakin berkembangnya zaman, masyarakat modern memiliki gengsi untuk memilih tempat nongkrong mewah dengan nilai praktis dan kenyamanan, dibandingkan dengan tempat nongkrong yang memiliki konsep sederhana atau pinggir jalan. Pemilihan tempat nongkrong sebagai salah satu cara untuk menunjukkan citra diri seseorang. Dalam hal ini, maka pemilihan tempat nongkrong akan berpengaruh terhadap pembentukan gaya hidup individu.⁵

Maraknya tempat nongkrong di Jakarta berkembang cukup pesat, hampir di setiap titik mengalami pertumbuhan dalam konsep eksterior yang memenuhi ruang dan tempat sebagai menarik perhatian. Keberadaan tempat nongkrong di Jakarta dapat ditemui di kawasan Bendungan hilir yang merupakan sebuah tempat yang sangat strategis di tengah pusat kota dan terkenal menawarkan berbagai macam kuliner, salah satunya tempat nongkrong. Kawasan Bendungan Hilir menawarkan tiga jenis konsep tempat nongkrong yakni tempat nongkrong yang memiliki konsep

⁴ Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, Gede Kamajaya “Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar)”, *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, Vol.1 No.1, April 2017, hlm 42

⁵ Renaldi Mukti Wibowo, *Op.cit*, hlm 108

standar nasional hingga internasional, tempat nongkrong dengan konsep sederhana, dan tempat nongkrong dengan konsep kecil pinggir jalan, serta memiliki macam pilihan harga mulai dari yang paling murah hingga paling mahal. Hal ini terdapat perbedaan terhadap kualitas, kenyamanan, dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak pengelola tempat.

Tempat nongkrong menjadi bukti gaya hidup masyarakat modern yang disebabkan adanya perkembangan media sosial, sehingga pihak pengelola menawarkan berbagai konsep menarik membuat calon pengunjung berlomba-lomba untuk mengunjunginya. Keberadaan tempat nongkrong mengubah cara gaya hidup masyarakat modern di Jakarta tanpa terkecuali khususnya para karyawan yang berada di kawasan Bendungan Hilir. Kegiatan mengunjungi tempat nongkrong sudah menjadi gaya hidup konsumtif karena pihak pengelola tempat menuntun individu untuk mengeluarkan uang dengan nominal yang tidak sedikit.

Tak hanya menawarkan beragam macam tempat nongkrong di tiap sudut jalan Bendungan Hilir. Kawasan ini juga terdapat salah satu gedung yaitu Kantor Pusat Bank BRI dan banyak ditemukan tempat nongkrong di dalamnya meliputi kafe, restoran, bar, *food court*, dan lainnya. Banyak ditemukan para karyawan Kantor Pusat Bank BRI mengunjungi tempat nongkrong untuk melepas penat di jam makan siang ataupun melakukan pekerjaan bersama rekan kerja (*work from café*). Keberadaan tempat nongkrong dalam keseharian para karyawan kini mendapatkan posisi tersendiri sebagai salah satu tempat alternatif untuk memanfaatkan waktu luang ataupun tujuan penting, seperti *work from café* dan

meeting. Tak jarang banyak tempat nongkrong memiliki fungsi sebagai *co-working space* atau tempat *meeting*.⁶

Tidak sedikit para karyawan Kantor Pusat Bank BRI rela mengorbankan penghasilannya untuk melakukan aktivitas di tempat nongkrong serta menikmati pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola. Para karyawan melakukan aktivitas dalam mengunjungi tempat-tempat nongkrong cenderung mengarah konsumtif seperti membeli makanan atau minuman dengan harga relatif mahal. Kegiatan mengunjungi tempat nongkrong secara berlebihan akan menghabiskan uang, serta mendorong individu berperilaku konsumtif. Dapat dikatakan, perilaku konsumtif adalah gaya hidup mewah yang tidak mempertimbangkan efek-efek dari perilaku tersebut dan sangat merugikan individu dalam taraf personal.⁷

Dalam pemilihan tempat nongkrong tidak lepas dari kegiatan ekonomi untuk mengeluarkan uang, hal ini mengakibatkan para karyawan harus menyesuaikan antara gaya hidup dan kondisi finansialnya. Pada preferensi tempat nongkrong dapat dilihat dari bagaimana individu memilih tempat nongkrong yang sesuai dengan minatnya, bagaimana interaksi dengan lingkungannya, bagaimana membelanjakan uangnya berdasarkan siklus finansial, serta apa yang dipikirkan individu untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Pemilihan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial dapat memberikan gambaran bagaimana individu berperilaku dalam mengeluarkan uang.

⁶ Renaldi Mukti Wibowo, Azizah Alie dan Yelly Erlanda “Café Dan Identitas Sosial Generasi Milineal Di Surabaya”, *Jurnal entitaas sosiologi FISIP Universitas Jember*, Vol.11, No.2, Agustus 2022, hlm 108

⁷ Ima Estika, *Op,cit*, hlm 3

Tempat nongkrong dapat membentuk gaya hidup individu yang memiliki hubungan antara faktor penyebab dan kondisi finansial dalam pemilihan tempat nongkrong. Jika para karyawan mengikuti perkembangan tren dan memiliki preferensi tempat nongkrong yang cenderung menguras kantong, maka mereka harus memperoleh penghasilan agar dapat membelanjakan uang untuk mengunjungi tempat nongkrong berdasarkan keinginan.

Dalam karya *The Philosophy of Money* milik Georg Simmel bahwa adanya sebuah relasi antara subjek dan objek, hal ini manusia sebagai subjek dan uang sebagai objek. Relasi keduanya menciptakan suatu nilai akan uang. Substansi nilai uang adalah keinginan (*desire*). Keinginan mendorong subjek untuk memperoleh suatu objek sebagai sebuah pemenuhan kepuasan diri.⁸ Adanya kegiatan ekonomi terhadap pemilihan tempat nongkrong yakni individu harus mengeluarkan uang lebih dalam membentuk gaya hidup demi mendapatkan kepuasan.

Dapat diketahui, untuk membentuk gaya hidup, para karyawan perlu memperoleh penghasilan dan rela mengorbankan uangnya untuk memilih tempat nongkrong berdasarkan preferensi mereka. Hal ini diartikan bahwa para pegawai kantor mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dengan melakukan aktivitas di tempat nongkrong yang diinginkan. Ketika individu sudah mendapatkan keinginannya maka terciptalah kenikmatan yang dirasakan dari suatu nilai dalam hal gaya hidup. Kenikmatan dicapai manusia ketika oposisi antara subjek dan objek hilang dan menciptakan suatu nilai.⁹

⁸ Paul Kamolnick, "Simmel's Legacy for Contemporary Value Theory: A Critical Assessment", *Sociological Theory*, Vol 19, No.1, 2001, hlm 69.

⁹ Georg Simmel, *The Philosophy of Money*, (Routledge: London, 2010), hlm 63

Pada persoalan ini, para karyawan harus memiliki finansial yang stabil untuk menginginkan sesuatu yang mempunyai nilai lebih. Jika finansial tidak mencukupi maka mereka tidak bisa mendapatkan kenikmatan dari sesuatu yang diinginkan. Maka dari itu, para karyawan harus bekerja dalam memperoleh penghasilan agar memiliki uang untuk mengunjungi tempat nongkrong berdasarkan preferensi sehingga dapat membentuk gaya hidup.

Pemaparan di atas cukup menarik perhatian, disini peneliti ingin melihat bagaimana alasan dan usaha para karyawan untuk memilih tempat nongkrong dalam membentuk gaya hidup dengan menyesuaikan kondisi finansialnya. Disisi lain, tempat nongkrong merupakan ruang konsumsi yang menuntut konsumen untuk mengeluarkan uang dengan nominal tidak sedikit, terutama bagi para karyawan yang memiliki pengeluaran untuk kebutuhan primer hingga memiliki tanggungan keluarga.

Merebaknya tempat nongkrong di Jakarta khususnya kawasan Bendungan Hilir membuat para karyawan tertarik untuk mengunjungi berbagai tempat mulai dari harga yang terjangkau hingga cenderung mahal. Dalam pemilihan tempat nongkrong tidak lepas dari pengorbanan untuk mengeluarkan uang lebih demi mewujudkan gaya hidup yang diinginkan. Kondisi finansial sangatlah berpengaruh dalam kebutuhan gaya hidup terutama pemilihan tempat nongkrong, oleh karena ini peneliti ingin meneliti tentang kajian “Preferensi Tempat Nongkrong dalam Membentuk Gaya Hidup Berdasarkan Siklus Finansial (Studi kasus: 5 Karyawan di Kawasan Bendungan Hilir)”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji mengenai preferensi pemilihan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial bagi para karyawan. Para karyawan Kantor Pusat Bank Republik Indonesia (BRI) sering ditemukan di tempat-tempat nongkrong area Bendungan Hilir dan sekitarnya, mulai dari tempat yang memiliki harga terjangkau hingga paling mahal. Adanya kepedulian dalam pengeluaran uang hingga perilaku pemborosan terhadap pemilihan tempat nongkrong dapat mempengaruhi kondisi finansial. Hal ini menjadi perhatian, para karyawan menghadapi siklus finansial yang berubah-ubah setiap waktu dalam satu bulan dan berkaitan dengan apa yang mereka belanjakan dari penghasilannya.

Para karyawan memiliki gaji sesuai dengan jabatan atau posisi yang mereka tempati. Di tengah permasalahan ini, para karyawan memiliki faktor dan usaha yang berbeda-beda dalam menyikapi gaya hidup. Uang sebagai perwujudan modern dalam aktivitas ekonomi dimana terjadinya hubungan antara uang dan perilaku sosial manusia, maka dari itu uang dapat membentuk struktur perilaku manusia yang lebih mementingkan tujuan dan hasrat dalam mengejar apa yang diinginkan. Hal ini uang dapat menimbulkan rasa ketamakan dan cara mewujudkannya dalam proses meminta maupun memaksakan keinginan pribadi, karena pandangan manusia mengenai uang dapat memberi hak untuk membeli, hak untuk memiliki, dan hak untuk menguasai semata-mata demi memuaskan keinginan manusia.¹⁰

¹⁰ Nelman Asrianus Weny, "Uang dan Keterasingan", *Indonesian Journal of Theology*, Vol.6, No.2, Desember 2018, hlm 206-207

Dari pemaparan diatas, peneliti ingin mengangkat masalah mengenai para karyawan di kawasan Bendungan Hilir dalam menentukan pilihan tempat nongkrong untuk membentuk gaya hidupnya dengan menyesuaikan siklus finansial. Pemilihan tempat nongkrong bergantung pada tujuan yang dimiliki individu. Pada umumnya individu yang sudah memperoleh uang memiliki tujuan untuk mengalokasikan penghasilannya untuk kebutuhan primer. Namun seiring perkembangan zaman, masyarakat modern sekarang butuh rekreasi atau *self-reward*, dimana berhubungan dengan kebutuhan gaya hidup, hal ini membuat banyak karyawan berlomba-lomba untuk memperoleh pendapatan dan melakukan kegiatan ekonomi yakni rela mengorbankan uang demi keinginan atau hasrat mereka terpenuhi.

Para karyawan rela mengeluarkan penghasilannya untuk memilih tempat nongkrong sesuai preferensi dalam membentuk gaya hidup. Hal ini dapat dilihat dari alasan dan usaha yang berbeda-beda dalam menyikapi pemilihan tempat nongkrong dengan pertimbangan siklus finansial. Peneliti akan menjawab pertanyaan mengenai pemilihan tempat nongkrong yang dilakukan para karyawan di kawasan Bendungan Hilir serta implikasinya dalam kondisi finansial mereka. Permasalahan yang diangkat dapat dirumuskan menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana alasan dalam memilih preferensi tempat nongkrong?
2. Bagaimana dampak preferensi tempat nongkrong terhadap pembentukan gaya hidup?

3. Bagaimana pertimbangan kegiatan ekonomi dalam memilih tempat nongkrong?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan alasan dalam memilih preferensi tempat nongkrong
2. Untuk mendeskripsikan dampak preferensi tempat nongkrong terhadap pembentukan gaya hidup.
3. Untuk mendeskripsikan pertimbangan kegiatan ekonomi dalam memilih tempat nongkrong.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi, referensi, serta pengetahuan di bidang sosiologi, khususnya dalam bidang sosiologi ekonomi dan Penelitian ini diharapkan mampu menambah kepustakaan dan dijadikan referensi kepustakaan di Pendidikan Sosiologi serta Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan peneliti untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan khususnya dalam sosiologi ekonomi yang didapat dalam skripsi ini.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Penelitian ini menggunakan beberapa tinjauan penelitian sejenis berupa buku, dan jurnal-jurnal yang dapat membantu penulis dalam proses penelitian. Berikut studi literatur tinjauan penelitian sejenis yang akan memaparkan hasil studinya berdasarkan pada kategori.

Keberadaan tempat nongkrong ialah salah satu tempat untuk menunjang kebutuhan gaya hidup. Studi pemilihan tempat nongkrong ditinjau dari pengambilan keputusan konsumen oleh Felipe Almeida di mana memusatkan perhatiannya dengan keputusan yang diambil oleh konsumen bergantung pada kebiasaan, cara, sarana yang mendukung secara sosial, dan persaingan kelas sosial. Dalam pendekatan Thorstein Veblen terdapat dorongan batin untuk bertindak di mana menghasilkan motivasi yang kuat untuk berperilaku sehingga konsumen harus menghadapi apa yang ada di depannya, seperti barang atau sesuatu yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa respon terhadap dorongan-dorongan dari dalam konsumen dan hal itu ditentukan oleh barang-barang yang dapat membuat tekanan dorongan batin berhenti sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.¹¹ Ini diartikan bahwa konsumen memiliki hubungan antara dorongan batin dan barang yang diinginkan sehingga menimbulkan suatu masalah kebiasaan, yang menimbulkan kesalahpahaman tentang cara mengonsumsi dapat menghasilkan rasa tidak puas dari konsumen yang memahami hubungan dorongan

¹¹ Felipe Almeida, "Thorstein Veblen and Albert Bandura: A Modern Psychological Reading of the Conspicuous Consumer", *Journal Of Economic Issues*, Vol. 48, No. 1, 2014, Hlm 111

batin dan barang yang diinginkan. Umumnya penyebab konsumen tidak memperoleh ketidakpuasan dimana kurangnya sumber daya keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Elizabeth Goodstein dalam pentingnya uang untuk melakukan gaya hidup dimana uang memiliki keunggulan sebagai perantara dalam kehidupan yang berlaku. Semakin banyak kehidupan sosial dibawah pengaruh ekonomi uang, maka semakin efektif dan relevan dalam kehidupan, karena uang merupakan hal yang tidak lepas dari objek ekonomi yang diwujudkan dalam bentuk khusus yang didalamnya terkandung nilai. Penulis juga mengutip karya *The Philosophy of Money* milik Georg Simmel dalam bab tentang “*Lifestyle*” dimana Simmel menguraikan visinya tentang kehidupan modern secara gamblang dimana uang dapat mewujudkan berbagai hal sebagai realitas yang sesungguhnya dan simbolis secara bersamaan. Bagi Simmel uang adalah sumber yang tidak hanya memiliki kekuatan untuk memberi jarak terhadap “budaya benda”, melainkan juga menciptakan kebebasan subjektif yang tampaknya ada jarak oleh “budaya objektif” yang sangat kuat, hal ini dapat diartikan bahwa uang dapat memberi kebebasan pada individu yang bisa dikatakan apa yang dulunya merupakan hak istimewa beberapa orang.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh D. Bögenhold and F. Naz yakni menggali hubungan antara tingkat sosial dan praktik sosial, serta orang-orang yang mengatur waktu senggangnya dan bagaimana mereka membelanjakan pendapatan mereka. *Philosophy of Money* milik Simmel membahas uang sebagai acuan dari proses

¹² Elizabeth Goodstein, “Style as substance. Georg simmel’s phenomenology of culture”, *Cultural Critique*, No. 52, 2002, Hlm 213-214

rasionalisasi dalam kehidupan kapitalis, di mana uang menumbuhkan keseimbangan hidup. Gaya hidup dan rasionalitas sosial dibahas secara mendalam yakni melawan fakta sejarah baru dalam ekonomi uang, *Philosophy Of Money* juga memberikan bukti kritik terhadap budaya di mana Simmel mempertimbangkan keraguannya dalam kemajuan dan kebebasan untuk memilih, menekankan hal yang bertentangan, dan proses hilangnya pandangan sosial. Sebenarnya dalam suatu masalah mengenai konsumsi yakni tidak hanya untuk meningkatkan cara barang untuk dikonsumsi dari satu ke yang lain dalam kehidupan individu, tetapi mengajak interaksi antara konsumsi dan masyarakat untuk masuk ke dalam bentuk tatanan sosial di mana harus paham mengenai keputusan tentang pemanfaatan uang dan waktu secara sistematis.¹³ Lalu lanjut pada pemikiran Thorstein Veblen yang menelusuri dari segi selera, sosial, dan estetika, ia mempelajari pola perilaku individu dan mengikuti logika sosial yang brilian di mana bidang penelitiannya mengarah pada konsumsi yang mencolok atau konsumsi yang berlebihan.¹⁴

Keberadaan tempat nongkrong dimanfaatkan untuk waktu luang seperti pada studi yang dilakukan Margit Keller, dkk yang membahas tentang konsumsi dalam waktu luang. Kebanyakan para individu memakai waktu luang tidak bergantung pada waktu yang ada, tetapi pada pembagian waktu antara waktu luang dengan kesibukan, maka dari itu penggunaan waktu luang dan kegiatannya dapat dilihat dari apa yang dilakukan oleh individu ketika tidak disibukkan dengan pekerjaan mereka. Waktu luang juga berkaitan dengan persoalan identitas, penulis

¹³ D. Bögenhold and F.Naz, "Consumption, Lifestyles and Taste", *Theory, Culture & Society*, Vol 29, No. 8, Hlm 29-31

¹⁴ *Ibid*, hlm 31-32

juga mencantumkan karya *The Leisure Class* milik Thorstein Veblen, dengan melihat identitas sosial melalui pilihan waktu luang dan gaya hidup telah berkembang melebihi kekayaan atau disebut *nouveaux* (orang kaya baru), hal ini untuk menampilkan dan mempertahankan posisi kelas baru mereka.¹⁵ Waktu luang yang dilakukan oleh masyarakat modern khususnya pada masyarakat urban sekarang biasanya menyisihkan waktu luang mereka untuk bersantai di café atau tempat nongkrong yang memiliki nuansa nyaman. Kebanyakan dari mereka juga mencari tempat-tempat nongkrong yang ternama atau bergengsi dikarenakan pandangan mereka mengenai tempat tersebut memiliki kualitas yang bagus dan kepuasan yang mereka dapat dari segi sosial seperti berinteraksi dengan rekan subkultural, menampilkan identitas mereka, dan sebagai batu loncatan dalam karir individu.

Pada kehidupan manusia tidak lepas dari aktivitas ekonomi antara individu dan uang, seperti penelitian yang dilakukan Hans Blumenberg mengenai karakteristik uang dan kehidupan berdasarkan pemikiran Georg Simmel: *Philosophy of Money*. Uang memiliki keterkaitan antara kebebasan dan kepuasan individu dimana kehidupan sosial dimediasi oleh uang untuk memberikan tujuan nilai, namun pada akhirnya dituntut untuk memiliki arti kehidupan yang sebenarnya. Alasannya karena hanya uang yang dapat memuaskan manusia secara murni dari konsep kebahagiaan sehingga dapat dikatakan bahwa setiap orang dapat membeli kebahagiaannya dengan uang.¹⁶ Setiap individu yang memiliki pekerjaan

¹⁵ Margit Keller, Bente Halkier, Terhi-Anna Wilska, Monica Truninger, *Routledge Handbook on Consumption*, (Routledge, 2016), hlm 128.

¹⁶ Hans Blumenberg, 2012, "Money or life: Metaphors of George Simmel's philosophy", *Theory, Culture & Society*, Vol. 29 No. (7/8), Hlm 254

dan gaji, pada penjelasan penelitian ini uang sangat memiliki arti lebih bagi pekerja di mana dengan memiliki uang individu dapat melakukan tujuan yang diinginkan baik dari segi primer, sekunder, dan tersier. Penulis mencoba mengemukakan pemikirannya tentang uang yang menunjukkan bahwa kemanusiaan dapat diperoleh ketika uang kehilangan nilainya, karena tidak semua kehidupan diperoleh dari uang, namun kembali lagi pada kenyataannya seperti yang dikatakan Simmel bahwa uang ialah satu-satunya bentuk kebahagiaan individu di kehidupan sosial.

Studi yang dilakukan Georg Simmel dalam karya *The Philosophy of Money* membahas nilai dan uang. Uang berada pada jarak yang tidak dapat diatasi oleh ego kepentingan diri saja, melainkan uang menjadikan sarana yang diperlukan antara ego dengan objek, uang juga menempatkan objek-objek pada jarak yang jauh sehingga uang mampu menghapus jarak. Karena uang hanyalah alat untuk memperoleh benda-benda, maka pada hakikatnya uang berada pada jarak yang tidak dapat diatasi dari Ego yang mendambakan kenikmatan dan uang sebagai sarana yang diperlukan antara Ego dan obyek-obyek, maka ia juga menempatkan obyek-obyek tersebut pada jarak yang jauh.¹⁷ Simmel memosisikan pertukaran sebagai prasyarat nilai ekonomi. Pertukaran telah menyatukan jarak dan kedekatan terhadap benda-benda yang akan ditukar. Sebagaimana dikatakan sebelumnya, karena seseorang memiliki keinginan terhadap suatu benda, adanya hasrat tersebut yang menciptakan adanya jarak. Hadirnya relasi pertukaran memungkinkan suatu jarak tersebut menjadikan peluang bagi seseorang untuk memilikinya. Adanya jarak

¹⁷ Georg Simmel, *The Philosophy of Money*, Translated by Tom Bottomore & David Frisby, (London & New York: Routledge Classic, 2011) hlm 126-127

semakin bernilai, tanpa jarak tidak ada pengorbanan. Perlunya pengorbanan dan pengalaman kepuasan keinginan memiliki harga, hanyalah sesuatu yang dirasakan dalam hubungan ini. Manusia modern harus bekerja lebih keras dan menerapkan upaya yg jauh lebih besar, karena jarak antara individu (subjek) dan objek usahanya harus lebih besar lagi karena rintangannya jauh lebih sulit menghalangi jalannya.¹⁸ Dengan demikian, uang adalah ekspresi yang cukup dari hubungan manusia dengan dunia, yang hanya dapat dipahami dalam contoh tunggal dan konkrit, namun hanya benar-benar dipahami ketika bentuk tunggal menjadi perwujudan dari proses mental hidup yang menjalin semua singularitas dan, dalam hal ini, uang dapat dipahami secara nyata. fashion, menciptakan kenyataan.¹⁹

Studi yang dilakukan oleh George Ritzer dalam *Sociology Theory* membahas karya milik Georg Simmel dengan judul *The Philosophy of Money* bahwa terdapat dampak negatif dari uang terhadap individu yang ditandai dengan adanya dua sikap yaitu sikap memandang rendah dan ketidakpedulian. Kehadiran uang membuat manusia berubah menjadi karakter penuh perhitungan di kehidupan modern, karena segala sesuatu dapat diukur dan dibeli menggunakan uang.²⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Mathieu Deflem membahas *The Philosophy of Money* milik George Simmel dengan membandingkan analisis uang dalam tulisan Marx, Weber, dan Durkheim Pada intinya dalam karya *The Philosophy of Money* milik George Simmel mengekspresikan cara kerja uang bagi dunia di mana uang dalam kaitannya dengan kebebasan individu, ia berpendapat bahwa uang

¹⁸ *Ibid*, hlm 73

¹⁹ *Ibid*, hlm 127-128

²⁰ George Ritzer, *Sociological Theory*, (New York: McGraw-Hill, 2010), hlm 178-179

membebaskan orang karena kewajiban menggunakan uang hanya berkaitan dengan hasil kerja. Pada intinya, uang memberikan pengaruh dalam berbagai bidang sosial. Uang tidak memiliki makna di dalamnya tetapi mendapatkan hal yang penting di dalamnya dari keterkaitan antara objek yang memiliki uang dan subjek yang membutuhkan uang untuk mendapatkan objek tersebut.²¹ Berdasarkan penelitian ini bahwa masyarakat urban sangat membutuhkan uang dalam segala hal, mulai dari kebutuhan pokok, hobi, hingga gaya hidup. Uang merupakan peranan penting sebagai media dalam menciptakan ikatan sosial antar manusia, maka dari itu masyarakat khususnya di perkotaan untuk memenuhi semua kebutuhan individu butuh uang dimana membelanjakan uangnya untuk memperoleh kepuasan sehingga untuk mendapatkannya harus bekerja.

Studi yang dilakukan oleh Prof. Dr. Damsar & Dr. Indrayani, S.E, M.M membahas mengenai pandangan para tokoh sosiologi seperti Georg Simmel dalam karyanya *The Philosophy of Money*. Adanya keterkaitan antara nilai dan uang mengakibatkan orang membuat nilai dengan menciptakan objek, melepaskan diri mereka sendiri terhadap objek yang diciptakan, dan kemudian mencari jalan keluar terhadap jarak tersebut, sehingga menyebabkan kesulitan dari objek yang diciptakannya tersebut. Yang menjadi permasalahan utama ialah memperoleh suatu objek dari nilai objek itu sendiri.²² Hal ini dapat di sederhanakan bahwa uang memang menimbulkan jarak terhadap objek juga memberikan sarana untuk mendapatkan jalan keluarnya. Jika kita tidak mendapatkan objek tanpa uang yang

²¹ Mathieu Deflem “The Sociology of the Sociology of Money Simmel and the Contemporary Battle of the Classics”, *Journal of Classical Sociology*, Vol 3(1), No.67–96, Hlm 72-73

²² Prof. Dr. Damsar & Dr. Indrayani, S.E, M.M, *Pengantar sosiologi ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm 97

kita miliki akan terlihat sulit dalam mendapatkan uang sehingga objek tersebut menjadi bernilai di mata kita, sedangkan ketika kita mendapatkan uang, kita mampu untuk menghilangkan jarak antara diri kita sendiri dan objek yang kita inginkan. Dalam studi ini pun penulis juga mencantumkan pandangan tokoh sosiologi tentang konsumsi, salah satunya ialah Thorstein Veblen dalam karyanya *The Leisure Class* yang ditandai oleh kemauan untuk mengejar kekayaan berupa uang serta praktik konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*). *Leisure Class* tindakan menghabiskan uang demi kenaikan kelas dari segi gaya hidup seperti fashion, pesta yang bergengsi, dan kehidupan yang mewah. Bagi Veblen, “konsumsi yang mencolok” (*conspicuous consumption*) merupakan tindakan menghamburkan uang yang merugikan masyarakat secara menyeluruh, menghalangi efisiensi ekonomi masyarakat, dan menciptakan budaya sok pamer.²³ Pada pemikiran Simmel dan Veblen dalam studi ini individu memiliki pandangan bahwa uang sangat berharga dan bernilai dimana terdapat batasan antara objek (uang) dan subjek (manusia), maka dari itu individu perlu kerja keras untuk memperoleh objek yang dinamakan uang sehingga ketika sudah mendapatkan uang maka tidak ada lagi batasan antara objek (uang) dan subjek (manusia). Ketika mendapatkan uang, individu rela membelanjakannya untuk keperluan pokok hingga kepuasan gaya hidup, tak jarang individu terutama di perkotaan memiliki hasrat untuk memenuhi gaya hidup dimana hal ini dapat dikatakan sebagai konsumsi yang mencolok yang akan menciptakan budaya sok pamer.

²³ *Ibid*, hlm 124

Studi yang dilakukan oleh Drs. Sindung Haryanto, M.Si membahas masyarakat modern dan uang di mana uang tidak lagi sebagai alat tukar melainkan menjadi tujuan utama dan motivasi pada tindakan manusia, serta praktik konsumsi. Studi sosiologis tentang uang dilakukan oleh Georg Simmel dalam karyanya *The Philosophy of Money*, nilai uang ditentukan berdasarkan keinginan individu untuk memperoleh suatu objek, maka dari itu perdagangan menciptakan nilai uang yang fundamental, di mana objek dipertukarkan dengan nilai yang dapat disampaikan dalam hal finansial.²⁴ Dalam buku ini penulis juga membahas tentang konsumerisme dan budaya konsumen di mana tidak bisa membedakan antara keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*), pada hal tersebut orang rela mengeluarkan uang lebih demi memperoleh status sosial yang tinggi. Perilaku tersebut terjadi pada orang kaya baru yang cenderung berlebihan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Seperti yang dikatakan tokoh sosiologi Thorstein Veblen, hal ini terjadi pada orang kaya baru atau orang yang baru naik status sosialnya, mereka dapat membeli tanpa memperhatikan keadaan status ekonomi hanya demi mendapatkan pengalaman untuk menikmati citra rasa yang cocok.²⁵

Pada penelitian yang dilakukan Andrzej Karaluz yang membahas mengenai uang sebagai dorongan untuk munculnya ide-ide rasional dari masyarakat, serta uang dan mekanisme pasar berfungsi sebagai alat kontrol sosial dengan analisis Georg Simmel. Fungsi uang bersifat saling mempengaruhi satu sama lain dimana mendorong proses perkembangan sehingga memberikan fungsi sosialisasi dari ide-

²⁴ Drs. Sindung Haryanto, M.Si, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm 161

²⁵ *Ibid*, hlm 165

ide yang dirasionalkan. Sebagai alat tukar, uang memungkinkan manusia untuk mengejar kepuasan dengan cara yang tidak terlalu dibatasi dibandingkan bentuk pertukaran lainnya. Dengan demikian Simmel memberikan kesimpulan bahwa uang memungkinkan individu berkembang dan mendorong adanya kebebasan serta otonomi pribadi. Simmel juga memberikan makna yang dialami secara subyektif dengan berfungsinya uang dalam kegiatan ekonomi, dimana uang sebagai media dan langkah yang progresif di kehidupan sosial, serta dimana semua budaya yang lebih tinggi bergantung pada proses di mana kebutuhan manusia terpenuhi.²⁶

Studi yang dilakukan oleh Dr. Suharyono, S.E, M.Si membahas keterkaitan manusia dan uang berdasarkan filsafat uang yang disarikan dari Georg Simmel "*The Philosophy of Money*". Ketika manusia bekerja dan memiliki kehidupan yang diartikan ke dalam nilai moneter, maka manusia sama seperti uang, di mana tidak bisa dibedakan jumlahnya dan mudah dengan menghilangkan identitas. Namun Simmel menunjukkan pernyataan yang bertentangan dengan hal itu bahwa walaupun uang telah menjadi bentuk nilai yang berlaku, tetapi masyarakat telah berubah dari menempatkan nilai moneter pada satu hal penting yaitu kehidupan manusia.²⁷ Dengan mempunyai nilai murni dan kekuatan yaitu uang, manusia mendapatkan kebebasan dan pemahaman semata, karena uang sekarang dapat ditukar. Manusia mampu berpartisipasi dalam berbagai hal di kehidupan selama mempunyai uang untuk melakukannya sehingga membuat mereka lebih leluasa untuk mengambil semua peran dalam kehidupan sosial.

²⁶ Andrzej Karaluz, "Georg Simmel's The Philosophy of Money and The Modernization Paradigm", *Polish Sociological Review*, Vol.04, No. 204, 2018, hlm 433

²⁷ Dr. Suharyono, S.E, M.Si, *Filsafat uang. Disarikan dari : Georg Simmel "The Philosophy of Money*, (Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional, 2020), hlm 63.

Individu harus giat bekerja agar memenuhi finansial yang mencukupi untuk kebutuhan terutama gaya hidup, seperti penelitian yang dilakukan oleh Alan Scott membahas fokus analisis Georg Simmel tentang ekonomi uang sebagai sumber kebebasan pribadi, perpecahan kepribadian, dan kepatuhan pada budaya obyektif. Bagi Simmel ketidakpedulian terhadap subjek (individu) merupakan sumber kebebasan baru yang cenderung negatif karena tidak adanya kepedulian satu sama lain. Uang juga membuat hubungan diantara orang-orang tetapi hal ini membuat mereka secara pribadi terganggu, sehingga meningkatnya ketidakpedulian individu terhadap satu sama lain. Penjelasan Simmel bahwa ekonomi harus diiringi dengan tumbuhnya budaya obyektif dari kehidupan ini yang artinya adanya harga yang kita bayar untuk suatu kebebasan. Kebudayaan obyektif yang dibentuk dari kehidupan harus didukung oleh ekonomi uang, di mana terdapat kepentingan, sarana, dan komunikasi, hal ini memungkinkan terciptanya kepribadian baru, individualisasi, dan kebebasan.²⁸

Karakteristik dan sikap individu terhadap keputusan dalam menentukan gaya hidup, seperti yang ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Jennifer Smith Maguire dan Hu mengenai bagaimana konsumen Cina di kelas menengah memahami Starbucks dan keikutsertaan mereka dengan produk tersebut mengenai interaksi antara local, global, dan glocal dalam mengonsumsi produk-produk Barat. Pada pemikiran Thorstein Veblen mengenai kekayaan *nouveau* atau orang kaya baru, meniru rekreasi kelas atas ialah preferensi dan kebiasaan masyarakat Cina

²⁸ Alan Scott, "Capitalism as culture and statecraft Weber Simmel Hirschman", *Journal of Classical Sociology*, Vol.13, No.1, 2012, Hlm 37-42

yang meniru konsumen Barat.²⁹ Penulis memberitahu bahwa merk global seperti Starbucks biasanya dipandang berkualitas tinggi oleh konsumen dari Cina. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kelas menengah mampu membeli merk asing yang mahal, di mana mereka termotivasi untuk mengutamakan status daripada kualitas dalam keunggulan barang asing yang artinya mereka hanya mementingkan kenikmatan semu semata. Bagi konsumen Cina mereka memandang merk asing berfungsi sebagai jembatan untuk memperoleh pengalaman dan cara hidup orang Barat, di mana konsumen memanfaatkan merk asing seperti Starbucks untuk menuju eksistensi dari konstruksi sosial.

Penelitian yang dilakukan Solikatun, dkk mengenai perilaku penikmat kopi berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori masyarakat konsumsi Jean P Baudrillard, teori budaya modern Geog Simmel, dan teori kelas waktu luang (*Leisure Class*) Thorstein Veblen. Teori masyarakat konsumsi oleh Jean P Baudrillard ialah masyarakat yang mengarah ke bagian konsumsi, sehingga masyarakat terdorong untuk menyeimbangkan antara level konsumsi yang meninggi dengan keberhasilan dari segi sosial hingga kebahagiaan individu sebagai tujuan hidupnya. Sementara itu, Georg Simmel juga menganalisis teori kebudayaan modern yakni subyek dan objek secara berlebihan membuat budaya konsumtif dapat dilihat sebagai suatu gagasan yang ditawarkan oleh hukum-hukum pembatasan pengeluaran belanja didampingi oleh banyaknya pemerataan kekuasaan yg imbang, di mana ketika pihak kekuasaannya kecil mulai

²⁹ Jennifer Smith Maguire & Hu, "Not a simple coffee shop local, global and glocal dimensions of the consumption of Starbucks in China", *Social Identities: : Journal for The Study of Race, Nation and Culture*, Vol. 19, No. 5, 2013, hlm 673

mempraktikkan konsumsi dan gaya dari pihak yang berkuasa, dalam artian subyek (manusia) sebagai pencipta kebudayaan, selain itu juga sebagai penerima kebudayaan yang menjadi target dari pengaruhnya budaya obyektif yang menyimpang. Selanjutnya perilaku konsumtif masyarakat modern juga ditandai oleh pemanfaatan waktu luang (*The Leisure Class*) milik Thorstein Veblen, di mana masyarakat dengan kelas sosialnya akan berperilaku konsumtif yang cenderung berlebihan sehingga menjadi gaya hidup mereka untuk menunjukkan jati diri atau simbol status mereka.³⁰ Maka dari penelitian ini pemaknaan minum kopi tidak hanya untuk memenuhi gaya hidup, akan tetapi sebagai alat untuk mengekspresikan diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad M, dkk membahas bagaimana kehidupan konsumtif masyarakat tradisional penambang pasir di Lereng Gunung Merapi Kemalang Klaten. Dalam fenomena masyarakat konsumtif, Georg Simmel mengemukakan bahwa uang menunjukkan dampaknya terhadap dunia dan kebudayaan secara keseluruhan. Uang tidak hanya dapat dilihat sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan dalam penggunaan uang, melainkan dapat dilihat dalam kehidupan sosial yakni memori, pandangan, dan makna dalam memahami kehidupan.³¹ Dalam masyarakat ini, objek konsumsi dapat menentukan status sosial tertentu bagi subyeknya, hal ini dapat dilihat adanya peningkatan mobilitas sosial masyarakat penambang pasir telah membentuk perbedaan-perbedaan sosial bahkan

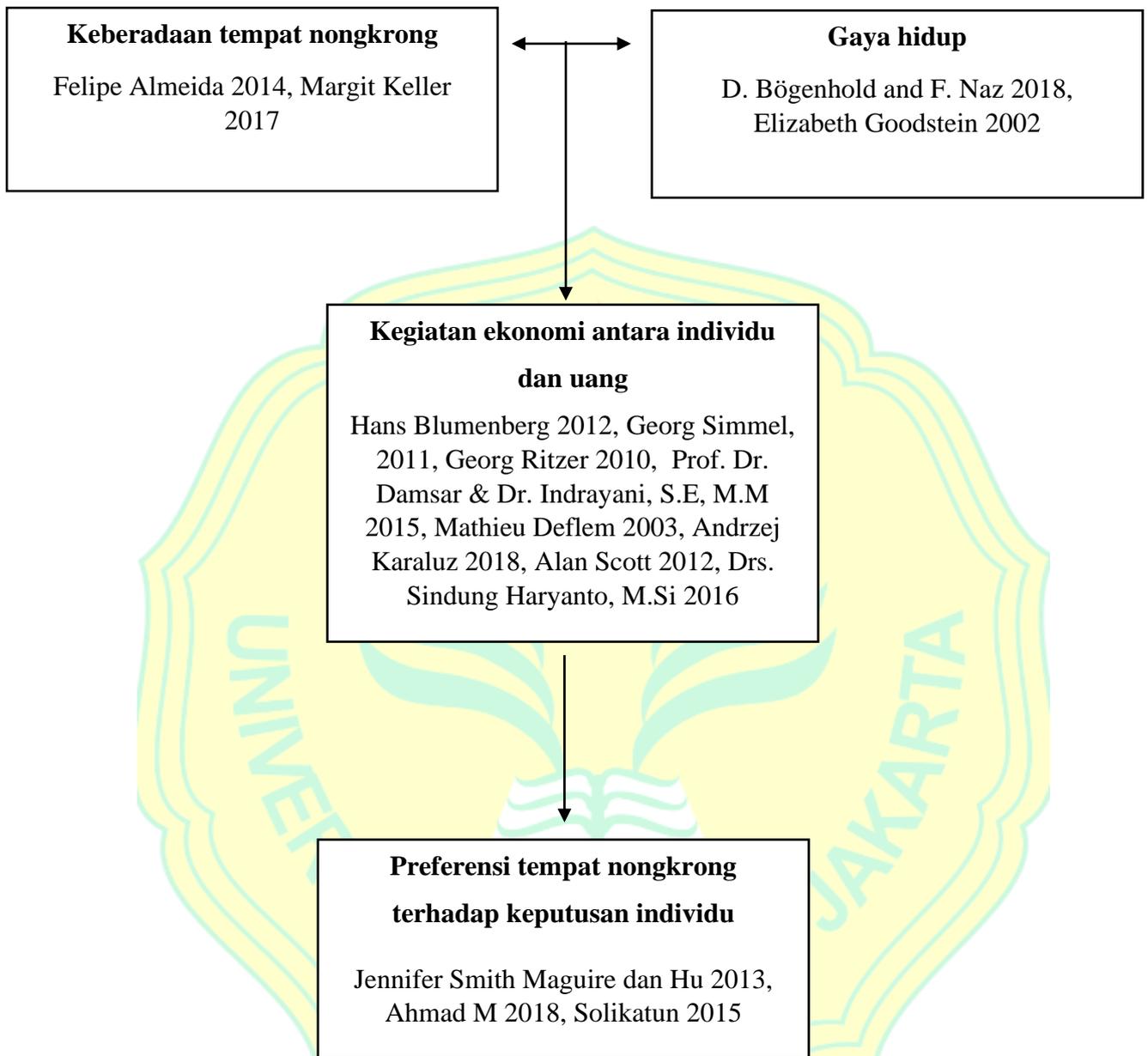
³⁰ Solikatun, Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto, "Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi: Studi fenomenologi pada peminum kopi di kedai kopi kota semarang", *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 4, No.1, 2015, hlm 62-66

³¹ Ahmad M. Arrozy, Adi Rahman, Purwito Z. Rahmadi, Wahyu Hidayat, "Masyarakat konsumtif tradisional (studi fenomenologi terhadap penambang pasir lereng gunung merapi kemalang klaten)", *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 7, No. 2, 2018, hlm 167-168

gaya hidup bersenang-senang. Secara ekstrem, kebutuhan semata mampu melestarikan kerja-kerja produktif, tetapi pengeluaran uang dalam jumlah yang berlebihan justru menimbulkan penderitaan dan ketidakadilan yang akan berujung pada ketergantungan objek konsumsi.



Skema 1.1 Penelitian Sejenis



(Sumber: Analisis Penulis, 2023)

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Preferensi

Berdasarkan pemahaman peneliti, preferensi ialah prioritas individu dalam menentukan keputusan. Menurut Phillip Kotler, preferensi dijelaskan

sebagai sikap konsumen dalam produk dan jasa yang menunjukkan penilaian dari sifat psikologis seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan untuk bertindak dalam suatu objek atau ide.³² Preferensi individu merupakan faktor penentu terhadap kepuasan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Andi Mappiare, preferensi merupakan suatu kumpulan sifat psikologis individu yang terdiri dari perasaan, harapan, prasangka, pendirian, rasa takut atau kecenderungan lain yang memfokuskan individu kepada suatu pilihan tertentu.³³ Sedangkan Menurut Marwan mengemukakan bahwa preferensi sebagai sikap konsumen yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan keinginan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga individu yang memiliki keinginan untuk barang atau jasa mempunyai sikap perilaku pembelian.³⁴ Preferensi individu sebagai interaksi yang memiliki peran aktif antara pengaruh dan kognisi, serta perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan sosial. Proses pembentukan preferensi melibatkan penilaian dan perbandingan berbagai pilihan individu dalam mengukur manfaat dan nilai, sehingga membuat keputusan berdasarkan penilaian subjektif mereka.

³² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), hlm 154

³³ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offsetprinting, 1994) hlm 62

³⁴ A. Marwan, *Marketing: Cetakan Kedua*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 1990) hlm 12

Preferensi individu berkaitan dengan pembentukan gaya hidup dalam memilih tempat nongkrong. Hal ini dapat dilihat sebagai tempat nongkrong yang memiliki prestise, bergengsi dan dapat menunjukkan keberadaan kelas sosial. Dalam masyarakat modern dari berbagai kalangan yang sedang mencari identitas melalui tren gaya hidup dengan selera memilih tempat nongkrong, dikarenakan terbentuk karena modernisasi yang semakin mendunia dan pada akhirnya menjamur tempat nongkrong dengan berbagai konsep pilihan. Pada umumnya kegiatan mengunjungi tempat nongkrong menjadi aktivitas yang dinamis dan memiliki makna serta pengalaman tersendiri bagi individu.³⁵ Pihak pengelola tempat nongkrong menawarkan fasilitas untuk memberikan pengalaman dan nilai tersendiri. Maka dari itu, dengan berbagai preferensi tempat nongkrong yang ditawarkan, sehingga masyarakat modern mendapatkan kebebasan memilih untuk membentuk gaya hidup.

Preferensi tempat nongkrong muncul dengan menyesuaikan kriteria nongkrong para masyarakat modern. Dalam memilih preferensi tempat nongkrong selalu mengutamakan menu, kenyamanan, fasilitas, pelayanan, serta tempat dan suasana juga menjadi preferensi dengan konsep *Instagramable* yang secara langsung memikat calon pengunjung.

Berdasarkan penjelasan diatas, hal ini sesuai dengan penelitian dalam mengaitkan masyarakat modern khususnya para karyawan yang

³⁵ Latifah Novitasani. "Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban di UNESA", *PARADIGMA*, Vol.2, No.3, 2014, hlm 7

melakukan kegiatan dalam mengunjungi tempat nongkrong, serta mengonsumsi produk dari masing-masing individu dengan memiliki preferensi yang berbeda. Preferensi tempat nongkrong merupakan bentuk dari kebebasan individu untuk memilih dalam kehidupan modernitas cair. Dengan kebebasan memilih preferensi tempat nongkrong, individu dapat sekaligus menunjukkan eksistensi atau membentuk gaya hidup.

1.6.2 Tempat Nongkrong

Berdasarkan pemahaman peneliti mengenai tempat nongkrong adalah suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan aktivitas untuk mengisi waktu luang. Tempat nongkrong menjadi salah satu opsi bagi masyarakat urban sekarang untuk bersantai, ngopi-ngopi, bersosialisasi, hingga mencari hiburan di tengah kesibukan hiruk pikuk perkotaan.³⁶ Tempat nongkrong sudah ada sejak zaman dahulu hingga sekarang mengalami perubahan sedikit demi sedikit dari zaman ke zaman. Pada zaman dahulu, biasanya tempat nongkrong hanya tersedia di warung kopi kecil saja dan kegiatan yang dilakukan juga lebih sederhana seperti berkumpul bersama kerabat. Namun seiring berkembangnya zaman, tempat nongkrong lebih banyak dibangun dengan konsep modern seperti kafe-kafe, bar, ataupun restoran.

Tempat nongkrong saat ini kebanyakan menjadi tempat yang mengalami banyak perubahan dari segi modifikasi dan makna citra. Seiring dengan pertumbuhan zaman, tempat nongkrong sudah menyiapkan banyak

³⁶ Santoso, L. "Etnografi Warung Kopi: Politik Identitas Cangkrukan di Kota Surabaya dan Sidoarjo". *Mozaik Humaniora*, Vol. 17, No.1, 2017, hlm 119

konsep antara lain tempat bersantai, meeting, sampai menikmati hidangan. Banyak tempat nongkrong sekarang di Jakarta yang menyediakan menu-menu makanan berat seperti nasi goreng, aneka mie, roti bakar hingga makanan *western* dan lainnya. Hal ini menyamakan kebiasaan orang-orang Indonesia yang belum merasa kenyang jika belum menyantap nasi, maka tak heran jika tempat nongkrong sekarang banyak menyediakan makanan-makanan berat. Tempat nongkrong di Jakarta banyak menawarkan fasilitas-fasilitas yang nyaman dengan disugahi jaringan *wifi* hingga desain interior yang *Instagramable* sehingga menarik perhatian pengunjung dan berlama-lama menghabiskan waktu di tempat nongkrong.

Adanya perubahan dalam perpindahan ruang bersosialisasi, menghabiskan waktu luang, dan mencari hiburan semata di tempat nongkrong telah menciptakan gaya hidup masyarakat urban di Jakarta. Pemilihan tempat nongkrong memiliki tujuan tidak hanya kenyamanan yang di dapat namun juga menentukan gaya hidup individu. Seiring berkembangnya zaman, tempat nongkrong mengalami perubahan selain cita rasa yang enak juga terdapat dekorasi yang memiliki unsur estetika dalam menu yang disajikan dan interior desain kekinian sehingga menarik perhatian calon pengunjung. Hal-hal yang di dapat dari tempat nongkrong seperti suasana, pelayanan, fasilitas, dan menu memperlihatkan kelas tertentu. Terdapat tiga jenis tempat nongkrong berdasarkan tingkatannya yakni tempat nongkrong kelas atas, tempat nongkrong kelas menengah, dan tempat nongkrong kelas bawah.³⁷

³⁷ Renaldi Mukti Wibowo, *Op.cit*, hlm 110

1. Tempat nongkrong kelas atas

Perbedaan jenis tempat nongkrong dapat dilihat dari tingkatannya meliputi beberapa hal yakni konsep, menu yang disajikan, desain interior, fasilitas, harga, dan suasana. Tempat nongkrong kelas atas biasanya memakai alat modern seperti mesin penyeduh kopi elektrik, microwave, pendingin udara, aplikasi kasir dan tidak hanya itu standar kebersihan juga diutamakan dari unsur kemasan seperti sendok, garpu, gelas, piring dan fasilitas yang memadai seperti wifi dan colokan listrik agar pengunjung betah berlama-lama. Tempat nongkrong kelas atas umumnya berstandar nasional hingga internasional dan memiliki banyak cabang. Selain menyediakan menu yang beragam dan fasilitas yang memadai terdapat segi interior yang menarik untuk dijadikan spot foto bagi para masyarakat urban dimana menyebutnya *Instagramable*. Pada umumnya tempat nongkrong kelas atas menjual simbol merknya yang dapat dilihat di kemasan gelas, dan dinding sehingga tak jarang masyarakat urban sekarang biasanya memamerkan merk tersebut di akun media sosial untuk menunjukkan citra dirinya demi kepuasan gaya hidup.³⁸

Salah satu tempat nongkrong kelas atas di Jakarta yang banyak digandrungi peminatnya ialah *café* Starbucks. Tempat nongkrong ini merupakan *café franchise* bertaraf internasional sehingga harganya relatif mahal yaitu berkisar 50.000 ke atas untuk harga minuman dan makanannya. Tidak hanya Starbucks yang memiliki konsep tempat

³⁸ Renaldi Mukti Wibowo, *Op.cit*, hlm 110-111

nongkrong kelas atas di Jakarta, namun di antaranya Excelso, The Coffee Bean, The Union, Common Grounds, Djournal Coffee dan masih banyak lainnya, tempat-tempat nongkrong kelas atas tersebut memiliki konsep seperti rasa, desain interior, dan menu yang ditawarkan berstandar internasional. Tempat nongkrong kelas atas ini banyak dikunjungi oleh masyarakat urban sekarang, biasanya dikunjungi oleh para pekerja yang melakukan berbagai aktivitas serta mahasiswa dan mahasiswi yang sekedar melipir menghabiskan waktu luang. Penampilan pengunjung yang datang ke tempat nongkrong kelas atas biasanya *fashionable* dan bermerk dan sudah tidak menjadi hal asing lagi jika pengunjung mengunggah foto makanan dan minuman yang terdapat merk, suasana tempat nongkrong, dan kegiatan mereka ke media sosial.

2. Tempat nongkrong kelas menengah

Tempat nongkrong kelas menengah di Jakarta memiliki kebersihan, pelayanan, suasana, dan konsep yang hampir mirip dengan tempat nongkrong kelas atas. Perbedaannya hanya terletak pada harga yang relatif jauh lebih murah dibandingkan dengan tempat nongkrong kelas atas. Tak jarang banyak ditemui tempat nongkrong kelas menengah di Jakarta yang membuat tempat ini ramai pengunjung. Yang membuat tempat nongkrong kelas menengah ramai pengunjung ialah harga menu yang ditawarkan relatif murah sekitar di bawah 50.000 dan beragam menu yang tidak kalah menarik dari tempat nongkrong kelas atas. Menariknya tempat nongkrong kelas menengah ini juga menunjukkan desain interior yang estetik baik di

bagian dalam maupun luar, sehingga membuat para pengunjung tertarik untuk berswafoto di sekitar tempat.

Pada umumnya tempat nongkrong kelas menengah memiliki konsep dengan suasana nyaman, sejuk, dan damai seperti di rumah sendiri. Umumnya tempat nongkrong kelas menengah memiliki konsep desain interior yang di dominasi oleh banyaknya pohon-pohon tua dan besar sehingga suasananya menjadi sejuk dan asri. Hal ini berdasarkan pengamatan peneliti tempat nongkrong kelas menengah memiliki konsep desain di antaranya industrialis dan minimalis. Tempat nongkrong kelas menengah tidak sebesar dan sepopuler tempat nongkrong kelas atas, namun dari segi fasilitas, interior, kebersihan, alat masak, dan pelayanannya sangat mendekati tempat nongkrong kelas atas. Harga menu yang dipatok oleh tempat nongkrong kelas menengah menjadi daya tarik pengunjung dari berbagai kalangan untuk nongkrong karena memiliki harga yang lebih bersahabat.

3. Tempat nongkrong kelas bawah

Tempat nongkrong kelas bawah lebih dikenal dengan warung kopi. Tempat nongkrong kelas bawah ini tidak menggunakan alat masak modern, tidak ada fasilitas, dan desain yang estetik seperti pada tempat nongkrong kelas atas dan menengah. Umumnya tempat nongkrong kelas bawah ini menyajikan kopi cepat saji atau kopi *sachet* dan cara menyajikannya sangat mudah dan berbeda dengan tempat nongkrong kelas atas dan menengah. Makanan dan minuman yang dijual di tempat nongkrong kelas bawah

sangat sedikit seperti mie goreng, mie rebus, roti bakar, gorengan dan minuman *sachet* siap saji. Dari segi interior dan tempat sangat minimalis dan tidak ada tempat untuk berfoto seperti tempat nongkrong yang lain, namun dari segi harga dan menu yang ditawarkan tidak jarang para pengunjung menghabiskan waktu luang disini.

Tempat nongkrong seperti warung kopi ini sangat banyak ditemui di Jakarta, biasanya terletak di pinggir jalan ataupun gang perumahan. Pengunjung yang datang di tempat nongkrong kelas bawah didominasi oleh *driver* ojek *online*, namun tidak jarang juga kalangan muda mengisi waktu luang mereka di tempat ini. Dari segi interior dan menu yang ditawarkan sangat berbeda dengan tempat nongkrong kelas atas dan menengah. Di tempat nongkrong kelas bawah ini banyak menjual kopi-kopi bungkus dan minuman rasa-rasa, serta makanan ringan yang cocok untuk mengganjal perut. Pada umumnya para pengunjung tidak memedulikan suasana, dan kenyamanan yang didapat dari tempat ini, melainkan mereka hanya menikmati menu untuk disantap dan sekedar meluangkan waktu untuk bersantai atau istirahat sejenak.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti melihat bahwa tempat-tempat nongkrong di Jakarta banyak sekali ragam jenisnya. Umumnya tiap individu yang memilih tempat nongkrong memiliki tujuan tertentu, ada yang sekedar ingin bersantai sambil menyantap hidangan dan tak jarang ada pula yang ingin memilih tempat nongkrong kelas atas untuk memperlihatkan citra dirinya agar tetap eksis di dunia maya. Hal ini

menunjukkan bahwa tempat nongkrong yang ditempati individu dapat memberi citra untuk menunjukkan perbedaan antara individu dengan kelompok atau individu lainnya.

1.6.3 Gaya Hidup

Gaya hidup selalu berhubungan dengan cara untuk membuat individu eksis dalam hal tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Gaya hidup juga berkaitan pada suatu perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh post-modern, di mana individu berada dalam kondisi selalu merasa tak terpuaskan. Adanya pola konsumsi yang cemerlang ditimbulkan oleh produsen, *gatekeeper*, melalui pencitraan yang menjadi titik pusat sebagai perumus hubungan. Istilah citra pada akhirnya menjadi bahasa komunikasi sosial dalam masyarakat modern, yang di dalamnya telah diciptakan pengelompokan dan perbedaan sosial dilihat dari kelas, status, dan selera. Di sini, konsumen diwujudkan untuk membeli citra dibandingkan produk, hal ini citra mampu membuat individu tampak berbeda dan mengalami nilai lebih dalam keberbedaan itu.³⁹

Gaya hidup seperti yang dikatakan David Chaney ialah kehidupan yang dicirikan sebagai adanya dunia modern. Hal ini diartikan bahwa siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern, maka akan mengaplikasikan pandangan tentang gaya hidup untuk memperlihatkan tindakannya sendiri ataupun orang lain. Gaya hidup ialah bentuk-bentuk tindakan yang membedakan antara satu orang dengan yang lain. Gaya hidup memiliki pengertian bahwa gaya hidup

³⁹ Bagong Suyanto. *Sosiologi Ekonomi: Kajian Tentang Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post- Industrial*. (Jakarta: Kencana Prenada Grup, 2013). hlm.141

merupakan cara hidup yang meliputi kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respons terhadap kehidupan, serta yang paling penting kebutuhan untuk hidup. Adanya cara tersendiri bukanlah sesuatu yang alamiah, tetapi hal yang ditemukan atau diciptakan, dikembangkan dan digunakan untuk menunjukkan tindakan agar tercapai suatu tujuan tertentu.⁴⁰

Gaya hidup ialah bentuk-bentuk dari menanamkan aspek-aspek tertentu di kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan nilai sosial, sekaligus termasuk ke dalam cara bermain dengan identitas dan citra diri. Dengan memperlihatkan gaya hidup yang dipilih, individu tidak hanya untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan dirinya, melainkan juga sebagai cara untuk menunjukkan dirinya kelompok sosial manakah mereka yang ingin ditunjukkan kepada orang lain. Hal ini ialah sebuah bentuk permainan identitas sosial yang diciptakan individu untuk menunjukkan citra dirinya. Gaya hidup diartikan sebagai bentuk-bentuk tindakan individu yang membedakan satu orang dengan yang lain. Gaya hidup juga sudah menjadi bagian dari ciri masyarakat modern, terutama pada masyarakat post-modern.⁴¹

Dalam kaitannya dengan gaya hidup, orang-orang menikmati jenis kebudayaannya berdasarkan tingkatan sosialnya. Kelas-kelas sosial atas akan menunjukkan karakteristik budayanya. Sebaliknya, kelas-kelas sosial menengah bawah juga akan memperlihatkan ciri khas tertentu dalam konsumsi budaya sehari-harinya. Dikarenakan kemampuan individu berbeda-beda, maka

⁴⁰ *Ibid*, hlm.142

⁴¹ *Ibid*, hlm 147

timbul diferensiasi sehingga terciptanya istilah *social climber* yaitu perilaku atau tindakan individu yang melakukan cara-cara upaya untuk meningkatkan status sosialnya. Individu akan melakukan segala hal agar diakui sebagai kelompok sosial yang lebih tinggi dari status yang sebenarnya dalam masyarakat dengan mewujudkan pada penampilan dan gaya hidup.⁴²

Seperti fenomena yang marak gaya hidup mengunjungi tempat nongkrong saat ini sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup dalam keseharian masyarakat modern. Selain itu, gaya hidup nongkrong yang dilakukan tidak hanya sekedar bersantai, mengobrol, dan menyantap hidangan saja, melainkan individu ingin menunjukkan citra diri, seperti mengunggah foto di media sosial saat berada di tempat nongkrong dengan memperlihatkan merk atau label tempat tersebut. Gaya hidup nongkrong sebenarnya mempunyai tujuan terutama ketika nongkrong di tempat kelas atas, di mana untuk mempertahankan eksistensi dan menunjukkan dirinya berbeda dari kelompok sosial yang lain. Gaya hidup nongkrong sudah menjadi sebuah kebiasaan yang wajar, sehingga nongkrong sebagai aktifitas yang harus dilakukan bagi masyarakat modern termasuk dalam mengikuti perkembangan tren saat ini. Dengan demikian, gaya hidup nongkrong akhirnya menjadi suatu aktivitas bahkan budaya bagi masyarakat modern sekarang ini.

Gaya hidup nongkrong dapat dikatakan sebagai bentuk ragam budaya yang ada di Indonesia, di mana dilihat sebagai sikap, cara hidup, dan nilai-nilai

⁴² Mahyuddin, "Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer", *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, Vol. 2, No. 2, 2017, hlm 123

dalam suatu kelompok tertentu. Hal ini dapat dipahami bahwa nongkrong sebagai pola aktivitas tertentu yang sudah menjadi kebiasaan. Gaya hidup nongkrong dapat dipahami tersendiri berdasarkan pandangan individunya, ada yang berpendapat nongkrong sebagai media penghibur diri, bersantai dan berekspresi, serta ada pula sebagai sarana bersosialisasi. Namun tak jarang melihat maraknya gaya hidup nongkrong, masyarakat modern tak lepas dari adanya kemunculan fenomena konsumerisme, biasanya para pengunjung berperilaku terhadap apa yang mereka kenakan dari penampilan, kunjungi tempat nongkrong, dan cara konsumsi yang di mana mereka berswafoto dan mengunggah status di berbagai media sosial seolah ingin menunjukkan dirinya eksis terhadap masyarakat sekitar maupun dunia maya. Ini menunjukkan bagaimana masyarakat modern sebagai konsumen berada di bawah penindasan permainan komoditas sebagai tanda, yang pada akhirnya apa yang terpenting bagi konsumen ialah nilai simbolis.⁴³

Gaya hidup nongkrong saat ini sudah menjadi kegemaran dan kebiasaan masyarakat modern untuk menghabiskan waktu luang dengan berkumpul bersama kerabat di suatu tempat nongkrong. Meskipun kebanyakan gaya hidup nongkrong untuk sekedar menghabiskan waktu luang, namun tak jarang banyak ditemui beberapa pekerja nongkrong untuk melakukan *meeting* dan keperluan lainnya. Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup mengunjungi tempat nongkrong mulai mengalami perkembangan makna, walaupun pada umumnya diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu

⁴³ Ahmad Fauzi, *Op.cit*, hlm 5-7

luang, namun tidak menutup kemungkinan ada juga yang mengartikan kegiatan nongkrong dengan makna lain seperti menunjukkan eksistensi diri. Pemaknaan terhadap kegiatan nongkrong berhubungan dengan pengalaman individu dalam memberi makna terhadap suatu bukti, di mana memperlihatkan makna-makna pada hal tertentu berdasarkan pengalaman individu masing-masing. Hal ini menimbulkan adanya pemberian makna yang berbeda terhadap gaya hidup nongkrong pada tiap individu.⁴⁴

Berdasarkan gambaran diatas, peneliti melihat gaya hidup adalah sebuah fenomena dalam kehidupan masyarakat modern untuk memberi makna pada dirinya sendiri dalam membentuk citra atau *image*, sehingga antara individu dengan individu lainnya dapat dibedakan dengan melihat cara gaya hidupnya. Seperti gaya hidup nongkrong yang sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat modern, pada umumnya individu cenderung memilih tempat nongkrong di tempat berkelas atau bergengsi, dengan mengunggah foto dan menunjukkan dirinya ke masyarakat dunia maya bahwa ia berhasil memenuhi kepuasan dalam kebutuhan gaya hidupnya.

1.6.4 Siklus Finansial

Menurut pandangan peneliti siklus finansial adalah tahapan-tahapan individu dalam membuat strategi rencana keuangan. Individu yang memahami siklus finansial akan membuat strategi keuangan yang tepat sesuai dengan kondisi tertentu. Dengan memahami siklus finansial, individu akan menyadari

⁴⁴ Ganistria Marbawani dan Grendi Hendrastomo. "Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta", *Jurnal Kajian Sosiologi*, Vol 9, No 1, 2020, hlm 2

betapa pentingnya merencanakan keuangan dan mengelola kekayaan dalam kehidupan sehari-hari. Setiap individu berhak untuk memiliki kehidupan sejahtera, terdapat cara-cara untuk mencapai dan memahami siklus finansial supaya perencanaan keuangan berjalan dengan maksimal yakni mengumpulkan kekayaan, meningkatkan kekayaan, dan distribusi kekayaan. Mengumpulkan kekayaan, individu dimulai ketika menghasilkan pendapatan pertama atau dapat dilakukan dengan cara membangun usaha, investasi, dan menabung, lalu meningkatkan kekayaan di mana individu berusaha melakukan strategi keuangan dengan cara memperluas usaha, naik jabatan kerja, dan berinvestasi, serta distribusi kekayaan di mana individu ketika beranjak usia tua memikirkan cara untuk meringankan beban anggota keluarga dengan membagikan warisan.

Siklus finansial ialah suatu praktik akuntansi yang memiliki kegiatan ekonomi seperti melakukan bisnis untuk menambah modal dan menggunakan modal untuk mendapatkan aset produksi untuk memperoleh pendapatan. Siklus finansial juga diperhatikan dalam beberapa aspek bagi setiap individu yakni siklus pendapatan, siklus pengeluaran, siklus pembiayaan, dan risiko. Siklus pendapatan sangat penting diterapkan untuk mengelola keuangan, di mana terdapat kegiatan yang dilakukan seseorang dalam berusaha sebagai pekerja, pebisnis ataupun investor untuk memperoleh uang, lalu siklus pengeluaran merupakan individu yang rela mengeluarkan uang untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, serta salah satu faktor yang mempengaruhi pengeluaran ialah gaya hidup. Selanjutnya siklus pembiayaan

adalah pembiayaan dalam merencanakan keuangan, di mana terdapat aktifitas yang dijalankan dibiayai oleh pihak ketiga atau kredit dari perbankan. Dan terakhir risiko ialah adanya konsekuensi yang terjadi di masa yang akan datang, dalam perencanaan keuangan risiko dapat diatasi di mana membuat keputusan yang dapat dialihkan kepada pihak ketiga seperti mengikuti program asuransi atau tabungan rencana.⁴⁵

Seperti yang dikatakan Halim Alamsyah, siklus finansial terdapat dua komponen yaitu pemahaman terhadap nilai dan risiko serta kendala pembiayaan. Nilai dan risiko memiliki pemahaman sendiri yang diwakili oleh harga aset, sebagai contoh harga properti dan harga saham. Hal ini menyebabkan perubahan pada harga aset dapat mencerminkan perilaku agen ekonomi dalam memberi respon terhadap kondisi ekonomi dan keuangan yang terjadi. Berdasarkan komponen tersebut dapat disimpulkan bahwa siklus finansial dapat menerima naik dan turunnya suatu pembiayaan yang berhubungan dengan kondisi keuangan. Maka dari itu, siklus finansial memiliki hubungan yang erat dengan sistem keuangan.⁴⁶

Tak hanya dari kacamata ekonomi, siklus finansial juga terdapat tingkah laku atau perilaku finansial (*behaviour finance*). Perilaku finansial berkaitan erat dengan tanggung jawab keuangan individu berhubungan dengan cara pengelolaan keuangannya, secara bagaimana proses mengatur uang dan

⁴⁵ Eri Bukhari, Bintang Narpati, Adi Wibowo Noor Fikri, M. Fadhli Nursal, Tyna Yunita. "Pembekalan Perencanaan Keuangan Bagi Atlet Angkat Besi Klub Tegar Beriman". *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1, No.1, 2021, hlm 18-19

⁴⁶ Setyo Tri Wahyudi, Rihana Sofie Nabella, Nurul Badriyah. "Analisis Pengaruh Siklus Keuangan Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 20, No 2, 2019, hlm 87

aset yang dilakukan secara produktif. *Financial behaviour* ialah ilmu yang menggabungkan antara teori ekonomi dengan teori sosiologi dan psikologi yang digunakan untuk membuat suatu keputusan. Hal ini terjadi adanya suatu pergeseran dari kondisi kepastian menuju ketidakpastian, lalu adanya pergeseran dari rasional ke cenderung irasional. Adanya alasan mengapa sosiologi dan psikologi dimasukkan ke dalam ilmu keuangan ini, karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak lepas dari lingkungan sekitar di mana berdampak pada bagaimana cara individu untuk berperilaku.⁴⁷

Menurut Shefrin mengenai perilaku finansial ialah ilmu yang mempelajari bagaimana realitas dalam kacamata psikologi memengaruhi tingkah laku dalam keuangannya. Selanjutnya menurut Nofsinger, perilaku finansial ialah ilmu yang mempelajari bagaimana individu secara tepat untuk mengambil langkah atau berperilaku dalam menentukan keuangan. Dan menurut Litner, perilaku finansial ialah studi yang mempelajari bagaimana individu menghadapi dan menanggapi informasi yang mereka dapat untuk mengambil keputusan yang maksimal dalam meningkatkan perbaikan dengan mengamati risiko yang berkaitan di dalamnya yakni sikap dan tindakan sebagai faktor penentu dalam berinvestasi. Manusia sering sekali mengalami marah, takut, dan serakah dalam mementingkan diri sendiri untuk menempatkan dirinya ketika menentukan keputusan tentang uang, di mana perilaku manusia biasanya tidak bersifat inisiatif melainkan bersifat reaktif secara spontan. Hal ini membuat individu sulit mengambil keputusan, melainkan mengalami

⁴⁷ Seri Suriani. *Financial Behaviour*. (Sumatra Utara; Yayasan Kita Menulis, 2022), hlm 2-3

kesulitan dalam mengukur keputusan untuk dirinya, sehingga munculah ilmu perilaku finansial yang mempelajari pengaruh dari faktor sosial, pengetahuan, dan emosional dalam keputusan ekonomi individu.⁴⁸

Siklus finansial harus diperhatikan bagi individu tanpa terkecuali agar dapat mengelola keuangan dengan maksimal supaya dapat dipersiapkan dengan cepat dan matang. Siklus finansial harus dikelola dengan baik di usia produktif, mengingat keuangan adalah masalah yang vital di mana pendapatan dan pengeluaran harus teliti dengan jelas. Banyak tren gaya hidup muncul di masyarakat perkotaan yang mengakibatkan individu rela menghabiskan pendapatannya untuk memenuhi keinginannya. Dengan mengikuti tren masa kini, masyarakat kita sering lupa untuk mengelola keuangan agar siklus finansial stabil, banyak di antaranya sebelum akhir bulan pendapatan yang mereka dapat sering kali habis dikarenakan tuntutan gaya hidup. Maka dari itu penting untuk mengetahui siklus finansial dari awal bulan sampai akhir bulan dengan cara manajemen keuangan secara teratur.

Berdasarkan beberapa gambaran di atas, peneliti melihat siklus finansial sangat penting untuk dikaji, siklus finansial menggambarkan langkah-langkah individu untuk mengelola keuangan agar tetap stabil. Siklus finansial juga dilihat dari seberapa banyaknya pemasukan dan pengeluaran individu, hal ini harus diperhatikan mengingat hidup harus berjalan dengan seimbang antara memenuhi kebutuhan hidup dengan menabung atau investasi. Dalam kehidupan mulai dari usia produktif hingga usia pensiun harus memperhatikan

⁴⁸ *Ibid*, hlm 3-7

siklus finansial berupa pemasukan keuangan, ini bertujuan agar tidak mengalami risiko yang akan mendatang agar siklus finansial individu dari tahun demi tahun berjalan dengan optimal sampai hari tua.

1.6.5 The Philosophy Of Money : Nilai Uang Sebagai Arti Penting

Studi sosiologis tentang uang dilakukan oleh Georg Simmel pada tahun 1900 dalam karyanya *The Philosophy of Money*. Buku ini membahas tentang sosiologi ekonomi karya sosiolog dan filsuf sosial asal Jerman. Dalam karyanya, Simmel memandang uang sebagai agen penataan yang dapat membantu manusia memahami totalitas kehidupan. Pada tahun 1900 terjadi revolusi industri 2.0 yang ditandai dengan kemajuan pesat dalam pengembangan mesin-mesin. Di periode ini, terjadi peralihan tenaga otot manusia yang sudah berkurang dan diganti dengan penggunaan tenaga listrik. Pada abad ini mengalami kemajuan yang ditandai dengan penemuan pembangkit listrik, telepon, mobil, dan pesawat terbang. Pada tahun 1900, dalam karya *The Philosophy of Money* milik Simmel mengaitkan uang dengan fenomena sosial, khususnya antara uang, individu, dan masyarakat modern. Nilai uang ditentukan oleh keinginan individu untuk memperoleh suatu objek.⁴⁹ Subjek (individu) dan Objek (uang) atau sesuatu yang ingin dimiliki, kedua hubungan ini memiliki jarak yang dapat diatasi oleh pengorbanan (*sacrifice*). Dengan demikian, kehadiran uang dapat mempermudah aktivitas dalam kehidupan manusia termasuk pada revolusi industri 2.0. Hal ini

⁴⁹ Drs. Sindung Haryanto, M.Si, *loc.cit*

menunjukkan adanya penemuan-penemuan yang memberikan dampak secara signifikan untuk mempermudah aksesibilitas manusia.

Simmel bertujuan dalam eksplorasi makna kehidupan melalui penyelidikan fenomena uang dan hubungan timbal baliknya dengan dunia batin manusia. Hal ini menjelaskan bahwa uang merupakan sarana absolut yang berubah menjadi tujuan absolut.⁵⁰ Kemunculan uang dalam masyarakat modern yang tak bisa lepas dari individu dan mendominasi individu. Uang juga tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat karena uang mempengaruhi segala aspek kehidupan. Di ranah ekonomi, nilai uang menciptakan jarak dari objek-objek, dimana kita tidak dapat memperoleh objek tersebut tanpa uang. Beberapa dampak dari munculnya perekonomian uang terhadap masyarakat salah satunya ialah menjadi alat tukar sebagai sebuah alat universal yang ditujukan untuk semua pemakaian.⁵¹

Adanya hubungan antara nilai dan uang mengakibatkan individu membuat nilai dengan menciptakan objek, memisahkan diri mereka sendiri terhadap objek yang diciptakan, dan kemudian mencari jalan keluar terhadap jarak tersebut, sehingga menimbulkan kesulitan dari objek yang diciptakannya tersebut. Permasalahan utama ialah memperoleh suatu objek dari nilai objek itu sendiri.⁵²

⁵⁰ Isabelle Darmon & Carlos Frade, "Beneath and Beyond the Fragments: The Charms of Simmel's Philosophical Path for Contemporary Subjectivities", *Theory, Culture & Society*, Vol.29, No.7-8, hlm 7

⁵¹ Alma Lutfia, "Arti uang dalam tradisi uang panai' berdasarkan stratifikasi masyarakat Bugis", *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 4, No. 1, 2020, hlm 80

⁵² Prof. Dr. Damsar & Dr. Indrayani, S.E, M.M, *loc.cit*

Semakin berjarak suatu benda dengan subjek, maka semakin besar nilainya. Menurut Simmel, menciptakan jarak bertujuan untuk mengatasi jarak. Tanpa jarak, tidak akan ada pengorbanan (*sacrifice*) yang akan mendekatkan individu terhadap benda yang diinginkan dan mengatasi masalah jarak itu sendiri. Pada akhirnya pengorbanan membuat suatu benda memiliki nilai. Tujuan adanya jarak ialah untuk mengatasi hal tersebut, maka usaha dan pengorbanan yang memisahkan individu dari objek membawa ke arahnya. manusia modern harus bekerja lebih keras dan menerapkan upaya yg jauh lebih besar, karena jarak antara dia (subjek) dan objek usahanya harus lebih besar lgi karena rintangannya jauh lebih sulit menghalangi jalannya.⁵³

Simmel memosisikan pertukaran sebagai prasyarat dalam kegiatan ekonomi. Pertukaran telah menyatukan jarak dan kedekatan terhadap benda-benda yang akan ditukar. Dapat dikatakan bahwa seseorang memiliki keinginan terhadap suatu benda dan adanya hasrat yang menciptakan suatu jarak. Hadirnya relasi pertukaran memungkinkan suatu jarak tersebut menjadikan peluang bagi seseorang untuk memilikinya. Dengan kata lain, relasi pertukaran adalah kedekatan (*proximity*).

Dalam kehidupan manusia, uang merupakan gambaran yang paling pasti dan perwujudan yang paling jelas, karena segala sesuatu menerima maknanya melalui satu sama lain, dan keberadaannya ditentukan oleh hubungan timbal baliknya. Hal ini melambangkan hubungan antara berbagai bagian keberadaan kita dengan objek-objek tertentu. Dengan demikian, uang

⁵³ Georg Simmel, *Op. Cit*, hlm 72-73

sebagai ekspresi yang cukup dari hubungan manusia dengan kehidupan, yang hanya dapat dipahami dalam contoh tunggal dan konkrit. Uang dapat dipahami secara nyata melalui fashion dan kekayaan.⁵⁴

Uang memberi kebebasan paling lengkap untuk mengekspresikan dirinya dalam suatu objek. Semakin kita memiliki sepenuhnya, semakin besar pengaruh kita terhadap dunia, dan semakin besar kebebasan kita untuk secara mandiri menentukan jalannya peristiwa. Uang menjanjikan dirinya sebagai hal utama untuk pengembangan pribadi. Namun uang tidak mengarahkan ke hal-hal tidak penting, tetapi menuntut agar kita masing-masing menentukan bagaimana melakukannya. Ini menunjukkan hubungan yang mendalam menurut Simmel antara masyarakat dan uang, keduanya disesuaikan dengan penggunaan dan kebutuhan individu.⁵⁵

Dalam kaitannya dengan gaya hidup individu sebagai masyarakat modern dalam preferensi tempat nongkrong. Nilai uang ditentukan oleh keinginan individu untuk memperoleh objek atau sesuatu yang diinginkan. Adanya hubungan antara nilai dan uang yang mengakibatkan individu menciptakan nilai dari objek, dimana suatu benda (objek) adalah hasil gambaran dari ide atau pikiran individu. Artinya benda atau objek yang ingin diperoleh adalah ekspresi atas eksistensi pikiran manusia melalui kehadiran uang. Makna dari nilai uang adalah keinginan individu yang memiliki kecenderungan untuk memperoleh objek sebagai pemenuhan kepuasan. Dalam

⁵⁴ Georg Simmel, *Op. Cit*, hlm 127-128

⁵⁵ Daniel Silver & Kristie O'Neill, "The significance of religious imagery in The Philosophy of Money: Money and the transcendent character of life", *European Journal of Social Theory*, Vol. 17, No.4, 2014, hlm 399

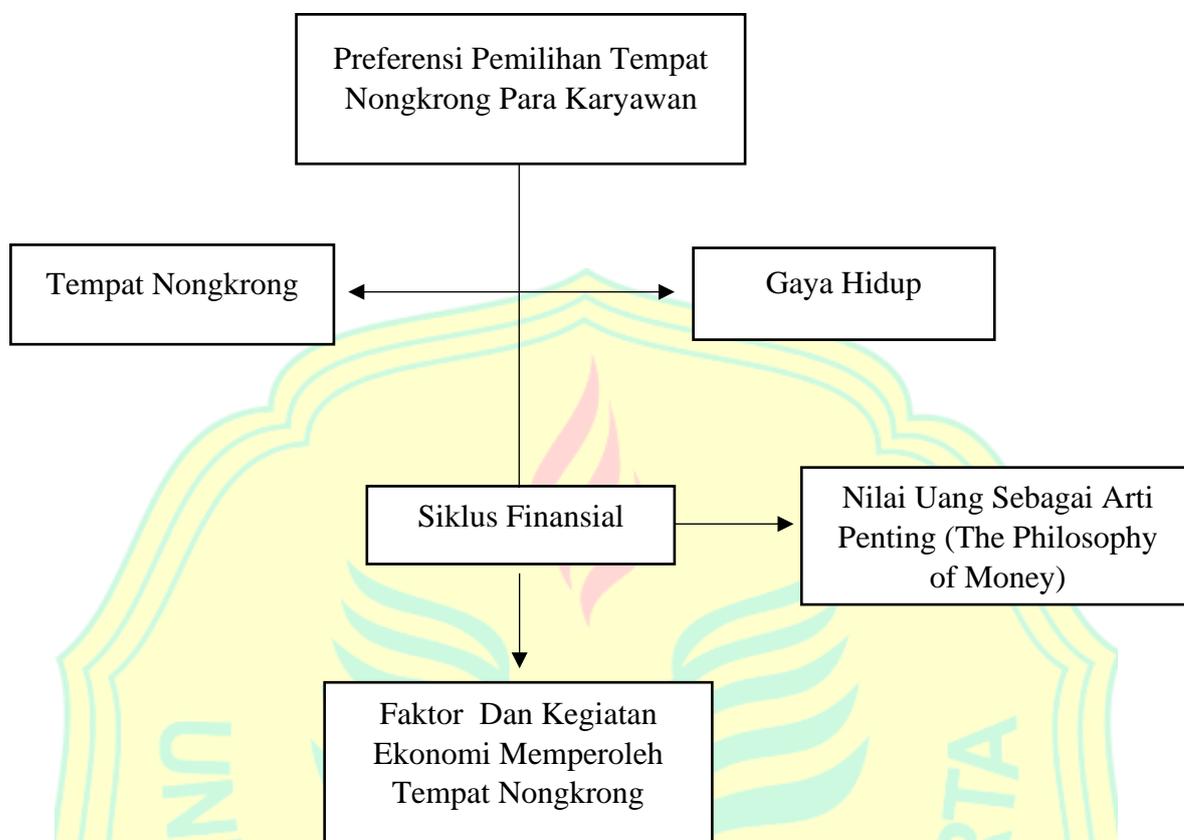
memilih tempat nongkrong berdasarkan preferensi, individu memiliki keinginan yang berasal dari pikirannya untuk mendapatkan pengalaman yang ditawarkan oleh pihak pengelola tempat nongkrong seperti menu yang enak, suasana nyaman, desain interior yang estetika, terdapat spot foto untuk *upload* ke media sosial. Dari pikiran individu tersebut terciptalah kepuasan dalam memperoleh pengalaman dari mengunjungi tempat nongkrong berdasarkan preferensi.

Menurut Georg Simmel semakin berjarak antara subjek (individu) dan objek (benda), maka semakin bernilai. Jarak atau hambatan itu sendiri seperti harga cenderung mahal dan sifat keraguan dalam mengeluarkan uang. Tujuan dari adanya penetapan jarak agar dapat diatasi oleh pengorbanan (*sacrifice*), sehingga untuk mengatasi jarak atau hambatan dilakukan pengorbanan individu sebagai subjek yang mendekatkan diri terhadap benda yaitu objek. Ketika individu telah memperoleh objek yang diinginkan melalui pengorbanan, maka terciptalah kenikmatan yang disebabkan dari hilangnya jarak antara subjek dan objek. Dalam kaitan penelitian ini, individu melakukan pengorbanan di antaranya yaitu memperoleh penghasilan dan mengorbankan rasa keraguan dalam mengeluarkan uang untuk mengunjungi preferensi tempat nongkrong yang dimiliki, hal ini dapat diketahui dari pengorbanan individu maka objek sebagai tempat nongkrong memiliki nilai. Artinya preferensi tempat nongkrong individu memiliki makna atau nilai yang dapat membentuk gaya hidup.

1.6.6 Hubungan Antar Konsep

Kerangka konsep yang telah dipaparkan, secara sederhana peneliti membuat hubungan antar konsep dalam studi ini pada kajian preferensi tempat nongkrong dalam membentuk gaya hidup berdasarkan siklus finansial. Adanya preferensi menentukan individu dalam mengambil keputusan sesuai selera yang melibatkan penilaian dan perbandingan dari berbagai pilihan. Keberadaan tempat nongkrong terdapat berbagai pilihan tempat berdasarkan kelas-kelasnya dan tiap individu memilih tempat nongkrong dengan tujuan tertentu di antaranya untuk memenuhi gaya hidup atau sekedar bersantai dan menghabiskan waktu luang. Lalu, gaya hidup diartikan sebagai cara-cara individu untuk mengekspresikan identitas atau citra dirinya agar berbeda dari individu atau kelompok lain yang di mana terdapat tindakan-tindakan untuk meningkatkan status sosialnya dan pada penelitian ini peneliti mengkaji persoalan preferensi tempat nongkrong yang bertujuan untuk membentuk gaya hidup. Dan terakhir siklus finansial, hal ini berkaitan dengan pengeluaran uang yang membahas langkah-langkah individu dalam membuat strategi perencanaan keuangan yang tepat dengan kondisi tertentu. Pada penelitian ini peneliti mengkaji pemilihan tempat nongkrong untuk membentuk gaya hidup berdasarkan siklus finansial dilihat dari bagaimana faktor dan kegiatan ekonomi untuk memperoleh preferensi tempat nongkrong.

Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep



Sumber : Diolah oleh peneliti (2023)

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Pendekatan Dan Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kasus yang diangkat adalah para karyawan di Kawasan Bendungan Hilir, Jakarta Pusat. Berdasarkan pengertiannya, penelitian kualitatif ialah metode-metode untuk mengobservasi dan mendalami suatu fenomena oleh sejumlah individu atau kelompok yang dianggap berasal dari masalah sosial. Proses penelitian ini mengaitkan cara-cara penting, seperti memberikan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data yang

lengkap dari sejumlah partisipan, menganalisis data secara induktif, serta memaparkan maksud dari data tersebut.⁵⁶ Dalam penulisan penelitian ini, teknik pengambilan data yang dilakukan peneliti untuk penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam dengan narasumber. Melalui pendekatan ini, peneliti melakukan wawancara dengan 5 orang karyawan Kantor Pusat Bank BRI di kawasan Bendungan Hilir yang memiliki kebiasaan dalam mengunjungi tempat nongkrong untuk kebutuhan gaya hidup.

Dalam wawancara ini, peneliti melakukan *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan narasumber, tidak hanya itu wawancara juga dapat dilakukan melalui via daring. Wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dibuat untuk menimbulkan pandangan dan opini dari para narasumber.⁵⁷ Setiap karyawan akan diteliti berdasarkan permasalahan dan pengalaman yang mereka hadapi. Penelitian kualitatif mempertahankan prinsip nilai-nilai, oleh karena itu penelitian kualitatif dipertentangkan dengan penelitian kualitatif yang bersifat bebas nilai.⁵⁸

Penelitian ini akan dilakukan di kawasan Bendungan Hilir yang terdapat salah satu gedung yaitu Kantor Pusat Bank Republik Indonesia (BRI). Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai narasumber yang mempunyai kebiasaan memilih tempat nongkrong dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup berdasarkan siklus finansial, maka dari itu peneliti menggunakan teknik

⁵⁶ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm 4

⁵⁷ *Ibid*, hlm 225

⁵⁸ Ratna, N.K. *Teori, Metode, dan penelitian sastra* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006). hlm 47

pengambilan *purposive sample* yang dimana mencari narasumber sesuai kriteria yang dipilih sebelumnya berdasarkan pertanyaan penelitian.⁵⁹ Sehingga mengidentifikasi mengenai sebuah kasus lebih mendalam.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ada 5 orang karyawan. Kelima karyawan ini masing-masing mempunyai preferensi untuk memilih tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial dalam membentuk gaya hidup. Subjek penelitian ini terdapat lima orang informan yang merupakan karyawan kantor pusat Bank Republik Indonesia (BRI) yang memiliki upah berbeda-beda. Selain itu juga terdapat subjek sebagai pelengkap data yakni 5 teman nongkrong dari karyawan guna data yang diperoleh semakin akurat dan relevan.

⁵⁹ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), hlm 59

Tabel 1.1 Subjek Penelitian

No	Nama	Umur	Peran dalam penelitian	Keterangan
1	Indri Inggriet	28 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor dalam menentukan pemilihan tempat nongkrong - Tujuan memilih tempat nongkrong dari berbagai aspek - Yang dirasakan setelah memilih tempat nongkrong sesuai dengan preferensi - Mengkategorikan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial - Pandangan dalam melihat uang untuk kebutuhan gaya hidup nongkrong 	Informan Kunci
2	Felix Kinalsal	29 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor dalam menentukan pemilihan tempat nongkrong - Tujuan memilih tempat nongkrong dari berbagai aspek - Yang dirasakan setelah memilih tempat nongkrong sesuai dengan preferensi - Mengkategorikan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial - Pandangan dalam melihat uang untuk kebutuhan gaya hidup nongkrong 	Informan Kunci
3	Anita Dasyo	30 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor dalam menentukan pemilihan tempat nongkrong - Tujuan memilih tempat nongkrong dari berbagai aspek - Yang dirasakan setelah memilih tempat nongkrong sesuai dengan preferensi - Mengkategorikan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial 	Informan Kunci

			<ul style="list-style-type: none"> - Pandangan dalam melihat uang untuk kebutuhan gaya hidup nongkrong 	
4	Misep Astari	34 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor dalam menentukan pemilihan tempat nongkrong - Tujuan memilih tempat nongkrong dari berbagai aspek - Yang dirasakan setelah memilih tempat nongkrong sesuai dengan preferensi - Mengkategorikan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial - Pandangan dalam melihat uang untuk kebutuhan gaya hidup nongkrong 	Informan Kunci
5	Daffa Farabi	25 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor dalam menentukan pemilihan tempat nongkrong - Tujuan memilih tempat nongkrong dari berbagai aspek - Yang dirasakan setelah memilih tempat nongkrong sesuai dengan preferensi - Mengkategorikan tempat nongkrong berdasarkan siklus finansial - Pandangan dalam melihat uang untuk kebutuhan gaya hidup nongkrong 	Informan Kunci
6	Gita Amalia	27 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor narasumber dalam memilih tempat nongkrong - Menyikapi narasumber yang mengunjungi tempat nongkrong - Kegiatan yang dilakukan saat mengunjungi tempat nongkrong bersama narasumber - Menyikapi keluhan dari narasumber terkait pengeluaran uang dalam mengunjungi tempat nongkrong 	Informan Pendukung selaku teman nongkrong dari Indri Inggriet

7	Rezi Aditya	25 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor narasumber dalam memilih tempat nongkrong - Menyikapi narasumber yang mengunjungi tempat nongkrong - Kegiatan yang dilakukan saat mengunjungi tempat nongkrong bersama narasumber - Menyikapi keluhan dari narasumber terkait pengeluaran uang dalam mengunjungi tempat nongkrong 	Informan Pendukung selaku teman nongkrong dari Daffa Farabi
8	Yudi Nugraha	38 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor narasumber dalam memilih tempat nongkrong - Menyikapi narasumber yang mengunjungi tempat nongkrong - Kegiatan yang dilakukan saat mengunjungi tempat nongkrong bersama narasumber - Menyikapi keluhan dari narasumber terkait pengeluaran uang dalam mengunjungi tempat nongkrong 	Informan Pendukung selaku teman nongkrong dari Misep Astari
9	Adam Rochman	29 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor narasumber dalam memilih tempat nongkrong - Menyikapi narasumber yang mengunjungi tempat nongkrong - Kegiatan yang dilakukan saat mengunjungi tempat nongkrong bersama narasumber - Menyikapi keluhan dari narasumber terkait pengeluaran uang dalam mengunjungi tempat nongkrong 	Informan Pendukung selaku teman nongkrong dari Felix Kinalsal
10	Kirana Putri	30 tahun	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor narasumber dalam memilih tempat nongkrong - Menyikapi narasumber yang mengunjungi tempat nongkrong - Kegiatan yang dilakukan saat mengunjungi tempat nongkrong bersama narasumber 	Informan Pendukung selaku teman nongkrong dari Anita Dasyo

			- Menyikapi keluhan dari narasumber terkait pengeluaran uang dalam mengunjungi tempat nongkrong	
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------	--

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat Bank Republik Indonesia (BRI) Bendungan Hilir Jakarta Pusat. Alasan mengapa peneliti mengambil lokasi ini untuk dijadikan lokasi penelitian ialah karena di kantor pusat BRI Jakarta Pusat terletak pada pusat perkotaan dimana banyak tempat-tempat nongkrong serta banyak para pegawai kantor melipir. Melalui hal tersebut, peneliti ingin melihat bagaimana faktor penyebab dan usaha pegawai kantor dalam memilih preferensi tempat nongkrong sesuai kondisi finansial mereka.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik:

A. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan dengan melakukan turun langsung ke lapangan sebagai upaya untuk melihat secara langsung terhadap para pegawai kantor BRI yang memiliki kebiasaan nongkrong dalam gaya hidup dimana menjadi subjek penelitian. Observasi dilakukan dengan cara mengamati kondisi lokasi penelitian yang memiliki beberapa tempat-tempat nongkrong seperti kafe dan restoran, serta kegiatan dari subjek penelitian. Dari observasi ini diharapkan dapat membantu peneliti terhindar dari informasi-informasi yang tidak akurat dalam proses penelitian.

Tahapan observasi yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran langsung dan memberikan pengalaman langsung peneliti untuk memperoleh data mengenai apa yang diteliti mengenai permasalahan pegawai kantor dalam preferensi tempat nongkrong sesuai kondisi finansial.

B. Wawancara

Metode wawancara sangat membantu peneliti untuk mengumpulkan data dengan berbagai macam-macam informasi yang diperoleh dari informan. Cara memperoleh data agar sesuai dengan permasalahan yang diteliti, menggunakan pedoman wawancara yaitu terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Pada umumnya pertanyaan yang dibuat berdasarkan inti-inti permasalahan dalam penelitian sehingga peneliti dapat melaksanakan metode wawancara dengan baik. Wawancara ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tidak terstruktur namun terarah dengan tujuan dan bersifat terbuka agar dirancang untuk mendapatkan jawaban dari para informan yang diwawancarai. Peneliti melakukan wawancara langsung baik itu tatap muka maupun online secara mendalam kepada para pegawai kantor serta teman nongkrong mereka guna untuk mendapat informasi dan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini terdapat pihak yang berhubungan dengan judul peneliti yaitu 5 karyawan Kantor Pusat BRI di Bendungan Hilir, Jakarta Pusat. Serta melakukan wawancara terhadap 5 teman nongkrong dari para karyawan sebagai informan pendukung untuk mendapatkan

informasi mengenai tanggapan mereka terkait temannya dalam pemilihan tempat nongkrong untuk membentuk gaya hidup sesuai siklus finansial.

C. Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi sebagai data sekunder berupa foto atau data yang dimiliki oleh beberapa narasumber serta studi kasus untuk mempermudah peneliti sebagai bahan referensi dalam pengambilan data dari hasil temuan di lapangan. Peneliti mencari berbagai macam-macam data dalam penelitian seperti hasil gambar, memo, dan fieldnote. Hal tersebut membantu peneliti dalam melengkapi data pendukung untuk laporan penelitian selain hasil wawancara yang sudah dilakukan.

Peneliti melakukan studi kepustakaan melalui jurnal nasional, jurnal internasional dan buku-buku yang relevan serta dokumentasi yang membantu dalam melaksanakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Buku-buku yang digunakan oleh penulis bersumber dari Perpustakaan UPT Universitas Negeri Jakarta dan Perpustakaan Nasional. Selanjutnya jurnal yang digunakan bersumber dari jurnal nasional dan jurnal internasional. Kepustakaan yang digunakan peneliti juga diperoleh melalui internet. Walaupun demikian, kepustakaan digunakan tetap mengikuti kriteria dan aturan seperti tercantum di Sinta dan Scimago dengan batas rate tertentu agar sumber kepustakaan tidak sembarang.

1.7.5 Pengolahan Data

Mengumpulkan objek penelitian, di mana hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan hasil observasi, hasil wawancara dan dokumentasi lainnya. Setelah itu, hasil wawancara akan dipilih dan dianalisa untuk mengetahui preferensi tempat nongkrong sesuai kondisi finansial para karyawan di kawasan Bendungan Hilir. Selanjutnya, data yang telah didapatkan dari hasil wawancara dan dokumentasi di kategorikan.

Setelah diolah, Langkah selanjutnya akan dilakukan penyajian data. Penyajian data tersebut dilakukan agar data yang diperoleh tersusun menjadi sistematis serta mudah dimengerti dan dapat mempermudah untuk menarik kesimpulan, hal tersebut penyajian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah tabel dan berbentuk narasi.

Setelah kedua tahap sudah dilakukan maka tahap selanjutnya adalah menarik kesimpulan. Tahap ini bertujuan untuk menemukan bagaimana cara meminimalisir perilaku konsumtif para pegawai kantor dalam memilih tempat nongkrong. Hal tersebut dilakukan dengan cara mencegah sikap boros agar terciptanya keseimbangan hidup serta dapat menarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang telah dirumuskan.

1.7.6 Triangulasi Data

Menurut Moleong yang dikutip oleh Salim dan Syahrin triangulasi data ialah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding

terhadap data yang diperoleh dari penggunaan teknik pengumpulan data.⁶⁰ Dengan melakukan triangulasi data, informasi yang diperoleh dari berbagai sumber diperiksa silang antara data wawancara dengan data pengamatan serta dokumen. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan data dari berbagai informan pendukung yang terkait dengan data wawancara tentang pandangan, dan nilai-nilai yang muncul dari perilaku subjek penelitian.

Selain dengan melakukan metode wawancara mendalam, peneliti dapat menggali data melalui foto, hasil observasi, dan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda, agar data dalam penelitian valid, maka peneliti melakukan *cross check* dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dari berbagai sumber. Triangulasi data ini dinilai sangat penting untuk menggali suatu kebenaran informasi-informasi yang akurat dengan menggunakan berbagai sumber data. Proses triangulasi data dalam metode ini dilakukan dengan wawancara dengan tukang parkir di kawasan Bendungan Hilir dan petugas satpam di area Kantor Pusat Bank BRI.

1.7.7 Keterbatasan Peneliti

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang didapatkan melalui wawancara mendalam. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti banyak mengalami kesulitan dan kendala dalam proses pengambilan data. Ada beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti salah satunya ialah jam kerja karyawan kantor pusat BRI yang padat sehingga

⁶⁰ Drs. Salim, M.Pd dan Drs. Syahrudin, M.Pd. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm 166

peneliti menunggu waktu luang narasumber untuk diwawancarai. Maka dari itu peneliti perlu memperhatikan keterbatasan ini untuk lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Peneliti mewawancarai pada saat narasumber memiliki waktu luang untuk berdiskusi dengan peneliti.
2. Peneliti tidak selalu melakukan wawancara secara tatap muka, namun juga melakukan wawancara secara daring karena narasumber memiliki waktu luang terbatas disebabkan pekerjaan.
3. Peneliti memiliki keterbatasan saat melakukan wawancara disebabkan beberapa narasumber yang memiliki kepribadian tertutup.

1.7.8 Peran Peneliti

Dalam penelitian ini, peran peneliti sebagai pengamat langsung apa yang terjadi di lapangan dan melakukan perencanaan, pengumpul data, dan menganalisis data yang di dapat dari subjek penelitian yakni pegawai kantor pusat BRI, sehingga akhirnya sebagai pencetus penelitian. Peneliti juga tidak hanya berperan sebagai pengolah data, pengambil data, dan penemu hasil penelitian, akan tetapi peneliti juga disini berperan sebagai teman untuk subjek. Sehingga hasil yang ditemui oleh peneliti lebih akurat dan valid karena semakin subjek percaya dengan peneliti, maka akan memudahkan mereka untuk bercerita jujur dan meminimalisir kebohongan.

Dalam melakukan penelitian, peneliti telah mendapatkan persetujuan dari subjek penelitian yakni para karyawan di kawasan Bendungan Hilir untuk diwawancarai sehingga peneliti mudah untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan karena untuk mengetahui bagaimana faktor dan usaha para karyawan dalam memilih tempat nongkrong untuk menunjang gaya hidup berdasarkan siklus finansial. Pada akhirnya peran peneliti merupakan kunci dalam kesuksesan untuk menyusun penelitian ini.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam melihat dan mengetahui pembahasan pada penelitian ini secara menyeluruh, maka skripsi ini diperlukan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab pembahasan yaitu BAB I pendahuluan, BAB II dan BAB III temuan hasil penelitian, BAB IV Analisa, dan BAB V penutup. Pembahasan sistematika penelitian-penelitian sebagai berikut :

Bab I : Pada bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian sehingga dapat melihat permasalahan yang muncul yang terdiri dari dua pertanyaan penelitian, hal ini bertujuan agar peneliti fokus terhadap suatu fenomena yang dikaji. Bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan, dan manfaat penelitian, tinjauan sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian, hubungan antar konsep, sistematika penulisan dan penutup. Secara keseluruhan pada bab ini bertujuan untuk menemukan kerangka dasar dalam penelitian ini dan peneliti diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai terbentuknya gaya hidup dalam pemilihan tempat nongkrong melalui siklus finansial dan pengaruh uang bagi pegawai kantor BRI.

Bab II : Pada bab ini akan menjabarkan terkait gambaran umum lokasi penelitian yaitu kawasan Bendungan Hilir Jakarta Pusat. Dalam bab ini terdiri dari subbab-subbab yang menjelaskan terkait deskripsi lokasi Bendungan Hilir, serta profil informan yang sering melakukan kegiatan ke tempat nongkrong.

Bab III : Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan-temuan hasil wawancara mendalam kepada seluruh narasumber dan hasil pengamatan yang telah didapatkan selama melakukan penelitian berlangsung. Hasil penelitian ini akan menjawab permasalahan mengenai bagaimana pertimbangan kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk mendapatkan preferensi tempat nongkrong dalam membentuk gaya hidup, selanjutnya bagaimana faktor untuk memutuskan pemilihan tempat nongkrong. Kedua permasalahan tersebut akan dipaparkan menurut masing-masing para karyawan berdasarkan siklus finansialnya.

Bab IV : Bab ini akan membahas mengenai hasil analisis dari dampak uang dalam pemilihan tempat nongkrong sebagai penunjang gaya hidup. Subbab pertama akan membahas latar belakang sosial ekonomi para karyawan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam preferensi tempat nongkrong. Kemudian, subbab kedua membahas mengenai analisis nilai uang dalam memperoleh preferensi tempat nongkrong. Selanjutnya, subbab ketiga akan membahas mengenai nilai uang dalam mencapai gaya hidup. Ketiga subbab ini menggunakan Teori Nilai Uang *The Philosophy of Money* milik Georg Simmel dalam melihat preferensi tempat nongkrong.

Bab V : Bab ini sebagai bagian penutup. Bagian akhir yang berisikan tentang pandangan peneliti untuk mengambil kesimpulan dalam laporan penelitian

secara menyeluruh. Selain itu peneliti memberikan saran untuk masyarakat khususnya bagi para karyawan dalam membentuk keseimbangan hidup antara kebutuhan primer dan gaya hidup.

