

KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP

**(Studi pada pengguna kartu kredit
di kalangan pekerja di kota Palembang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



OLEH:

Ariani

07071002055

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2011

R 21558
22022

S
332.707
Ari
&
C/(-) 120106
2011



KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP

**(Studi pada pengguna kartu kredit
di kalangan pekerja di kota Palembang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



OLEH:

Ariani

07071002055

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2011

LEMBAR PENGESAHAN

KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP

**(Studi pada pengguna kartu kredit
di kalangan pekerja di kota Palembang)**

SKRIPSI

**Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk mengikuti
ujian komprehensif dalam memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-1 Sosiologi
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**

Diajukan Oleh :

**ARIANI
07071002055**

Pembimbing I

**Dr. Zulfikri Suleman, MA
NIP. 195907201985031002**



Pembimbing II

**Dra.Hj. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002**



KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP

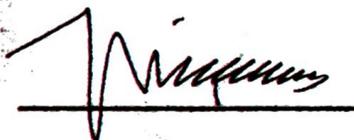
(Studi Pada Pengguna Kartu Kredit di Kalangan Pekerja
di Kota Palembang)

SKRIPSI

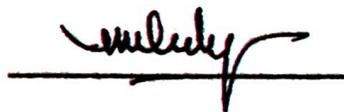
Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan
Dinyatakan Berhasil Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi
Pada Tanggal, 02 November 2011

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dr. Zulfikri Suleman, MA.
Ketua



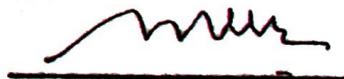
Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si.
Anggota



Dr. Ridha Taqwa.
Anggota



Mery Yanti, S.Sos, MA.
Anggota



Indralaya, 7 November 2011

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya

Dekan,



Dra. Dyan Hapsari, ENH, M.Si.

Nip.196010021992032001

MOTTO :

"Allah akan menjadikan kemudahan setelah kesukaran" (Q.s. Ath-Thalaq:7)

"Jangan bersedih atas pekerjaan yang belum sempat engkau selesaikan. Sebab, pekerjaan orang-orang besar itu tidak pernah ada ujungnya" (Dr. 'Aidh al-Qarni)

"Wanita yang berpikir akan mampu mengubah padang pasir menjadi kebun yang indah" (Dr.'Aidh al-Qarni)

Ya Allah....

Atas Rahmat dan Ridhomu

Kupersembahkan Karyaku...

Teruntuk :

1. Kedua orang tuaku tersayang dan terkasih atas do'a dan dukungan tanpa henti, serta selalu ada saat susah senangku.
2. Mamas dan mbakku tersayang
3. Sahabat dan Teman-Temanku tercinta.
4. Dosen Fisip Unsri Jurusan Sosiologi, terima kasih atas semua bimbingan dan ilmu yang telah diberikan padaku.
5. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa atas selesainya skripsi yang berjudul **KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP** (Studi pada pengguna kartu kredit dikalangan pekerja di kota Palembang).

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana S-1 dalam bidang Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pembuatan skripsi ini turut melibatkan banyak pihak yang telah memberikan arahan dan bantuan yang tidak bernilai harganya, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Badia perizade, M.B.A. sebagai Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs, Gatot Budiarto, MS selaku Pembantu Dekan I FISIP Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan kemudahan dalam proses penelitian.
4. Bapak Dr. Zulfikri Suleman, MA, sebagai Ketua Jurusan Ilmu Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing proses jalannya skripsi
5. Ibu Mery Yanti, S.Sos, MA selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fisip Universitas Sriwijaya.

6. Ibu Dra.Hj. Eva Lidya, M.Si, selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memeriksa, memberikan bimbingan, saran, nasehat dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Suryadrajat, S.Sos yang telah memberikan semangat dan motivasi dengan memberikan pengarahan-pengarahan yang sangat membangun
8. Bapak Dr. Dadang H Purnama, M. Hum selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pendampingan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Seluruh Dosen dan karyawan FISIP Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan bantuan selama perkuliahan di kampus FISIP Universitas Sriwijaya. Terima kasih yang sebesar-besarnya dan tidak terhingga kepada bapak ibu yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Kedua orang tuaku yang senantiasa mendoakan, memberikan curahan kasih sayang yang tak terhingga, maafkan ananda yang belum bisa memberikan kebanggaan buat keluarga
11. Mamasku Khoerudin, Eko Susanto, Cici' Muliana, A.Md, mimiku Umi Hidayani S.pd, terimakasih atas semangat, perhatian dan kasih sayangnya.
12. Kepada saudara spiritual Mbak Rina, Dodi, Retna, Wasi, dan seluruh karyawan ESQ LC cabang Palembang, terimakasih untuk kebersamaannya, tetap semangat berjuang di jalan ALLAH. Salam 165...!
13. Sahabat-sahabatku tercinta Rini, Elin, Misnah, Erna, Liana, Wuri, Sinta, Reling, Cia, Mita, Surya, Ucup, Evi, Aridwi, terimakasih untuk canda

tawanya, persahabatan kita tak akan lekang oleh waktu, adikku Desi, Ifah, Weni, Winda dan penghuni alamanda lainnya, moga tetap kompak dan akur.

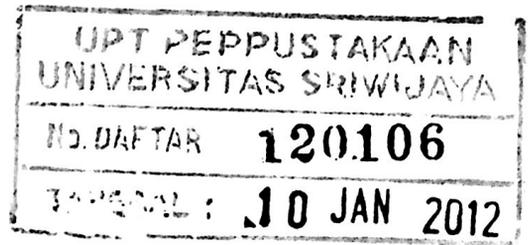
14. Teman-teman Sosiologi'07, semoga kita sukses semua dikemudian hari tanpa terkecuali... amin... jangan pernah lupakan kenangan kita, moga kita selalu menjadi sebuah kisah klasik untuk masa depan... Semangat....!.
15. Kepada Pak Hadi, Pak Sigit, Pak Eka dan Ibu Eha dan seluruh karyawan Bank BNI Cabang Palembang yang telah membantu dalam pengambilan data, terimakasih untuk kerjasamanya
16. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memberikan batuan yang sangat berguna dalam penulisan skripsi

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk memperoleh hasil yang terbaik, namun penulis menyadari keterbatasan pengetahuan, kemampuan, kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Kiranya segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan pahala, kebaikan dan limpahan kasih sayang dari Allah S.W.T. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan berharap skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin ya Robbal A'lamin.

Indralaya, Oktober 2011

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Tinjauan Pustaka	11
1.5 Kerangka Pemikiran	16
1.6 Metode Penelitian	50
1.6.1 Lokasi penelitian.....	51
1.6.2 Sifat dan jenis penelitian.....	51
1.6.3 Batasan Pengertian.....	51
1.6.4 Unit Analisis Data.....	52
1.6.5 Informan penelitian.....	52
1.7 Data dan Sumber Data.....	53
1.8 Teknik Pengumpulan Data.....	54
1.9 Teknik Pengolahan Data.....	55
1.10 Teknik Analisis Data.....	56

BAB II GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	58
2. 1 Letak Geografi dan Luas.....	58
2. 2 Batasan Wilayah Administrasi.....	58
2. 3 Ketenagakerjaan di kota Palembang.....	61
2.3.1 Angkatan kerja.....	62
2. 4 Perbankan di kota Palembang.....	63
2.5 Sosial Budaya.....	65
2.6 Deskripsi Informan.....	66
BAB III KARTU KREDIT SEBAGAI SIMBOL GAYA HIDUP.....	71
3. 1 Makna Kartu Kredit dikalangan Pekerja.....	71
3.1.1 Kartu Kredit sebagai simbol Status Sosial.....	71
3.1.2 Kartu Kredit sebagai Prestise.....	82
3.1.3 Kartu Kredit dan Konsumerisme.....	95
3.1.4 Kendala Kartu Kredit.....	102
3.2 Karakteristik Umum Pekerja pengguna Kartu Kredit.....	109
3.2.1 Pengguna Kartu Kredit berdasarkan Kelompok	
Umur dan Jenis kelamin.....	110
3.2.2 Pengguna Kartu Kredit berdasarkan Status	
Perkawianan.....	112
3.2.3 Pengguna Kartu Kredit berdasarkan Pekerjaan.....	114
3.2.4 Pengguna Kartu Kredit berdasarkan Penghasilan.....	117
3.2.5 Pengguna Kartu Kredit berdasarkan Pendidikan.....	119
BAB IV PENUTUP	125
4.1 Kesimpulan	125
4.2 Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola pengadopsi gaya hidup modern dalam masyarakat kota, tentu tidak dapat dilepaskan dari pengaruh tingkat perekonomian individu. Tingkat penghasilan, memegang peran yang amat penting dalam mendukung terbentuknya gaya hidup masyarakat kota. Seperti yang dijelaskan Phil A. Susanto (1985:69) bahwa kehidupan masyarakat kota amat berhubungan dengan uang. Uang dapat menjadi pendukung bagi individu untuk meraih penghargaan tersendiri dari lingkungan sekitar, tempat individu tersebut tinggal. Dengan kata lain, bagi masyarakat kota uang tidak hanya memegang peran sebagai alat transaksi ekonomi, namun uang juga dapat berfungsi mendukung individu dalam mencapai status dalam lingkungan sosialnya.

Dalam sistem perekonomian, khususnya dalam dunia perdagangan yang berlaku pada saat ini, proses jual beli cenderung tidak lagi menggunakan uang kontan (*cash*), melainkan dengan sebuah kartu yang diterbitkan oleh pihak perbankan, yang lebih dikenal dengan sebutan kartu kredit. Hal ini dilakukan selain dengan alasan untuk memperkecil resiko terjadinya tindak kejahatan juga sebagai suatu perubahan dalam gaya hidup dan demi kepraktisan bagi para penggunanya.

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Wiryawan, *Direktur Marketing Communication and Business Development Citibank*, yang memperbandingkan

transaksi menggunakan kartu kredit dengan transaksi tunai. Dalam transaksi tunai di Indonesia, uang sedikitnya mengalami delapan kali perhitungan, yang mana dimulai dari perhitungan uang setelah nasabah menarik uang dari mesin ATM, lalu pembayaran kepada kasir (toko, restoran atau hotel), perhitungan saat pergantian *shift* (giliran) kerja kasir, perhitungan oleh atasan kasir, dan seterusnya sampai perhitungan oleh kasir bank pada pagi keesokan harinya. Sebaliknya, dengan mempergunakan kartu kredit, hal itu jauh dirasakan lebih efisien, dikarenakan pembayaran hanya dilakukan dari gerai/toko (*merchant*) langsung ke bank. Selain efisien, transaksi dengan kartu kredit lebih aman, misalnya tidak akan bermasalah dengan uang palsu. Disamping itu, transaksi kartu kredit di hari minggu atau hari libur lainnya akan langsung tercatat di bank. Jadi, kedua pihak yaitu bank dan nasabah sama-sama diuntungkan (www.kompas.com, diakses tanggal 13 januari 2011)

Namun, seiring dengan perkembangan waktu, fungsi kartu kredit terus mengalami pergeseran. Pada awalnya, kartu kredit hanya difungsikan untuk berjaga-jaga jika sewaktu-waktu nasabah harus melakukan sebuah transaksi, sementara uang tunai tidak ditangan. Fungsi ini kemudian melebar menjadi alat bayar. Artinya, sekalipun nasabah memiliki uang tunai, dia tetap lebih suka membayar dengan kartu kredit. Selanjutnya, fungsi ini terus melebar, dan kini kartu kredit sudah merupakan bagian dari gaya hidup dalam arti membuat hidup menjadi lebih mudah. Seperti yang dikemukakan oleh Elvyn G. Masassya, bahwa penggunaan kartu kredit oleh kalangan menengah pada umumnya lebih

dimaknai pada orientasi untuk mendapatkan pengakuan diri agar diakui sebagai kalangan atas atau menengah atas.

Dalam konteks ini, Ariel Harianto (*Tiara*, Edisi 210, oktober 1998) menjelaskan bahwa kartu kredit telah menjadi gaya hidup tersendiri. Fenomena meningkatnya kepemilikan kartu kredit lebih dilatarbelakangi oleh orientasi harga diri (*prestise*) dan amat terkait dengan gengsi. Menggunakan kartu kredit lebih bergengsi dibandingkan dengan membayar tunai. Gengsi yang lebih ditujukan untuk mencapai identitas yang secara intrinsik agar diri individu diakui lebih kaya dari orang-orang lain. Muhammad Sobary (Suara Pembaruan, 18/1/1992) menjelaskan bahwa demi gengsi, orang bersedia melakukan apa saja, berapapun besar ongkos dan resikonya asalkan dirinya dapat lebih diakui oleh manusia lain. Adanya asumsi tersebut mengakibatkan keberadaan kartu kredit tidak saja dipergunakan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan penggunaan uang, tetapi kartu kredit juga menjadi sarana pemborosan bagi pemiliknya dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Terjadinya pemborosan tersebut sebenarnya dikarenakan adanya beban finansial yang dibebankan bagi pemilik kartu ketika mereka menggunakan jasa kartu kredit. Menurut Elvyn G Masassya, bertambahnya beban finansial individu selaku pengguna kartu kredit disebabkan karena :

1. *Annual fee*, yaitu kewajiban bagi pemegang kartu untuk melakukan membayar iuran tahunan, meski kartunya tidak digunakan

2. Bunga kredit

Jika membayar tagihan kartu kredit secara mencicil, maka terhadap sisa utang akan dikenakan bunga tetap yang jumlahnya mencapai 2-3 % per bulan (www.kompas.com, diakses tanggal 13 januari 2011)

Sebaliknya, dari beban finansial para pemilik kartu kredit tersebut, maka keuntungan yang didapat para penerbit adalah :

1. Dengan memperkenankan konsumen membayar melalui kartu kredit, maka volume transaksi akan semakin besar. Semakin banyak transaksi yang dilakukan maka semakin besar pula potensi *fee* yang diperoleh.
2. Biaya transaksi juga didapat para *merchant* (gerai tempat terjadinya transaksi). *Merchant* adalah klien dari penerbit kartu (*issuer*). Untuk setiap transaksi yang menggunakan kartu kredit, *merchant* akan memberikan *fee* berkisar satu-tiga persen dari nilai transaksi kepada para *issuer* (www.kompas.com, diakses 13 januari 2011)

Kerugian finansial juga dijelaskan Arifin (2002:46), menurutnya kerugian dalam menggunakan kartu kredit adalah sebagai berikut :

1. Berbunga tinggi karena kartu kredit merupakan kredit konsumtif, tentu menyebabkan bunga penggunaannya. Penentuan kisaran bunga tergantung dari pihak bank yang merupakan lembaga yang berorientasi pada laba untuk membiayai kegiatan operasionalnya.

2. Adanya *re-imbursement fee*

Adalah biaya yang diberikan kepada sejumlah *merchant* jika seseorang pengguna kartu kredit melakukan transaksi ditempatnya. Umumnya biaya *re-imbursement fee* sebesar 3% dari nilai transaksi

3. *Annual fee* yang tinggi

Dari jasa yang diterima pengguna kartu kredit, maka pihak bank akan menggunakan biaya tahunan (*annual fee*) yang besarnya bervariasi dari satu bank ke bank lain. Rata-rata *annual fee* untuk kartu utama *gold* berkisar antara 125.000,00-300.000,00 dan kartu utama *classic* antara 60.000,00-150.000,00

Peningkatan daya beli masyarakat diperkirakan akan mendorong pertumbuhan pengguna kartu kredit di Indonesia ke depannya. Pada 2010, diperkirakan jumlah transaksi belanja menggunakan kartu kredit dapat melonjak hingga 25-30 persen. Menurut Dewan Eksekutif Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) Dodit W Probojakti "Belanja masyarakat menggunakan kartu kredit diperkirakan akan meningkat sekitar 25-30 persen tahun depan dari posisi saat ini 130 triliun rupiah," jumlah kartu utang yang beredar melonjak 15 persen sampai 20 persen dari posisi akhir 2009. Menurut data AKKI, kartu kredit yang ada di masyarakat tahun ini naik 10-15 persen atau sekitar 12 juta buah. Sedangkan Bank Indonesia mencatat peredaran kartu kredit hingga pertengahan Desember sebesar 10,26 juta. Nominal kredit mencapai 35 triliun rupiah tahun ini.

Secara global, volume transaksi kartu debit Visa, telah melewati jumlah volume kartu kredit. Menurut data dari Visa, pada akhir 2003, volume kartu debit

Visa di dunia meningkat 17 persen daripada tahun sebelumnya dan mencapai \$ 1,48 triliun. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan sebesar 5 persen dalam volume kartu kredit yang sebesar 1,45 triliun. Adapun di Indonesia sendiri pada kuartal pertama 2004 penggunaan kartu debit Visa sebesar \$ 30 juta atau meningkat 107 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Menurut Ellyana C Fuad, *Country Manager Visa International Indonesia*, bahwa sebenarnya tidak ada pergeseran penggunaan kartu kredit dengan kartu debit. Keduanya saling melengkapi. Di negara-negara maju, setiap orang memiliki kedua jenis kartu ini. Kalau kartu debit biasanya digunakan untuk membayar langsung pembelanjaan yang jumlahnya sedikit atau barang sehari-hari, sedangkan kartu kredit untuk pembelanjaan dalam jumlah besar, misalnya barang elektronik.

Data BI per Agustus 2011 menunjukkan terdapat 19 penerbit kartu kredit dengan 14,166 juta kartu yang beredar di Indonesia. Jumlah transaksi mencapai 17,73 juta, dengan nilai Rp. 15,35 triliun. Nilai transaksi ini tumbuh sekitar 9 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Batas kredit merupakan upaya menekan besaran kredit macet. Data BI menyebutkan, kredit macet yang penarikannya menggunakan kartu sebesar Rp 1,607 triliun pada Juli 2011.

General Manager Bisnis Kartu PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Dodit Wiweko Probojakti menyatakan, BNI siap mendukung PBI yang akan diterbitkan nanti. Diharapkan, aturan itu dapat meningkatkan dinamika industri kartu kredit di Indonesia. Dodit yang juga Dewan Eksekutif AKKI menyebutkan, saat ini aset kredit yang dikucurkan melalui kartu kredit mencapai Rp.45,3 triliun.

Angka ini tumbuh sekitar 20% dibanding tahun lalu (Litbang Kompas, Kamis 6 Oktober 2011)

Kepala Divisi Kartu Kredit Pusat, Santoso menjelaskan perkembangan kartu kredit menunjukkan peningkatan signifikan. Pertumbuhan dilihat dari peningkatan jumlah *merchant* kartu kredit sebesar 10 persen dan peningkatan penjualan sebesar 63 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Potensi peningkatan nasabah kartu kredit di Palembang ini memang masih sangat besar sebab tingkat ekonomi masyarakat kelas menengah atasnya cukup tinggi.” Dia berasumsi jika target nilai transaksi kartu kredit di Palembang ditetapkan sebesar Rp 490 miliar maka dimungkinkan target perbulan yang diperoleh dari transaksi kartu kredit tersebut mencapai Rp 40 miliar.

Saat ini, nasabah kartu kredit BCA di Palembang mencapai 15.000 orang dengan jumlah nasabah mencapai 25 ribu. Dia mengharapkan pada tahun ini terjadi peningkatan dari segi kuantitas *account* pemegang kartu kredit mencapai 4.000 dengan jumlah kartu kredit tersebar hingga 6.975 kartu. Menurut Christanto, Deputy Manager Bank BCA Palembang Secara nasional pertumbuhan bisnis kartu kredit sangat besar dengan *sales value* sebesar 35 persen hingga 40 persen. Sementara di Kota Palembang saja sumbangkan *sales value* sekitar 25 hingga 35 persen,” Potensi peningkatan nasabah kartu kredit di Palembang ini memang masih sangat besar sebab tingkat ekonomi masyarakat kelas menengah atasnya cukup tinggi.” Dia berasumsi jika target nilai transaksi kartu kredit di Palembang ditetapkan sebesar Rp 490 miliar maka dimungkinkan target perbulan yang diperoleh dari transaksi kartu kredit tersebut mencapai Rp 40 miliar.

Sehubungan barang dan jasa adalah simbol yang dijadikan alat agar orang lain dapat mengetahui maksud dan tujuan dirinya. Barang dan jasa tak hanya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan materi semata, namun juga terkait dengan selera, identitas, gengsi dan gaya hidup. Dengan hal itu, Damsar (1997:136) mengungkapkan bahwa individu yang berorientasi pada upaya mendapatkan pengakuan sosial maupun penggunaan barang mewah, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti kartu kredit sebagai simbol gaya hidup kalangan pekerja di kota Palembang. Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti, karena menurut Andi, bahwa pada kenyataannya kini penggunaan kartu kredit bukan lagi dimonopoli orang kaya, namun kartu kredit pun telah menjadi gaya hidup kalangan lapisan menengah kebawah (Tiara, Edisi 210, oktober 1998).

Jika mencermati realitas tersebut, maka pendapat yang dikemukakan oleh Walter Langer, sebagaimana yang dikutip oleh Mason Haie dalam bukunya berjudul *Psychology in management* (Uchjana Onong Efendi, 1989:86), kiranya dapat menjawab latar belakang meningkatnya motivasi dalam menggunakan kartu kredit. Fenomena tersebut merupakan realita bahwa kebutuhan manusia tidak hanya diukur dari tingkat fisik semata, namun juga terdapat kebutuhan sosial (*social needs*) dan kebutuhan egoistis (*egouistic needs*).

Pemaknaan kartu kredit sebagai pemenuhan selera, pengakuan identitas, gengsi dan gaya hidup mewah merupakan salah satu aktualisasi individu dalam memenuhi kebutuhan sosial dan egoistis. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan akan berhubungan dengan orang lain secara akrab. Sedangkan kebutuhan egoistis

adalah kebutuhan yang tujuannya bukan semata-mata berhubungan dengan orang lain tetapi adalah pandangan istimewa kepada dirinya. Motif egoistis dipenuhi dengan pengakuan, tanda status, wewenang untuk memerintah, terbedakan dari kelompoknya maupun dari kelompok atau individu lainnya.

Berangkat dari penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan penelitiannya pada kalangan pekerja pengguna kartu kredit di Palembang. Demikian pula dari penelitian ini kiranya dapat digambarkan tentang penggunaan kartu kredit dikalangan masyarakat, apakah ditujukan untuk meraih efektif, aman, dan memudahkan dalam pengaturan keuangan, atau cenderung lebih digunakan untuk tujuan pengakuan diri individu sebagai bentuk aktualisasi kebutuhan egoistisnya guna mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk penelitian ini perlu diadakan suatu batasan atau perumusan masalah guna membantu menspesifikasikan permasalahan agar nantinya bahasan akan terfokus pada sudut pandang, adapun perumusan masalah tersebut adalah :

1. Mengapa kartu kredit dijadikan sebagai simbol gaya hidup dikalangan pekerja di Kota Palembang ?
2. Bagaimana karakteristik pengguna kartu kredit dikalangan pekerja di Kota Palembang ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang penggunaan kartu kredit sebagai simbol gaya hidup di kalangan Pekerja.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam menambah literatur ilmu-ilmu sosial dalam memahami berbagai dimensi yang berkaitan dengan studi tentang simbol gaya hidup.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penggunaan kartu kredit sebagai simbol gaya hidup di kalangan pekerja
2. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengangkat permasalahan yang sama dengan fokus penelitian yang berbeda

1.4 Tinjauan Pustaka

Literatur-literatur kajian studi tentang kartu kredit sebagai simbol gaya hidup di kalangan pekerja muda saat ini di Indonesia relatif terbatas. Wacana tentang kartu kredit sebagai simbol gaya hidup banyak ditemukan lewat media massa misalnya artikel di koran, internet atau majalah.

Menurut Alexander Said Mulia Ambarita dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Sikap dan Perilaku Pengguna kartu Kredit Citibank*" menyatakan bahwa kartu kredit merupakan kartu plastik yang dikeluarkan oleh bank sebagai salah satu alternatif pengganti transaksi dengan uang tunai. Kartu kredit yang beredar, ada dua nama yang mendominasi yaitu Visa dan Master. Ketika krisis ekonomi melanda Indonesia pada akhir tahun 1997, hampir menghancurkan seluruh sektor usaha yang ada di Indonesia tak terkecuali bisnis kartu kredit yang berdampak pada semakin meningkatnya kredit yang bermasalah ditambah dengan semakin meningkatnya suku bunga kredit Dampak krisis ekonomi, sedikit banyak telah mengubah perilaku konsumen yaitu konsumen menjadi takut dengan suku bunga yang tinggi dan orang cenderung menghindari pembelian dengan kredit karena akan menimbulkan beban dikemudian hari.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa sikap dari pengguna kartu kredit mempunyai banyak persamaan antara konsumen satu dengan yang lainnya yaitu bahwa kartu kredit mempunyai tingkat bunga yang tinggi dan sistem penagihan yang dilakukan oleh bank kurang menyenangkan bagi konsumen. Namun demikian juga ternyata faktor yang dianggap penting bagi konsumen dalam memilih dan menggunakan kartu kredit adalah *acceptance* dan kredibilitas

dari bank penyelenggara kartu kredit tersebut. Jika dilihat dari perilaku konsumen terhadap penggunaan kartu kredit, sebagian besar konsumen menggunakannya.

Menurut Hendri Wibowo dalam penelitiannya yang berjudul "*Hubungan Hukum Antara Bank Penerbit Dengan Pemegang Kartu Dalam Perjanjian Penerbitan kartu Kredit Di Surakarta*" menyatakan bahwa Pelaksanaan kegiatan usaha kartu kredit berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 1251/KMK.013/1988 tentang ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan ialah dengan cara penerbitan kartu kredit yang dapat dipergunakan oleh pemegangnya untuk pembayaran pengadaan barang/jasa. Fungsi utama dari kartu kredit adalah sebagai alat pembayaran pengganti uang tunai. Fungsi ini dapat diberlakukan ditempat-tempat umum yang bersedia menerima pembayaran dengan instrumen kartu kredit. Selain itu, kartu kredit dapat pula digunakan untuk pengambilan uang tunai melalui sistem ATM (*Automatic Teller Machine*) serta dapat pula berlaku untuk pembayaran internasional bagi para pemegangnya.

Penerbitan kartu kredit oleh bank bertujuan untuk memperluas usahanya guna memperoleh keuntungan dengan di dukung oleh pemanfaatan teknologi bagi peningkatan efisiensi dan efektifitas pelayanan terhadap nasabahnya. Untuk itu, pihak bank berupaya menerima sebanyak-banyaknya nasabah yang memiliki kelayakan kredit dan merchant selaku pihak penerima pembayaran dengan kartu kredit yang dipercaya. Bagi pihak *merchant* sendiri, dengan menerima pembayaran lewat kartu kredit maka cenderung akan meningkatkan penjualannya dari pada pesaingnya yang tidak bersedia menerima pembayaran dengan kartu

kredit disamping karena alasan kepraktisan dan keamanan dari penggunaan kartu kredit.

Menurut Dafit Eryanto dalam penelitiannya yang berjudul "*Penolakan Pembayaran Khususnya Kartu Kredit Oleh Pihak Bank (Study Di Bank BNI Slamet Riyadi)*" menyatakan bahwa di dalam praktek penggunaan kartu kredit, ada tiga pihak yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain yaitu *issuer*, *merchant* dan *cardholder*. *Issuer* adalah pihak bank (penerbit kartu), *merchant* adalah pihak yang menerima pembayaran dengan kartu kredit dari pemegangnya, sedangkan *cardholder* adalah pihak pemegang kartu kredit.

Dengan menggunakan kartu kredit selain sebagai alat pembayaran, maka *cardholder* tersebut merasakan kenyamanan dan keamanan, memudahkan dalam keadaan darurat, dan memudahkan dalam bertransaksi di luar negeri. Pemegang kartu kredit harus melakukan manajemen keuangan yang efektif, dengan mengalokasikan sejumlah anggaran tertentu tiap bulannya sehingga dapat mengontrol dalam penggunaan kartu.

Menurut Wisnu Tri Hardjanto dalam penelitiannya yang berjudul "*Profil dan Kinerja Produk Kartu Kredit Sebuah Pendekatan Dengan Correspondence Analysis dan Quadrant Analysis*" menyatakan bahwa Bank penerbit kartu kredit yang saat ini menguasai pasar di Indonesia adalah Citibank, BNI, BCA, BII dan Bank Mandiri. Kelima bank tersebut menguasai pasar kartu kredit di Indonesia lebih dari 70 % dari semua pemegang kartu kredit. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh informasi bahwa peringkat atribut kartu kredit menurut kepentingannya adalah penggunaannya luas, bunga kartu kredit, iuran kartu

kepercayaan, kredit, kemudahan cara pembayaran, reputasi bank, penanganan keluhan, ketepatan pengiriman tagihan, layanan *call center*, denda keterlambatan pembayaran, bunga penarikan tunai, *reward*, limit kartu kredit, permohonan kartu kredit, point bonus, limit penarikan tunai, *prestise*, penawaran produk dalam katalog dan desain kartu kredit.

Penelitian lain yang membahas tentang simbol dan peran simbol itu sendiri bagi penggunaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fauziah di Kota Palembang tahun 2007. Fokus kajian simbol gaya feminim pada remaja perempuan dihubungkan dengan masalah selera, identitas, tujuan dan gaya hidup remaja perempuan dalam lingkungan pergaulannya. Penelitian ini mengambil 6 orang informan secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol gaya feminim pada remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang yaitu : simbol salon, simbol butik, simbol rambut panjang, simbol sepatu *high heels*, simbol aksesoris dan simbol make-up.

Peran simbol gaya feminim bagi remaja perempuan kelas atas yaitu : simbol salon yang berperan sebagai penanda dari status sosial seseorang, berperan sebagai gaya hidup dan sebagai tempat untuk perawatan rambut dan tubuh untuk menunjang gaya feminim pada remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang. Simbol butik yang berperan sebagai simbol status dan keeksklusifan individu dan gaya hidup remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang. Simbol rambut panjang yang berperan sebagai tanda diri rajinnya seorang perempuan dalam merawat rambut sebagai mahkota wanita, memberikan rasa anggun dan peran dari budaya Asia yang menjadikan rambut panjang sebagai penanda seks.

Simbol sepatu high heels yang berperan dalam menambah rasa percaya diri bagi remaja perempuan, profesionalitas, anggun dan rasa kemandirian pada remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang. Simbol aksesoris yang berperan sebagai prestise seseorang, keberfungsian dan peran rasa mewah bagi remaja perempuan dalam menunjang gaya feminim. Simbol make-up yang berperan sebagai gaya hidup, penambah rasa percaya diri dan peran kecantikan yang menunjang gaya feminim pada remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang.

Simbol gaya feminim pada remaja perempuan kelas atas di Kota Palembang merupakan sebuah reaksi terhadap struktur sosial yang ada. Pada situasi tertentu, struktur memberi pengaruh terhadap penampilan individu sehingga aktor bertindak dan bereaksi terhadap dunia sekelilingnya, hal ini dapat dipandang sebagai keseluruhan yang berada antara kepatuhan dan perlawanan terhadap struktur (dalam skripsi Fauziah,2008:100).

Perbedaan antara penelitian sebelumnya, dalam hal Penelitian ini memfokuskan fenomena yang terjadi mengenai kartu kredit sebagai simbol gaya hidup di kalangan pekerja secara deskriptif tentang gaya hidup para pekerja dalam kepemilikan kartu kredit sebagai benda simbolik untuk menjelaskan *prestise*, status sosial, kelas sosial, konsumerisme dalam penggunaan kartu kredit dan kriteria para pengguna kartu kredit di kalangan pekerja di kota Palembang. Simbolisme yang ditimbulkan oleh kartu kredit membawa makna sosial yang besar bagi pemiliknya. Seperti misalnya sebagai tolak ukur tingkat kemapanan dari seorang individu, simbol *prestise* dari suatu kaum, kelompok atau individu, sebagai simbol pergaulan modern dan lain sebagainya.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Simbol

Secara etimologis simbol (*symbol*) berasal dari kata Yunani “*symballein*” yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide (Hartoko dan Rahmanto,1998:133). Ada pula yang menyebutkan “*symbolos*”, yang berarti tanda atau ciri yang memberikan sesuatu hal kepada seseorang (Herusatoto,2000:10). Semua simbol melibatkan tiga unsur simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih, dan hubungan antara simbol dengan rujukan. Ketiga hal itu merupakan dasar bagi semua makna simbolik.

Simbol tidak dapat disikapi secara isolatif, terpisah dari hubungan asosiatifnya dengan simbol lainnya. Walaupun demikian berbeda dengan bunyi, simbol telah memiliki kesatuan bentuk dan makna. Berbeda pula dengan tanda (*sign*), simbol merupakan kata atau sesuatu yang bisa dianalogikan sebagai kata yang telah terkait dengan (1) penafsiran pemakai, (2) kaidah pemakaian sesuai dengan jenis wacananya, dan (3) kreasi pemberian makna sesuai dengan intensi pemakainya. Simbol yang ada dalam dan berkaitan dengan ketiga butir tersebut disebut bentuk simbolik.

Lain daripada alegori-cerita yang dikisahkan dalam lambang-lambang, merupakan metafora yang diperluas dan berkesinambungan, tempat atau wadah objek-objek atau gagasan yang diperlambangkan maka simbol terpengaruh oleh perasaan. Pada dasarnya simbol dapat dibedakan (Hartoko dan Rahmanto,1998:133):

- Simbol-simbol universal, berkaitan dengan aeketipos, misalnya tidur sebagai simbol lambang kematian
- Simbol kultural yang dilatarbelakangi oleh suatu kebudayaan tertentu (misalnya keris dalam kebudayaan Jawa)
- Simbol individual yang biasanya dapat ditafsirkan dalam konteks keseluruhan karya seorang pengarang

Salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang (Mulyana, 2000:83). Salah satu sifat dasar manusia, menurut Wieman dan Walter, adalah kemampuan menggunakan simbol (Johansen, 1996:46).

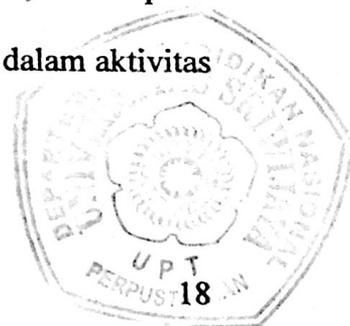
Penggunaan simbol-simbol tertentu khususnya penggunaan simbol pada masyarakat kelas atas, baik itu simbol materi seperti mobil BMW, VM, Jaguar atau pemilihan barang-barang yang bermerk seperti pada baju dengan sulaman desainer yang jumlahnya terbatas atau khusus dibuat untuk satu orang, penggunaan barang-barang teknologi tinggi juga menambah *prestise*.

Berdasarkan realitas yang berkembang, ada fenomena unik yang dapat dijumpai dari penggunaan kartu kredit sebagai salah satu gaya hidup dalam masyarakat Indonesia. Pemaknaan kartu kredit ternyata lebih didasari pada orientasi aktualisasi agar gaya hidupnya mendapat pengakuan dari lingkungan sekitar. Menurut Soerjono Soekanto (1993:250), orientasi untuk mendapatkan pengakuan sosial akan identitas diri meski dengan berperilaku konsumtif adalah suatu relaitas sosial dan sangat manusiawi karena kebutuhan manusia tidak hanya ditujukan pada upaya mencapai kebutuhan fisik (materi) semata, namun juga

diarahkan untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat immaterial. Karena pada dasarnya, manusia selalu memiliki keinginan-keinginan atau harapan-harapan hidup yang mencakup kebutuhan lahir dan batin. Kebutuhan tersebut tidak hanya bersifat primer yakni kecukupan sandang dan pangan, namun juga kebutuhan yang bersifat skunder seperti kepuasan batiniah, berupa pengakuan akan status sosial. Hal tersebut dapat dilihat dalam lingkungan sosial. Sering dalam pergaulan sosial, individu merasa kehilangan status karena alasan telah disaingi oleh rekan profesinya. Melihat status sosialnya disaingi, individu tersebut akan berpikir, kemudian melakukan tindakan guna menyaingi status sosial rekan profesinya tersebut. Dalam tahap psikologis demikian, perkembangan kognitif dan emosi individu lebih memandang barang dan jasa sebatas atribut yang superfisial. Apa yang dilihat dan dijumpainya mengandung nilai eksklusif, maka individu tersebut berusaha untuk membeli dan mengadopsinya.

Barang-barang yang dibeli atau dikonsumsi biasanya berupa sesuatu yang tidak berguna, yang kadang malah mengurangi gerak dan kenyamanan di tubuh seseorang. Pemakaian benda-benda tersebut lebih ditujukan untuk mencapai identitas yang secara instrinsik lebih kaya dari orang-orang lain.

Menurut Jean P Baudrillard dalam Teori konsumsinya yang mengadopsi pendapat Mauss dan Bataille bahwa dalam institusi semacam Kuladan potlach dalam masyarakat primitif, kebiasaan memberi sesuatu dan membelanjakan sesuatu ternyata didasarkan pada *prestise* dan kebanggaan simbolik, bukan pada kegunaan. Inilah prinsip yang kini semakin transparan berlangsung dalam aktivitas konsumsi masyarakat dewasa ini.



Nilai tanda (*sign-value*) dan nilai symbol (*symbolic-value*) telah menggantikan nilai-guna (*use-value*) dan nilai tukar (*exchange-value*). Tahun 1983, karya magnum opus-nya, *Simulation* (1983). Baudrillard mengintrodusir sebuah karakter khas kebudayaan masyarakat Barat dewasa ini. Menurutnya, kebudayaan Barat dewasa ini adalah sebuah representasi dari dunia simulasi, yakni dunia yang terbentuk dari hubungan berbagai tanda dan kode secara acak, tanpa referensi relasional yang jelas. Hubungan ini melibatkan tanda *real* (fakta) yang tercipta melalui proses produksi, serta tanda semu (citra) yang tercipta melalui proses reproduksi. Dalam kebudayaan simulasi, kedua tanda tersebut saling menumpuk dan terjalin membentuk satu kesatuan. Tidak dapat lagi dikenali mana yang asli, yang real, dan mana yang palsu, yang semu. Semuanya menjadi bagian realitas yang dijalani dan dihidupi masyarakat barat dewasa ini. Kesatuan inilah yang disebut Baudrillard sebagai *simulacrum*, sebuah dunia yang terbangun dari serangkut nilai, fakta, tanda, citra dan kode. Realitas tidak lagi mempunyai referensi, kecuali simulacra itu sendiri.

Dengan menganalisa masyarakat dan kebudayaan Amerika, Baudrillard menyatakan bahwa dalam wacana simulasi realitas yang sesungguhnya (fakta) tidak hanya bercampur dengan realitas semu (citra), namun bahkan telah dikalahkan oleh citra. Lebih jauh, citra lebih dipercaya ketimbang fakta. Inilah era hiperrealitas, dimana realitas asli dikalahkan oleh realitas buatan kebudayaan postmodern Jean Baudrillard, Nilai tanda dan nilai simbol yang berupa status, *prestise*, ekspresi gaya dan gaya hidup, kemewahan dan kehormatan adalah motif utama aktivitas konsumsi masyarakat konsumen.

Pergeseran nilai yang terjadi seiring dengan perubahan karakter masyarakat postmodern inilah yang kemudian menarik perhatian Baudrillard untuk mengkajinya secara lebih mendalam. Baudrillard menyatakan bahwa mekanisme sistem konsumsi pada dasarnya berangkat dari system nilai-tanda dan nilai-simbol, dan bukan karena kebutuhan atau hasrat mendapat kenikmatan (Baudrillard,1970:47). Dengan pernyataan ini Baudrillard sama sekali tidak bermaksud menafikan pentingnya kebutuhan. Ia hanya ingin mengatakan bahwa dalam masyarakat konsumen, konsumsi sebagai sistem pemaknaan tidak lagi diatur oleh faktor kebutuhan atau hasrat mendapat kenikmatan, namun oleh seperangkat hasrat untuk mendapat kehormatan, *prestise*, status dan identitas melalui sebuah mekanisme penandaan.

Masyarakat konsumen yang berkembang saat ini adalah masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi, dimana kegunaan dan pelayanan bukanlah motif terakhir tindakan konsumsi, melainkan lebih kepada produksi dan manipulasi penanda-penanda sosial. Individu menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki dan tampilkan dalam interaksi sosial. Dalam masyarakat konsumen, tanda adalah cerminan aktualisasi diri individu paling meyakinkan.

Pemikiran tentang fenomena masyarakat konsumen dan kemenangan nilai-tanda serta nilai-simbol ini selanjutnya mencapai titik kematangannya pada *For a Critique of the political Economy of the Sign* (1981). Dalam bukunya ini Baudrillard memisahkan diri dari Marx dengan menyatakan bahwa dalam

masyarakat konsumen dewasa ini, nilai-guna dan nilai-tukar, sebagaimana disarankan Marx, sudah tidak bisa lagi digunakan sebagai sarana analisa kondisi sosial masyarakat. Kini, menurut Baudrillard, adalah era kejayaan nilai-tanda dan nilai-simbol yang ditopang oleh meledaknya makna serta citra oleh perkembangan teknologi dan media massa (Lechte,1994:234)

Demikian pula pendapat Antarksa, benda-benda yang dikonsumsi individu merupakan sebuah fenomena kebudayaan, selalu berkaitan dengan nilai-nilai, makna-makna dan komunikasi. Benda-benda mengandung nilai eksklusif bukan hanya dipakai untuk melakukan sesuatu, melainkan juga punya makna dan bertindak sebagai tanda makna dalam hubungan sosial, selalu memamerkan seperangkat nilai tertentu. Hal ini juga berarti bahwa dalam sirkulasi benda-benda telah terjadi sebuah pertukaran simbolik (www.kunci.or.id, diakses tanggal 13 januari 2011). Asumsi tersebut sangat logis, karena menurut Abraham Maslow (1993:250), jika manusia telah berhasil memenuhi kebutuhan fisiknya secara materi, secara psikologis ada keinginan baginya agar orang lain mengakui akan keberhasilannya. Pemuasan akan penghargaan ini yang pada akhirnya menghasilkan perasaan percaya diri dan *prestise*. Dalam konteks ini, menurut Joseph S. Roucek and L. Warren, upaya meraih rasa percaya diri tersebut hendaknya disalurkan melalui upaya pensimbolisasian barang-barang konsumsi, salah satunya dengan menggunakan kartu kredit.

1.5.2 Kartu Kredit

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997:448), kartu kredit adalah kartu kecil yang dikeluarkan oleh bank, yang menjamin pemegangnya untuk dapat berbelanja tanpa membayar kontan dan pengeluaran belanja itu akan diperhitungkan dalam rekening pemilik kartu di bank tersebut. Definisi kartu kredit juga dijelaskan P.Guritno (1994:51), yaitu suatu kartu yang dapat dipakai untuk membayar secara kredit dengan membuka rekening kredit yang diangsur secara bulanan. Sedangkan Elvyn G. Massya mendefinisikan kartu kredit sebagai uang plastik yang berfungsi untuk mempermudah transaksi dalam berbelanja (www.kompas.com, diakses tanggal 08 januari 2011)

Lebih lanjut diungkapkan oleh Rilda Murniati (1999:29), bahwa secara umum pengertian kartu kredit adalah kartu yang memberikan hak kepada pemegangnya atas penunjukan dari kartu itu, dan dengan menandatangani formulir rekening pada suatu perusahaan atau tempat tertentu dapat memperoleh barang-barang atau jasa tanpa membayar secara langsung dengan uang. Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapatlah dikatakan bahwa kartu kredit merupakan suatu bentuk alat pembayar pengganti uang tunai, yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan, dalam hal ini adalah pihak perbankan maupun non perbankan.

Pada dasarnya kartu kredit diciptakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bagi pemiliknya dalam penggunaan finansial guna pemenuhan kebutuhan konsumsi. Namun pada kenyataannya, meningkatnya kepemilikan kartu kredit lebih dimaknai pada orientasi pengadopsian sebuah gaya hidup. Kartu

kredit tidak hanya karena kebutuhan efisiensi, tetapi juga dipengaruhi gengsi. Dengan menggunakan kartu kredit tentu lebih bergengsi dibandingkan dengan tunai. Karena orientasi tersebut, tak sedikit kalangan pemilik kartu kredit memposisikan kartu kredit hanya sebatas simbol kemapaman yang menjadi modal bagi dirinya untuk mengkonstruksikan identitas dan meningkatkan privasinya di lingkungan sekitarnya.

Dalam hal ini, penggunaan kartu kredit terbagi menjadi dua. Pertama, kartu kredit dijadikan sebagai alat yang memang diarahkan untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan finansial. Sedangkan yang kedua, kartu kredit digunakan hanya sebatas simbol penonjolan kemapaman sebagai arahan dalam mengkonstruksikan identitas diri dari seorang pemilik agar status sosialnya lebih diakui. Hal itu dapat dilihat dari kenyataan yang ada, jika penggunaan kartu kredit ternyata kini bukan lagi dimonopoli orang kaya, namun berasal dari berbagai latar belakang status sosial ekonomi.

Dalam perkembangan kartu kredit, kini hampir semua bank memberikan jasa pelayanan di bidang finansial kepada nasabahnya dengan menggunakan kartu kredit. Dimana dalam hal ini kartu kredit tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, melainkan juga merupakan sarana finansial yang multi fungsi, dengan penyediaan fasilitas dan jasa yang berbeda-beda sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan.

card), 1983 pertama menggunakan laser hologram sebagai alat pencegah pemalsuan. Tahun 1987 *mastercard* memasarkan kartu pertama di Cina, tahun 1992, *Maestro* (Kartu Debit *Mastercard*) merampungkan transaksi debit online pertama di AS.

Selain *Mastercard*, kartu kredit terkenal lainnya, yang berasal dari AS adalah merek *American Express (amex)*. Kelahiran Amex disponsori oleh *American Express Company* yang berdiri tahun 1850. Fungsi dari Amex adalah penyedia jasa perjalanan global (*global travel*), keuangan, dan jaringan jasa-jasa lainnya. Sebagai penyedia jasa global travel, tahun 1963 diluncurkan pula kartu *Internasional Dollar Cards*, yang kemudian menjadi kartu-kartu merek Amex. Peluncuran itu diterbitkan dan dikomunikasikan langsung dari Inggris Raya.

Jepang adalah negara diluar AS dan Eropa yang memiliki jati diri tersendiri soal kartu kredit, yakni *Japan Card Buerau (JCB)*. Pada tahun 1981, JCB mengembangkan operasi internasional ditandai dengan pendirian JCB International (Asia) Kartu JCB pertama yang diterbitkan diluar jepang adalah di Hongkong. Tahun 1996, kartu JCB sudah diterima di 150 lebih negara dengan penjualan melebihi 4 triliyun yen. Tahun itu juga *JCB Card* juga masuk dalam pasaran Filipina, Arab Saudi dan Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, menurut Simen Saragih (2000), saat ini jenis kartu kredit yang tersedia di pasaran meliputi Kartu Visa, *Mastercard (MC)*, *American Express (Amex)*, *Japan Card Bureau (JCB)* yang beredar di pasaran ekonomi negara jepang, dan *Diners Club* dan *Eurocard*, yang banyak beredar di eropa (www.kompas.com, diakses tanggal 13 Januari 2011).

1.5.2.1 Sejarah perkembangan Kartu Kredit

Menurut Simon Saragih (2000), kartu kredit mulai berkembang pada akhir tahun 1940-an di Amerika Serikat. Perkembangannya bersal dari sejumlah bank di Amerika Serikat yang menerbitkan semacam kertas khusus bagi nasabahnya yang dapat berfungsi sebagai *traveler's check* (cek perjalanan) serta alat pembayaran di toko-toko lokal. Kemudian tahun 1951, The Franklin National Bank di New York memperkenalkan kartu kredit riil yang pertama. Dekade berikutnya, sejumlah bank di AS juga menerbitkan kartu, dipadu dengan meningkatnya kesediaan *merchant* (penerima kartu sebagai alat pembayaran)

Pada tanggal 16 Agustus 1966, para *merchant* dengan bank-bank itu membentuk asosiasi bernama *Interbank Card Association* (ICA). Tahun 1968, ICA memulai debut internasionalnya dengan menambah jaringan di Meksiko lewat Banco National. Kemudian tahun 1969 dibentuk pula aliansi dengan Eurocard di Eropa. Tahun itu juga Jepang masuk ke dalam asosiasi. Asosiasi bernama ICA tersebut kemudian berubah nama menjadi *Mastercard Internasional*. Dekade 1970-an jaringan Mastercard semakin meluas ke Afrika dan Australia. Dekade 1980-an ditandai pula dengan pelebaran jaringan ke Asia dan negara lain di Amerika Latin. Tahun 1988 adalah era pertama kali kartu *Mastercard* diterbitkan di Uni Soviet sebelum terpecah-pecah. Kini, terdapat kantor Mastercard Internasional lebih dari 30 negara termasuk India, Thailand, Chile, Korea Selatan, dan Taiwan. *Mastercard* juga merupakan pionir dalam banyak hal yang berkaitan dengan industri pembayaran (*payments industry*). Tahun 1981, *Mastercard* pertama kali memperkenalkan program kartu emas (*gold*

1.5.2.2 Fungsi Kartu Kredit

Pada dasarnya kartu kredit diciptakan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bagi pemilikinya dalam penggunaan finansial guna pemenuhan kebutuhan konsumsi. Namun pada kenyataannya, meningkatnya kepemilikan kartu kredit lebih dimaknai pada orientasi pengadopsian sebuah gaya hidup. Kartu kredit tidak hanya karena kebutuhan efisiensi, tetapi juga dipengaruhi gengsi. Dengan menggunakan kartu kredit tentu lebih bergengsi dibandingkan dengan tunai. Karena orientasi tersebut, tak sedikit kalangan pemilik kartu kredit memosisikan kartu kredit hanya sebatas simbol kemapaman yang menjadi modal bagi dirinya untuk mengkonstruksikan identitas dan meningkatkan privasinya di lingkungan sekitarnya.

Dalam hal ini, penggunaan kartu kredit terbagi menjadi dua. Pertama, kartu kredit dijadikan sebagai alat yang memang diarahkan untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan finansial. Sedangkan yang kedua, kartu kredit digunakan hanya sebatas simbol penonjolan kemapamanan sebagai arahan dalam mengkonstruksikan identitas diri dari seorang pemilik agar status sosialnya lebih diakui. Hal itu dapat dilihat dari kenyataan yang ada, jika penggunaan kartu kredit ternyata kini bukan lagi dimonopoli orang kaya, namun berasal dari berbagai latar belakang status sosial ekonomi.

Dalam perkembangan kartu kredit, kini hampir semua bank memberikan jasa pelayanan di bidang finansial kepada nasabahnya dengan menggunakan kartu kredit. Dimana dalam hal ini kartu kredit tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, melainkan juga merupakan sarana finansial yang multi fungsi, dengan

penyediaan fasilitas dan jasa yang berbeda-beda sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan, seperti yang terdapat pada bank-bank berikut ini :

1. Bank Universal

Kartu kredit yang digunakan adalah Visa dan Mastercard, fungsinya adalah sebagai berikut :

- Memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin bepergian. Dengan kartu kredit Visa dan Mastercard, nasabah akan mendapatkan kemudahan mengurus dokumen dan tiket perjalanan, paket wisata domestik dan internasional, pemesanan hotel, hingga fasilitas antar-jemput ke bandara udara.
- Merupakan alat pembayaran yang diterima di seluruh dunia

2. Bank Central Asia (BCA)

Dengan menggunakan Kartu BCA, yakni ATM, kartu debit, kartu kredit, BCA menawarkan keuntungan kepada nasabah sebagai berikut :

Memudahkan dalam menyelesaikan tagihan tanpa harus datang ke teller

3. Bank Lippo

Menggunakan kartu kredit Visa dan Mastercard LippoBank. Keuntungan yang didapat adalah :

- Dapat digunakan untuk menarik uang tunai 690 ribu ATM Visa plus dan cirrus di seluruh dunia, bank-bank yang menjadi anggota visa dan *Mastercard* dan cabang LippoBank di Indonesia

- *Reward Program*, yaitu setiap 2.500 transaksi kartu kredit. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah dari *reward catalogue* atau ditukar dengan produk perjalanan lewat *Travel Center*
- Gratis perlindungan asuransi penyakit, kecelakaan perjalanan hingga Rp.700 juta
- Penawaran fasilitas *Credit Protector*, yaitu memberi perlindungan dari pembayaran tagihan kartu kredit di saat nasabah tidak dapat membayar karena cacat total atau meninggal dunia akibat sakit atau kecelakaan

4. Bank Bukopin

Jenis kartu kredit yang digunakan adalah Visa. Fungsinya adalah sebagai berikut :

- Memudahkan bertransaksi
- Nasabah terhindar keterlambatan pembayaran premi asuransi yang membuat polis bisa tidak berlaku berkat kartu itu

3. Bank Danamon

Dengan menggunakan kartu kredit Visa dan MasterCard, Bank Danamon memberikan jasa, yaitu :

- Tanpa jaminan deposito
- Biaya iuran tahunan hanya Rp. 80.000 untuk kartu reguler dan Rp. 150.000 untuk kartu gold
- Beban bunga transaksi 2,75 persen per bulan
- Pemasaran kartu itu didukung layanan *card center* tujuh kali 24 jam
- Mendapatkan bonus asuransi perjalanan dan kecelakaan

- Untuk membayar tagihan-tagihan/*Bill Payment* di ATM BNI
- KATAM ini dapat dipergunakan untuk membayar *Bill Payment* seperti tagihan Ponsel Stelindo dan Telkomsel serta Kartu Kredit BNI melalui ATM BNI selama 24 jam
- KATAM sebagai *Cashing Card*, yaitu dapat dipergunakan untuk di seluruh Cabang atau Cabang Pembantu Bank BNI

Fasilitas dan kemudahan kartu Kredit BNI

- Diterima di Seluruh Dunia
Diterima di seluruh tempat usaha bertanda VISA/MasterCard dan semua ATM bertanda CIRRUS/PLUS di seluruh dunia
- Kemudahan pembayaran, Anda dapat membayar tagihan Kartu Kredit BNI melalui ATM BNI, *Electronic Channel* BCA, BII, CIMB Niaga, Permata Bank, Mandiri, Danamon, dan Atm Bukopin
- *SmartSpending*, Transaksi belanja anda (minimal transaksi tertentu) dapat dicicil hingga 24 bulan setiap bulannya dengan bunga ringan
- *Smart Mobile*, Berbagai info Kartu Kredit BNI dapat diperoleh dengan mengirimkan SMS ke 3346 dimanapun dan kapanpun
- Bonus Pasti, Untuk setiap transaksi belanja sebesar Rp.2.500,- dan kelipatannya dengan menggunakan Kartu Kredit BNI, anda berhak mendapatkan poin reward Bonus Pasti yang dapat ditukarkan dengan berbagai produk menarik. Dapatkan pula diskon hingga 100% dengan Bonus Pasti *Point Redemption* di *merchant* bertanda khusus

- Pembayaran lebih mudah yaitu dengan otodebet atau dibayar langsung dicabang Bank Danamon tanpa dikenai biaya, bebas menentukan tanggal penagihan dan Fasilitas bebas biaya

4. Bank Central Asia (BCA)

Dengan menggunakan Kartu BCA, yakni ATM, kartu debit, kartu kredit, BCA menawarkan keuntungan kepada nasabah sebagai berikut :

- memudahkan dalam menyelesaikan tagihan tanpa harus datang ke teller
- Fungsi kartu ATM bukan hanya melayani pengambilan tunai hingga transfer antar-rekening, namun juga berfungsi dalam pembayaran berbagai tagihan, mulai dari kartu kredit, langganan akses intrnet, telepon seluler maupun penyeranta (pager) hingga tagihan listrik, lewat instrumen kartu dengan jaringan ATM-nya
- Kartu ATM BCA bisa digunakan untuk transaksi belanja di Supermarket, toko buku, apotek, hingga pembayaran bengkel, salon dan masih banyak.
- Kartu debit BCA saat ini diterima sedikitnya 3.000 *merchant*
- Tersedia sekitar 7.000 mesin transaksi debit (*electronic data capture*)

5. Bank Nasional Indonesia (BNI)

Kartu kredit yang digunakan adalah KATAM dan Kartu Plus. Fungsi yang dapat digunakan adalah :

- Menawarkan potongan harga atau diskon khusus bagi pemegang KATAM.
- Tersedia fasilitas Kartu Paneplus yang memberikan layanan informasi dan transaksi perbankan melalui telepon selama 24 jam dalam 7 hari seminggu

- *TeleTravel*, Pesan tiket pesawat, pembuatan Visa/Paspor, reservasi hotel serta berbagai paket wisata menarik melalui TeleTravel BNI
- *E-billing*, Kemudahan menerima lembar penagihan melalui e-mail pribadi setiap bulan
- *Executive Loung*, Bagi anda pemegang Kartu Kredit BNI Platinum, *Style Titanium*, dan Emas, nikmati fasilitas *Free Executive Lounge* di bandara-bandara yang bekerjasama dengan BNI

6. Bank Lippo

Menggunakan kartu kredit Visa dan MasterCard LippoBank. Keuntungan yang didapat adalah :

- Dapat digunakan untuk menarik uang tunai di 690 ribu ATM Visa Plus dan Cirrus di seluruh dunia, bank-bank yang menjadi anggota Visa dan Mastercard dan cabang LippoBank di Indonesia
- *Reward Program*, yaitu setiap 2.500 transaksi kartu kredit. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah dari *reward catalogue* atau ditukar dengan produk perjalanan lewat *travel center*
- Gratis perlindungan asuransi peenyakit, kecelakaan perjalanan hingga Rp. 700 juta
- Penawaran fasilitas *Credit Protector*, yaitu memberi perlindungan dari pembayaran tagihan kartu kredit di saat nasabah tidak dapat membayar karena cacat total atau meninggal dunia akibat sakit atau kecelakaan

1.5.3 Status

Pengertian status juga dijelaskan Soerjono Soekanto (dalam abdulsyani,1994:92-94), yaitu sebagai tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial, sehubungan dengan orang-orang lainnya dalam kelompok tersebut atau tempat suatu kelompok sehubungan dengan kelompok-kelompok lainnya di dalam kelompok yang lebih besar lagi, atau tempat seseorang yang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, *prestise*-nya, hak-hak serta kewajibannya.

Dengan demikian, seseorang dikatakan mempunyai kedudukan jika dirinya mendapatkan pengakuan khusus dari masyarakat. Pengakuan dari masyarakat tersebut merupakan penghargaan atas kelebihan yang dimiliki diri individu yang tidak dimiliki oleh umumnya anggota masyarakat. Penghargaan tersebut salah satunya dapat diukur dari latar belakang status sosial dan ekonomi individu yang bersangkutan.

Sahat Simamora (1984:80) juga mendefinisikan pengertian status sosial sebagai sesuatu yang lebih mengacu pada kedudukan khusus seseorang dalam masyarakatnya berhubungann dengan orang lain dalam lingkungan yang disertai martabat yang diperolehnya dan hak serta tugas yang dimilikinya. Status sosial tidak hanya terbatas pada statusnya dalam kelompok-kelompok yang berlainan, namun status sosial juga memungkinkan mempunyai pengaruh terhadap statusnya dalam kelompok-kelompok berlainan.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa pengertian status sosial lebih diarahkan pada kedudukan seseorang dalam suatu kelompok

dan hubungannya dengan anggota lain dalam kelompok yang sama, dimana kedudukan tersebut diperbandingkan menurut nilai dan kualitasnya sehingga terlihat adanya perbedaan antar kedudukan yang rendah, sedang dan tinggi. Dengan kata lain, status sosial digambarkan dengan derajat tingkat kedudukan seseorang dalam masyarakat, yang mempunyai ciri dan perbedaan yang jelas dengan status-status sosial individu yang lain.

Untuk definisi status ekonomi, W.S Winkel (1984:34) menjelaskan, yaitu sebagai merupakan suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial dan perlengkapan material yang dimilikinya dimana keadaan ini dapat bertaraf baik, cukup, dan kurang. Dalam hal ini, Manase Malo (1985:88) menyimpulkan bahwa untuk mengukur status seseorang dalam masyarakat harus dilihat dari latar belakang status sosial ekonomi.

Adapun menurut Soerjono Soekanto (1990:262-263), dalam mengukur status sosial ekonomi biasanya dipakai penggolongan-penggolongan tertentu yang berdasarkan :

1. Tingkat kekayaan materi
2. Ukuran kekuasaan
3. Ukuran kehormatan
4. Tingkat pendidikan

Ukuran-ukuran tersebut menjadi simbol penghargaan dari masyarakat kepada individu yang mempunyai kriteria berdasarkan ukuran kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan pendidikan. Jika seseorang mempunyai kriteria ukuran tersebut, maka dirinya akan mendapatkan posisi terhormat yang diakui oleh masyarakat.

Sedangkan secara lebih konkret, Seodarsosno (1990:17) menjelaskan bahwa dalam mengukur status sosial ekonomi individu dalam masyarakat dapat dilakukan dengan cara melihat pada beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

a. Jenis Pekerjaan

Pekerjaan sering dipandang sebagai dasar pertama bagi penentuan status sosial seseorang. Melalui pekerjaannya, maka aspek kehidupan seseorang dapat tercerminkan. Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh James Boissard (1990:73), bahwa pekerjaan mempengaruhi anggaran keluarga dan waktu. Hal ini akan membentuk kebiasaan, etika, gaya hidup, peraturan, dan budi bahasa. Sedangkan jika ditinjau dari sudut jenisnya, Pusat pengembangan karia (2000) mencatat bahwa jenis pekerjaan meliputi :

1) Pekerjaan kewiraswastaan

Pekerjaan kewiraswastaan mencakup pekerjaan dalam bisnis dan manajemen. Dalam pekerjaan ini, profesionalisme individu dapat dilihat dari kemampuan Dalam :

- a. Mengambil keputusan bisnis yang tepat
- b. Mengelola dan memimpin orang
- c. Mengambil resiko bisnis dan keuangan
- d. membujuk dan mempengaruhi orang lain
- e. membuat orang tertarik dan terlibat dalam suatu proyek

2. Pekerjaan Administratif

Pekerjaan administratif mencakup : pekerjaan kantor atau tulis menulis, pekerjaan sekretariat, administratif, keuangan, akuntan manajemen dan sebagainya. Dalam bidang ini, profesionalisme individu dapat dilihat dari kemampuan :

- a. menggunakan komputer
- b. Mengorganisasi sistem pengarsipan
- c. bekerja dengan angka-angka
- d. Mengoreksi semua rincian

3. Pekerjaan teknik

Pekerjaan praktis mencakup: pekerjaan dalam bidang konstruksi, manufakturing (operator dan teknisi), transportasi, teknik, pertanian dan sebagainya. Pekerjaan tersebut menurut profesionalisme dalam hal :

- a. Bekerja dengan alat-alat/mesin
- b. Memasang dan memperbaiki benda-benda
- c. Memiliki koordinasi mata dan tangan yang baik
- d. Bekerja diluar atau di lapangan
- e. Mengembangkan keterampilan praktis

4. Pekerjaan Intelektual

Pekerjaan intelektual mencakup pekerjaan dalam pekerjaan riset, ilmu pengetahuan, ilmu medis, ilmu sosial, ahli geologi, ahlistatistik, ahli gizi, ahli bedah, ahli ekonomi, teknisi laboratorium dan sebagainya. Pekerjaan tersebut menuntut profesionalisme dalam hal :

- a. Analisis fenomena
- b. meriset informasi
- c. Memecahkan persoalan dengan cara sendiri

5. Pekerjaan kreatif

Pekerjaan kreatif mencakup : musik, teater, seni visual, direktur, produser, wartawan, olahragawan, periklanan, mode, arsitektur, desain, fotografi dan sebagainya. Pekerjaan ini membutuhkan profesionalisme dalam hal :

- a. Menggunakan imajinasi/mengungkapkan ide
- b. Merancang dan membuat sesuatu
- c. Menampilkan/ikut dalam kegiatan seni
- d. Bekerja dengan orang-orang kreatif

6. Pekerjaan Sosial

Pekerjaan sosial mencakup: pekerjaan pelayanan pribadi seperti pekerja sosial, guru, penasehat, resepsionis, pramugari, ahli terapi kecantikan dan sebagainya.

Pekerjaan tersebut membutuhkan profesionalisme dalam hal :

- a. Mengajar orang
- b. menjaga dan merawat orang lain
- c. Membangun hubungan dengan orang lain

Melihat pada beberapa pendapat di atas, maka dapat dikatakan bahwa jenis pekerjaan yang ditekuni seseorang merupakan salah satu faktor penting yang menentukan tingkat status sosial ekonomi orang tersebut dalam kehidupannya di dalam masyarakat.

b. Tingkat Pendapatan

Pada hakekatnya, untuk menjalankan dan mempertahankan keberlangsungan hidupnya, seseorang harus bekerja. Dengan bekerja, dirinya akan mendapatkan upah atau pendapatan. Sigit Purnomo, seperti yang dikutip oleh Marliana (1987:15), mengartikan pendapatan yang diterima seseorang adalah sejumlah uang yang diperoleh dalam satu periode tertentu misalnya, baik dalam hitungan minggu, bulan atau tahun. Sedangkan menurut N. Soetjinono (1977:396) pendapatan merupakan nilai barang dan jasa yang dapat dikonsumsi selama jangka waktu tertentu dan pada waktu itu masih mempunyai jumlah kekayaan (harta kekayaan) yang sama bentuknya pada masa permulaan.

Dengan demikian, tingkat pendapatan lebih diarahkan pada posisi ekonomi individu di dalam keluarga atau masyarakat, yang merupakan keseluruhan pendapatan dan kekayaan, seperti pendapat yang diutarakan oleh Mulyanto Sumardi (1982:147):

“Tingkat Pendapatan adalah pendapatan yang diperoleh responden beserta anggota keluarganya yang bersumber dari sektor formal, informal dan sektor subsisten dalam waktu satu bulan yang diukur dengan rupiah. Pada sektor informal yaitu pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan rutin sebagai pegawai negeri, pensiunan dan lain-lain. Pendapatan dari sektor informal yaitu pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan sampingan/sambilan. Sedangkan pendapatan subsisten adalah pendapatan yang diperoleh anggota keluarga tetapi pendapatan tersebut digunakan untuk seluruh anggota keluarga.

Sedangkan berdasarkan tingkatnya, menurut BPS (1996:88), tingkat pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga kelompok yang dilihat dari besarnya jumlah pengeluaran perbulan, yaitu :

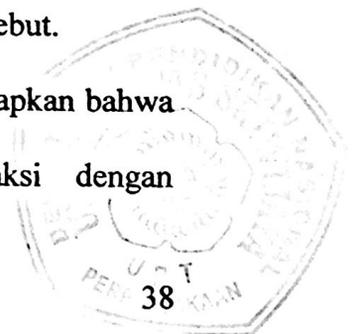
1. Jumlah pengeluaran kurang dari Rp. 210.000,- per bulan, termasuk pendapatan rendah
2. Jumlah pengeluaran antara Rp. 210.000 - Rp.420.000,- per bulan, termasuk pendapatan sedang
3. Jumlah pengeluaran lebih dari Rp. 420.000,- per bulan, termasuk pendapatan tinggi

Berdasarkan definisi tersebut maka dapat dinyatakan bahwa tingkat pendapatan menyangkut tinggi rendahnya jumlah dari seluruh penerimaan bersih dalam jangka waktu tertentu yang berupa uang maupun barang, baik yang diterima dari pihak lain maupun hasil sendiri yang dinilai dengan sejumlah uang atau harga tiap bulan yang berlaku pada saat itu.

1.5.4 Gaya Hidup

Pada dasarnya, gaya hidup menunjukkan aktivitas keseharian yang nampak dalam kehidupan sosial sebuah masyarakat. Gaya hidup diartikan sebagai pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam sebuah lingkungan masyarakat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997:297). Definisi gaya hidup juga dijelaskan oleh Winardi (1989:208), sebagai cara hidup khas dalam sebuah masyarakat dinamis. Sedangkan Ariyono (1985:130), menerangkan gaya hidup sebagai pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat yang dapat diamati dan memberikan identitas khusus kepada golongan tersebut.

Secara lebih terperinci, Phillip Kotler (1992:189), mengungkapkan bahwa gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan



lingkungannya. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari suatu kelas sosial di suatu pihak dan kepribadian di pihak lain. Jika kita mengetahui kelas sosial seseorang, kita dapat menyimpulkan segala sesuatu tentang kemungkinan perilakunya, meskipun kita gagal memahaminya sebagai individu. Jika kita menyimpulkan perbedaan ciri-ciri psikologisnya, tetapi tidak banyak mengetahui tentang aktifitas, minat dan opini sebenarnya. Gaya hidup mencoba menunjukkan rupa keseluruhan pola perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan pengertian diatas, dapatlah dikatakan bahwa gaya hidup menunjukkan pola perilaku, kepribadian, dan kelas sosial dalam kehidupan sehari-hari secara keseluruhan. Dalam hal ini, gaya hidup seseorang erat kaitannya dengan latar belakang kelas sosial yang ditempatinya.

Sehubungan dengan kelas sosial tersebut, suatu pendapat dikemukakan oleh Soerjono Soekanto (1990:252-254), bahwa kelas sosial (*social class*) adalah semua orang dan keluarga yang sadar akan kedudukannya di dalam sesuatu lapisan, sedangkan kedudukan mereka itu diketahui serta diakui oleh masyarakat umum. Adapun ukuran-ukuran yang biasanya dipakai untuk menggolongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam lapisan-lapisan tersebut adalah kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. Sedangkan kedudukan, dalam hal ini diartikan secara abstrak, dimana diartikan sebagai tempat seseorang dalam suatu pola tertentu. Pengertian ini menunjukkan tempatnya sehubungan dengan kerangka masyarakat secara menyeluruh, yang menyebabkan seseorang mempunyai beberapa kedudukan. Apabila dipisahkan dari individu yang memilikinya, kedudukan hanya merupakan kumpulan hak-hak dan kewajiban-

kewajiban. Tetapi hal ini sukar untuk dipisahkan secara tegas, oleh karena terlaksananya hak dan kewajiban tersebut melalui perantara individu-individu lainnya.

Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kelas sosial adalah individu maupun kelompok yang berasal dari suatu lapisan yang menempati kedudukan tertentu, oleh karena adanya ukuran-ukuran seperti kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan yang dijadikan sebagai simbol penghargaan di dalam masyarakat.

Apabila pengertian kelas ditinjau secara lebih mendalam, maka akan dijumpai beberapa kriteria tradisional, yaitu sebagai berikut :

1. Besar kecilnya ukuran jumlah anggota-anggotanya
2. Kebudayaan yang sama, yang menentukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban warganya
3. keluarga
4. Tanda-tanda/lambang-lambang yang merupakan ciri-ciri yang khas
5. Batas-batas yang tegas (bagi kelompok terhadap kelompok lain)
6. Antagonisme tertentu

Sehubungan dengan pengkriterian tersebut, kelas memberikan kesempatan-kesempatan atau fasilitas-fasilitas hidup tertentu (*life chances*) bagi warga-warganya, yaitu antara lain keselarasan atas hidup yang tinggi dan sebagainya, yang dalam arti tertentu tidak dipunyai oleh warga-warga kelas lainnya. Kecuali daripada itu, kelas juga mempengaruhi gaya hidup (*life style*) dan tingkah laku masing-masing warganya (Soerjono Soekanto, 1990 : 230).

Dengan kata lain, kelas sosial menunjukkan suatu kumpulan masyarakat tertentu yang mempunyai kebudayaan yang sama, yang menentukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban masing-masing anggotanya sehingga dapat bertahan lama, sehingga sebagai batas-batas yang tegas di dalam membedakan masyarakat satu dengan lainnya, digunakan tanda-tanda/lambang-lambang yang khas sebagai suatu ciri mereka yang disertai pertentangan tertentu, dan pada akhirnya hal itu berimplikasi pada gaya hidupnya.

Dalam perkembangan studi tentang gaya hidup, menurut Hans-Peter Muller (1989) dalam Damsar (1997) terdapat empat pendekatan dalam memahami gaya hidup yaitu, pendekatan pertama adalah pendekatan kualitatif dunia kehidupan. Pendekatan ini merupakan suatu pendekatan sosiologis yang melihat gaya hidup sebagai lingkungan pergaulan (*milieu*). Ia meletakkan seseorang pada lingkungan atau *milieu* yang ditentukan oleh keadaan hidup dan gaya hidup subyektif yang dimiliki. Pendekatan kedua adalah pendekatan kelas. Pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa gaya hidup merupakan rasa budaya yang diproduksi bagi kepentingan struktur kelas. Pendekatan ketiga adalah pendekatan-pendekatan kuantitatif struktur sosial, pendekatan ini mengukur gaya hidup berdasarkan konsumsi yang dilakukan seseorang, sangat berhasil (*visible success*), pemeliharaan (*maintance*), menengah (*high-life*) dan konsumsi rumah tangga (*home life*). Pendekatan ini menggunakan sederetan daftar konsumsi yang mempunyai skala nilai (skala nominal, ordinal, atau yang lainnya tergantung dari peneliti). Dengan membuat skala nilai maka pengukuran kuantitatif dapat dilakukan. Pendekatan keempat yakni pendekatan psikologi sosial. Pendekatan ini

berasumsi bahwa tindakan sosial tidak hanya disebabkan oleh teknik, ekonomi, dan politik tetapi juga karena perubahan nilai. Pendekatan ini melihat gaya hidup atas nilai dan kebutuhan yang dimiliki.

Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan sosiologis kualitatif dunia kehidupan yang memandang gaya hidup sebagai lingkungan pergaulan (*milliu*) yang terfokus pada permasalahan gaya hidup pekerja yang menggunakan kartu kredit.

Lebih lanjut, Winardi (1989:208-209) mengemukakan bahwa faktor-faktor ekonomik, sosiologikal, dan psikologikal membantu kita untuk memahami perilaku pembeli, tetapi kerap kali mereka kurang detail atas kekayaan informasi mengenai informasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman optimal tentang perilaku manusia. Sebuah konstruksi baru yang dinamakan orang sebagai pola-pola gaya hidup (*life style patterns*) banyak mengisi kekayaan tersebut serta dimensionalitas. Ia juga menyebutkan tentang riset gaya hidup yang mengatur tindakan-tindakan orang sehubungan dengan aktivitas, minat, dan pendapat ciri demografik tertentu mereka. Dari hasil riset tersebut, diperoleh dimensi-dimensi penting dalam gaya hidup mereka yang masing-masing memiliki gaya hidup yang unik.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, dapatlah disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan sesuatu yang unik, karena menjadi ciri hidup yang khas bagi seseorang untuk mempergunakan barang yang menjadi kebutuhan hidupnya.

a. Proses terbentuknya gaya hidup

Menurut Ieda Poernomo Sigit dan Sidi Bernadette N. Setiadi (2001), proses terbentuk perilaku gaya hidup tidak terlepas dari perananan sosiologi :

1. Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan utama atau primer dan penting bagi seorang individu. Sebelum individu mengenal lingkungan yang lebih luas, ia terlebih dahulu mengenal lingkungan keluarganya. Selain itu, peranan keluarga dalam mentransformasikan nilai-nilai keluarga (*value family*) amat besar pengaruhnya terhadap pembentukan kepribadian dan gaya hidup individu (Sarlito Wirawan, 111-112).

2. Kelompok Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya mempunyai peran penting dalam proses sosialisasi nilai dan norma sebagai cerminan anggotanya untuk mengembangkan gaya hidup. Dalam kelompok teman sebaya, individu akan belajar untuk memberi dan menerima, saling berinteraksi dan belajar tentang kebudayaan, perilaku sosial dan gaya hidup serta belajar beradaptasi untuk mengikuti dinamika sosial yang berkembang di lingkungan sekitarnya sehingga individu dapat mengetahui karakteristik gaya hidup yang berkembang, baik dari kelas sosial menengah atas (ST. Vembrianto, 1990 :65)

3. Media Massa

Media massa juga berperan besar dalam pembentukan gaya hidup. Theodore W Adomo (1974) menjelaskan bahwa media massa mempunyai peran besar dalam mengintrodusir nilai-nilai sekunder, termasuk gaya

hidup kepada individu. Fungsi introduksir tersebut dilaksanakan oleh media seperti dalam bentuk iklan, promosi tentang gaya hidup yang pada akhirnya menimbulkan keinginan, kebutuhan dan emosi individu untuk mengadopsinya. Seperti iklan yang secara khusus mampu mengeksploitasi kebebasan dalam menampilkan citra romantis, eksotik, kepuasan atau kehidupan yang baik dengan memperkenalkan gaya hidup eksklusif. (Newsletter Kunci No. 6-7, Mei-Juni 2000, dalam www.kunci.or.id, diakses tanggal 23 Desember 2010).

4. Opini Publik

Opini publik berhubungan dengan tanggapan sosial. Seseorang yang mengaktualisasikan gaya hidup yang eksklusif, unik dan berbeda dengan masyarakat umumnya adalah salah satu upaya individu agar identitas dirinya mendapatkan tanggapan atau pengakuan dari masyarakat.

Sedangkan menurut Saifudin azwar (1995), perilaku yang mencerminkan gaya hidup seseorang tidak terlepas dari hasil interaksi sosial mengandung arti lebih dari pada sekedar adanya kontak sosial dan hubungan antar individu yang satu dengan yang lain. Hubungan timbal balik tersebut, pada akhirnya turut mempengaruhi pola gaya hidup masing-masing individu sebagai anggota masyarakat. Di antara berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan gaya hidup adalah :

1. Pengalaman pribadi

Apa yang telah dan sedang dialami manusia, secara sadar atau tidak jelas akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan manusia terhadap

stimulus sosial. Tanggapan individu terhadap apa yang ia lihat, akan menjadi salah satu dasar terhadap pembentukan gaya hidup.

2. pengaruh Kebudayaan

Kebudayaan yang berasal dari tempat individu dibesarkan, mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan gaya hidup. Menurut Burrhus frederic Skinner dalam hergerhahn (1982) kebudayaan sangat berpengaruh dalam pembentukan gaya hidup seseorang.

3. Media Massa

Sebagai sarana komunikasi, berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar dan sebagainya, mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan publik, yang pada akhirnya membentuk gaya hidup. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang maupun masyarakat. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal, memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya gaya hidup. Pesan pesan sugestif yang dibawa informasi tersebut, apabila cukup kuat, akan memberikan dasar efektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terbentuklah arah sikap tertentu.

4. Pengaruh faktor emosional

Perilaku seseorang sebagai cerminan gaya hidupnya, merupakan suatu bentuk sikap dari pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi semacam penyaluran aktualisasi ego. Dengan demikian, apapun yang terjadi di sekeliling masyarakat, yaitu meliputi pola perilaku maupun

kepribadian sehari-hari, dapat diartikan sebagai fenomena gaya hidup. Dengan kata lain, gaya hidup mengatur tindakan-tindakan manusia yang berhubungan dengan aktifitas, minat, pendapat, ciri demografik tertentu.

Dalam konteks ini, Damsar (1997:135) menyimpulkan bahwa aktualisasi gaya hidup tidak hanya diarahkan pada upaya individu dalam pemenuhan kebutuhan fisik semata atau kebutuhan ekonomi, namun gaya hidup juga berhubungan dengan aspek sosial budaya, berupa masalah selera dan identitas yang pada dasarnya mengandung unsur harga diri (*prestise*). Sedangkan Diek Hebdige (1979) (dalam Newsletter Kunci No. 6-7, Mei-Juni 2000) menilai bahwa gaya hidup adalah ekspresi atau praktek penandaan (*signifying practice*) sebagai alat bagi individu untuk memaknai identitas diri dan kelompoknya terhadap individu atau kelompok lain (www.kunci.or.id, diakses tanggal 18 Desember 2010).

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa aktualisasi gaya hidup juga diarahkan pada upaya pengakuan sosial yang dilakukan individu. Demikian pula untuk mendapatkan pengakuan sosial tersebut, salah satu syarat yang harus dipenuhi adalah dengan melihat kemampuan dan latar belakang status sosial ekonomi misalnya dalam tingkat kepemilikan harta kekayaan.

Dalam konteks ini, Thorstein Veblen (1973) (dalam Newsletter Kunci, No 6-7, Mei-juni 2000) menjelaskan jika tingkat kepemilikan harta kekayaan, bukan dilihat dari tingkat fungsinya, namun lebih diarahkan pada penegasan gengsi dan status individu guna menunjang gaya hidup di lingkungan sosialnya. Barang-barang yang dibeli atau dikonsumsi biasanya berupa sesuatu yang tidak berguna, yang kadang malah mengurangi gerak dan kenyamanan tubuh

seseorang. Pemakaian benda-benda tersebut lebih ditujukan untuk mencapai identitas yang secara instrinsik lebih kaya dari orang-orang lain (www.kunci.or.id, diakses tanggal 18 Desember 2010).

Berdasarkan pendapat tersebut, kepemilikan harta kekayaan merupakan simbol bagi individu dalam mendukung individu mengkonstruksikan identitas dirinya. Realitas tersebut dapat dilihat dari gaya hidup yang diaktualisasikan dalam masyarakat modern atau kota. Di mana pengakuan sosial diletakkan atas dasar selera dengan mengkonsumsi barang yang merupakan refleksi dari kepemilikan. Karena itu, gaya hidup seseorang yang diukur dari tingkat kepemilikan barang konsumtif juga ditentukan oleh tingkat penghasilan. Orang yang berpenghasilan tinggi cenderung mempunyai akses lebih besar dalam memiliki barang dan jasa meski dengan harga mahal, dibandingkan individu yang berpenghasilan rendah. Kecenderungan membeli barang-barang mahal maupun melakukan kegiatan yang eksklusif tersebut, akhirnya membentuk gaya hidup yang khas bagi masyarakat yang berpenghasilan tinggi.

Fenomena tersebut adalah implikasi dari pengaruh transformasi nilai modern dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat umumnya mengartikulasikan modernisme sebagai sebuah doktrin yang mengajarkan individu untuk berusaha menyesuaikan diri dengan apa yang sekarang berlaku atau keharusan meninggalkan yang sudah usang demi perbaikan hidup. Sikap tersebut dinamakan konformisme, yaitu sikap dan perilaku seseorang yang diarahkan untuk menyesuaikan dengan nilai-nilai dan kaedah-kaedah yang berlaku (Kamus Besar

Bahasa Indonesia, 1997 :518). Dengan demikian, konformisme mengarahkan individu untuk ikut-ikutan mengadopsi relitas yang berkembang

b. Penggunaan Kartu Kredit Sebagai Gaya Hidup

Pada dasarnya gaya hidup menunjukkan aktivitas keseharian yang nampak dalam kehidupan sosial sebuah masyarakat. Gaya hidup diartikan sebagai pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam sebuah lingkungan masyarakat (Kamus Besar bahasa Indonesia, 1997:297). Dengan demikian, apapun yang terjadi disekeliling masyarakat, apakah itu pakaian, film, musik, makanan atau gejala sosial lainnya, jika diterima, disukai atau disetujui oleh banyak masyarakat maka dapat termasuk dalam bagian dari gaya hidup.

Namun menurut Elvyn G Massya (1997), terdapat fenomena unik yang dijumpai pada diri sebagian pengguna kartu kredit di masyarakat Indonesia. Bagi sebagian pengguna kartu kredit ternyata menjadi gaya hidup tersendiri, dimana pemaknaan kartu kredit ternyata lebih didasari pada nilai-nilai eksklusifitas. Masyarakat umumnya menilai bahwa para pemilik kartu kredit berasal dari kalangan menengah ke atas yang mempunyai latar belakang ekonomi yang tinggi (www.kompas.com, diakses tanggal 13 januari 2011)

Karena indikator penilaian standar gaya hidup diukur dari kepemilikan, Djarot SJ (2000) menilai kepemilikan kartu kredit merupakan gaya hidup yang diarahkan individu untuk mengaktualisasi nilai-nilai eksklusif. Salah satu faktor pendorongnya adalah motivasi individu agar status sosialnya lebih diakui oleh masyarakat dilingkungan tempat individu serta di lingkungan pekerjaan maupun di

lingkungan tempat pergaulannya. Individu tersebut sengaja mengadopsi gaya hidup tersendiri sebagai sebuah kelas yang mempunyai ciri khas dibandingkan dengan kelas lainnya dimasyarakat. Karena itulah maka tumbuh gaya hidup menggunakan kartu kredit hanya sebatas pamer kekayaan. Padahal, untuk melakukan transaksi dengan menggunakan kartu kredit, seseorang harus membayar bunga kreditnya. Selain itu, meski tidak menggunakan kartu, pemiliknya juga dikenakan biaya administrasi pengelolaan kartu kredit.

Menurut Ariel hianto, meningkatnya kepemilikan kartu kredit karena dilatarbelakangi oleh orientasi harga diri (*prestise*). Penggunaan kartu kredit telah menjadi gaya hidup yang lebih diutamakan untuk menampilkan kemewahan. Menggunakan kartu kedit tidaka hanya karena kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi gengsi (www.kompas.com, diakses tanggal 13 januari 2011)

Berdasarkan beberapa uraian yang tersaji di atas, maka dapatlah dinyatakan bahwa fenomena penggunaan kartu kredit termasuk gaya hidup, yang mana diarahkan oleh para penggunanya untuk mengaktualisasikan eksklusivitas terhadap status sosialnya, agar diakui oleh masyarakat, khususnya lingkungan kerja dan pergaulan mereka.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian pada dasarnya merupakan suatu usaha untuk menjembatani antara dunia konseptual dengan dunia empirik. Suatu penelitian sosial diharapkan dapat mengungkapkan fenomena atau peristiwa sosial tertentu dan pemahaman atas realitas sosial tersebut harus logis, diterima oleh akal sehat dan harus sesuai

dengan apa yang kita amati. Ilmu pengetahuan termasuk ilmu-ilmu sosial didalamnya, harus bersifat logika empiris. Teori-teori sosial merupakan unsur logika ilmu sosial sedangkan penelitian sosial adalah unsur empirik (Effendi, 1989 : 16)

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kota Palembang sebagai ibu kota propinsi dengan alasan Kota Palembang merupakan kota transisional , dimana masyarakatnya mempunyai gaya hidup yang baru yang cenderung mengubah gaya hidup dari gaya hidup tradisional kepada gaya hidup modern. Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa lokasi penelitian ini termasuk kota yang sudah berkembang dengan pesat dimana bank-bank berkembang yang menyediakan atau menerbitkan kartu kredit bagi nasabahnya,.

1.6.2 Sifat dan Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk memperoleh gambaran, pengetahuan, dan informasi mengenai kartu kredit sebagai simbol gaya hidup di kalangan pekerja muda di kota Palembang, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Masri Singarimbun (1995:4) bahwa penelitian ini hanya mengembangkan konsep dan menghimpun fakta tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis.

Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran, penjelasan dan interpretasi yang mendalam dan menyeluruh mengenai kredit sebagai simbol gaya hidup di kota Palembang.

1.6.3 Batasan Pengertian

- Simbol adalah sesuatu yang menjadi pengganti atau lambang dari hal tertentu (simbol;lambang), (Soekanto,1993:433)
- Gaya Hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat yang dapat diamati dan memberikan identitas khusus kepada golongan tersebut (Arikunto,1985:130)
- Kartu Kredit adalah kartu kecil yang dikeluarkan oleh Bank, yang menjamin pemegangnya untuk dapat berbelanja tanpa membayar kontan dan pengeluaran belanja itu akan diperhitungkan dalam rekening pemilik kartu di bank tersebut (Kamus Besar Bahasa Indonesia,1997:448)
- Pekerja adalah orang yang terlibat secara langsung dalam pekerjaan/kegiatan di perusahaan/usaha. Dalam penelitian ini pekerja yang dimaksud adalah pekerja produktif yang berumur antara 25-55 tahun

1.6.4 Unit Analisis Data

Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis pada penelitian ini adalah individu yang menggunakan kartu kredit di kota Palembang.

1.6.5 Informan Penelitian

Penarikan informan dilakukan dengan cara purposive yang didasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu yang ditetapkan secara sengaja oleh si peneliti (Faisal,1995:67). Penarikan informan pertama melalui informan utama kemudian berkembang menjadi informan pendukung. Informan dalam penelitian ini dipilih 12 orang dengan spesifikasi informan utama yang berjumlah 8 orang pengguna kartu kredit dan 4 orang informan pendukung adalah pegawai Bank.

Adapun kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut :

- Pekerja produktif berusia 25-55 tahun
- Pekerja produktif yang memiliki kartu kredit
- Pekerja produktif yang tinggal di Palembang
- Pekerja produktif yang berpenghasilan \geq Rp 2.000.000 perbulan

Informan ialah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong,1998:90). Pemanfaatan informan bagi peneliti ialah membantu agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang dapat terjangkau serta untuk menghindari terjadi pengulangan data dan informasi. Karena peneliti tidak mengetahui jumlah keseluruhan pekerja produktif yang memiliki kartu kredit maka informasi pertama yang peneliti dapatkan melalui informan pangkal.

1.7 Data dan Sumber Data

Adapun data yang didapat dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Sumber data primer diperoleh dari informan yang merupakan tokoh kunci informasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Data primer yaitu data utama yang digunakan dalam penelitian data ini diperoleh melalui hasil wawancara mendalam. Sumber data didapat dari informan yaitu pekerja produktif yang berusia 25-55 tahun. Dalam proses pengumpulan data, peneliti bertatap muka dan wawancara langsung dengan informan, sekaligus melakukan pengamatan atau observasi kondisi informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penunjang diluar data primer yang digunakan dalam penelitian. Sumber data sekunder diperoleh dari :

- Studi pustaka, digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang mendukung serta berhubungan dengan permasalahan penelitian. Informasi dan data tersebut berkenaan dengan simbol gaya hidup bagi kalangan pekerja muda. Data dan informasi yang dimaksud diperoleh melalui buku-buku, jurnal, karya ilmiah, majalah, dan laporan penelitian yang pernah dilakukan serta relevan terhadap permasalahan penelitian
- Monografi, digunakan sebagai penjelasan gambaran umum Kota Palembang yang berupa letak lokasi penelitian, jumlah penduduk serta gambaran kondisi sosial ekonomi masyarakatnya

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses penelitian ini guna mengumpulkan data digunakan beberapa teknik antara lain :

1. Wawancara mendalam (*indept interview*)

Wawancara mendalam merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti (Bungin,2001:110). Wawancara mendalam (*Indept Interview*) digunakan untuk mewancarai informan guna memperoleh data dan informasi mengenai masalah penelitian. Proses wawancara dengan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada informan. Pertanyaan dan jawaban akan berjalan seperti pembicaraan biasa. Wawancara mendalam ini masih menggunakan pedoman wawancara dengan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kartu kredit sebagai simbol gaya hidup dikalangan pekerja produktif.

2. Observasi

Observasi yaitu peneliti akan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki. Data yang diperlukan berupa data kualitatif yaitu diukur secara tidak langsung (Marzuki,1997:55). Misalnya peneliti melakukan observasi tentang gaya hidup para pekerja produktif yang berkaitan dengan kepemilikan kartu kredit dan motivasi informan dalam menggunakan kartu

kredit, dan hal-hal yang berhubungan dengan interaksi dan aktivitas dalam lingkungan pergaulannya.

3. Studi Pustaka

Yaitu dengan mempelajari buku-buku atau bahan tulisan lainnya yang erat hubungannya dengan penelitian ini

1.9 Teknik pengolahan data

Data baik primer maupun sekunder sebelum dianalisis, diolah terlebih dahulu agar analisis pembahasan dapat dilakukan secara sistematis dalam menjawab masalah penelitian. Tahap yang dilalui adalah :

1. Proses pemeriksaan data (editing) yang terkumpul guna memastikan kesempurnaan penelitian ini setiap instrument pengumpulan data. Pemeriksaan data langsung dilakukan saat dilapangan dan data yang belum sempurna langsung dikembalikan kepada sumber data atau ditanyakan secara langsung kepada informan untuk langsung dilengkapi, hal ini dilakukan untuk tidak mengganggu kegiatan dan perolehan data tidak berubah-ubah
2. Melakukan penafsiran data dari informasi-informasi yang diperoleh tentang kartu kredit sebagai simbol gaya hidup.

1.10 Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini berlangsung melalui tiga tahapan dari Miles dan Huberman (dalam Bungin,2001:229), yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Langkah-langkah yang ditempuh adalah :

a. Tahap reduksi data

Pada tahap ini peneliti memusatkan perhatian pada data lapangan yang telah terkumpul. Dalam hal ini, data mengenai pekerja muda dan profil kota Palembang, data mengenai kartu kredit. Kemudian, peneliti melakukan abstraksi data kasar tersebut menjadi uraian singkat.

b. Tahap penyajian data

Pada tahap ini, peneliti melakukan penyajian informasi melalui teks naratif terlebih dahulu. Dalam hal ini, peneliti menyajikan tentang makna simbol kartu kredit dan gaya hidup pekerja muda. Selanjutnya hasil teks naratif tersebut dianalisis.

c. Tahap kesimpulan (verifikasi)

Pada tahap ini, peneliti melakukan uji kebenaran terhadap setiap makna yang muncul dari data melalui pengecekan ulang kepada informan terhadap setiap temuan yang didapat. Selain itu peneliti melakukan diskusi terhadap hasil interpretasi pada pihak lain, baik yang ada di lapangan (informan) maupun ada di luar lapangan.

1.11 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi 5 bab, dengan susunan sebagai berikut :

Bab I pendahuluan, terdiri dari : latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi ini sendiri

Bab II Tinjauan Pustaka, pada bagian ini juga memberikan gambaran mengenai hal yang telah dirintis oleh peneliti lain seperti konsep, teori, data, penemuan yang berhubungan dengan masalah penelitian ini yaitu berupa simbol, gaya hidup, kartu kredit, pekerja.

Bab III Gambaran umum Lokasi Penelitian terdiri dari : keadaan umum kota Palembang, sejarah singkat berdirinya Kota Palembang, latar belakang sosial pekerja di Kota Palembang, perkembangan perbankan di Kota Palembang.

Bab IV Analisis dan Interpretasi Data, menguraikan Kartu Kredit sebagai Simbol Gaya hidup para pekerja berupa simbol kartu kredit bagi pekerja, status sosial pekerja, *prestise* atau gengsi atas kepemilikan kartu kredit, efisiensi, gaya hidup dan konsumerisme dari pengguna kartu kredit dan karakteristik pengguna kartu kredit para pekerja di kota Palembang.

Bab V Penutup, merupakan Bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Ali. 2002. *Tips dan Trik Memiliki Kartu Kredit*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Arikunto, Suharsisni. 1992. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teoritis*. Bina Aksara, Jakarta
- Baudrillard, Jean. 2009. *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi wacana, Yogyakarta
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Craib, Ian. 1986. *Teori Sosiologi Modern*. Rajawali Press, Jakarta
- Damsar, M.A. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Effendi, Onong Uchana. 1985. *Psikologi Manajemen dan Administrasi*. Maju, Jakarta
- Fauziah, 2008. *Simbol Gaya Feminim Pada Remaja Perempuan Kelas Atas Kota Palembang*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
- Horton B Paul. 1984. *Sosiologi Jilid I*. PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta
- Kasmir, (2002), "*Dasar-dasar Perbankan*", PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 1992. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta
- Moleong, J. Lexy. 2002. *Metodologi penelitian Kualitatif eds. Revisi*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Narwoko, J Dwi-Suyanto, Bagong. 2007. *Sosiologi Teks dan Pengantar*. Kencana Prenada media Group, Jakarta

Poerwadarminta, W. J. S. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Depdikbud.
Balai Pustaka, Jakarta

Rizqasari, Indriati, (2005), "*Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Persepsi & Tingkat Pengguna Kartu Kredit Pada Karyawan Bank*", Tesis, Universitas Gunadarma, Jakarta.

Ritzer, George. 2008. *Teori Sosiologi dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Kreasi Wacana, Yogyakarta

Setiadi M Elly, 2011. *Pengantar Sosiologi, Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial, Teori, aplikasi, dan pemecahannya*. Kencana, Jakarta

Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Susanto, Phil Astrid A. 1985. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bina Cipta, Jakarta

Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung

Sumber-sumber lain

Internet :

<http://www.bukopin.co.id>, diakses pada tanggal 13 januari 2011

<http://www.danamon.com>, diakses tanggal 13 januaru 2011

<http://www.investor.co.id>, diakses tanggal 13 januari 2011

Surat kabar dan Majalah

Tiara No.210, edisi Oktober 1998

Bisnis Indonesia, Edisi Minggu 20 Februari 2011