

## **PENDAPATAN DAN NILAI BUDAYA DALAM PEMBENTUKAN POLA KONSUMSI KELUARGA**

Oleh

**Abbas Sofwan Matlail Fajar, Ahmad Fauzi**

**Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri**

### **ABSTRACT**

*Household consumption patterns are not solely determined by income constraints but also shaped by cultural values that filter preferences and spending priorities. This study aims to construct a theoretical framework explaining how income and cultural values jointly influence family consumption behavior. The analysis identifies twelve mediating mechanisms including intergenerational value conflict, trust in financial institutions, remittance pressure, peer influence, religiosity, gender ideology, ecological awareness, debt tolerance, and post materialism. Results show that income elasticity for status goods is lower in collectivist societies, while mastery values strengthen the link between income and positional consumption. Religious households allocate larger proportions for spiritual expenditures even at low income levels. Digital transformation and climate awareness create new value orientations that alter traditional income consumption relationships. The study concludes that cultural values operate as filters that direct additional income toward specific consumption categories rather than simply increasing overall expenditure. Policy interventions aimed at poverty alleviation must incorporate local value mapping to avoid misdirected assistance. Future longitudinal research should track value shifts and corresponding consumption changes in the same households over time.*

**Keywords:** *household economics, consumption behavior, cultural values, income elasticity, family expenditure*

### **PENDAHULUAN**

Perubahan struktur ekonomi global selama dua dekade terakhir telah menggeser bentuk kesejahteraan rumah tangga dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar menuju orientasi akumulasi barang dan jasa simbolik. Rumah tangga modern tidak lagi berfungsi semata sebagai unit produksi dan reproduksi, melainkan sebagai arena pertarungan status melalui pilihan konsumsi. Becker (1965) menjelaskan bahwa rumah tangga mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk memproduksi komoditas domestik yang memberi utilitas. Alokasi ini sangat ditentukan oleh pendapatan yang tersedia serta preferensi yang terbentuk secara sosial. Di perkotaan, pola ini tampak dari maraknya konsumsi pendidikan privat, kesehatan berbayar, dan rekreasi keluarga. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana tekanan sosial ikut membentuk perilaku belanja rumah tangga. Ekspresi status dan pembentukan selera ini mengukuhkan eksistensi stratifikasi sosial serta gaya hidup tertentu di tengah masyarakat konsumen (Sinambela & Halizah, 2023). Dengan

demikian, pemahaman tentang konsumsi keluarga tidak bisa dilepaskan dari dinamika pendapatan dan sistem nilai yang dianut.

Nilai budaya berfungsi sebagai kerumahtanggaan yang tidak tertulis namun mengikat setiap anggota keluarga dalam menentukan skala prioritas belanja. Bourdieu (1984) menunjukkan bahwa selera konsumsi merupakan cerminan posisi seseorang dalam ruang sosial sekaligus alat reproduksi kelas. Dalam masyarakat timur, nilai seperti kesederhanaan, gotong royong, dan hormat kepada orang tua memengaruhi besar kecilnya alokasi dana untuk konsumsi bersama. Pendapatan keluarga yang meningkat tidak otomatis mengubah pola belanja ke arah gaya hidup individualistik selama nilai komunal masih kuat. Sebaliknya, tekanan untuk mengikuti tren modernitas sering menciptakan ketegangan antara kebutuhan kolektif dan ambisi pribadi. Rumah tangga dengan pendapatan tinggi namun berpegang teguh pada nilai tradisional cenderung membelanjakan lebih banyak untuk kegiatan sosial keagamaan. Hal ini menunjukkan adanya mediasi nilai budaya dalam hubungan antara pendapatan dan konsumsi. Fenomena tersebut mempertegas urgensi perumusan kebijakan keberlanjutan yang relevan dengan nilai-nilai budaya lokal agar instrumen yang dirancang dapat diterima secara efektif (Mardikaningsih & Darmawan, 2023). Penyelarasan nilai ini mirip dengan tantangan penerapan manajemen berbasis nilai di organisasi multinasional saat berhadapan dengan perbedaan latar belakang budaya (Hariani & Mardikaningsih, 2021).

Penelitian lintas negara menemukan bahwa elastisitas pendapatan terhadap konsumsi barang mewah lebih rendah di masyarakat kolektif dibandingkan masyarakat individualis. Schwartz (2018) mengidentifikasi tujuh orientasi nilai budaya yang memengaruhi perilaku ekonomi, termasuk hierarki, egalitarianisme, dan harmoni. Nilai hierarki mendorong konsumsi status untuk mempertahankan kehormatan keluarga, sementara nilai harmoni membatasi pemborosan demi keseimbangan dengan alam. Rumah tangga di Asia Tenggara menunjukkan pola unik di mana peningkatan pendapatan tidak serta merta menggeser konsumsi dari kebutuhan pokok ke barang tersier. Hal ini berbeda dengan temuan di Eropa Barat dan Amerika Utara yang menunjukkan hubungan linear antara pendapatan dan konsumsi status. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa faktor budaya bekerja sebagai variabel moderasi yang kuat. Konteks keragaman ini juga menuntut kepekaan terhadap dinamika keberagaman gender dan etnis dalam organisasi kontemporer ketika menganalisis perilaku kelompok masyarakat (Rojak & Darmawan, 2012). Dengan demikian, mengabaikan aspek budaya dalam analisis ekonomi rumah tangga akan menghasilkan kesimpulan yang timpang.

Perubahan nilai budaya tidak terjadi secara instan melainkan melalui proses akulturasi dan transmisi antargenerasi. Zelizer (2017) mengamati bahwa makna uang dalam rumah tangga sangat ditentukan oleh hubungan sosial dan ikatan moral antaranggota keluarga. Uang yang diperoleh dari kerja keras orang tua cenderung dialokasikan secara hati-hati untuk investasi masa depan anak. Sebaliknya, pendapatan dari sumber tidak tetap sering digunakan untuk konsumsi jangka pendek yang bersifat seremonial. Nilai tentang pentingnya tabungan, investasi pendidikan, dan partisipasi dalam ritual sosial

terbentuk dari pola asuh dan lingkungan bertetangga. Rumah tangga yang orang tuanya menganut nilai hemat akan menurunkan kebiasaan serupa kepada anak, bahkan ketika pendapatan keluarga sudah jauh meningkat. Proses pewarisan nilai ini menjelaskan mengapa pola konsumsi bersifat resisten terhadap perubahan pendapatan. Di sisi lain, proses pewarisan dan pemeliharaan nilai semacam ini serupa dengan peran kepemimpinan dalam mengonstruksi serta mereproduksi budaya organisasi melalui simbol-simbol dan ritual tertentu (Irfan & Sajjapong, 2023). Studi ini akan mengupas mekanisme hubungan tersebut.

Pandemi COVID-19 yang berlangsung hingga awal 2023 telah memaksa banyak rumah tangga merevisi ulang pola konsumsi mereka akibat ketidakpastian pendapatan. Li dan Wang (2022) melaporkan bahwa rumah tangga perkotaan di China mengurangi konsumsi barang mewah dan meningkatkan alokasi untuk kesehatan serta asuransi. Nilai budaya tentang keselamatan keluarga menjadi lebih dominan dibandingkan nilai prestise sosial selama krisis kesehatan global. Di Indonesia, fenomena serupa terlihat dari lonjakan tabungan preventif dan penurunan pembelian barang elektronik nonesensial. Guncangan krisis ini memicu terjadinya perubahan pola konsumsi pangan yang membawa konsekuensi nyata terhadap ketahanan pangan rumah tangga secara keseluruhan (Aisyah & Issalillah, 2021). Dampak kerentanan ini dirasakan sangat masif, terutama jika melihat potret kerentanan pangan pada rumah tangga miskin di kawasan perkotaan yang padat penduduk (Mahmudah, 2021). Namun, setelah mobilitas pulih, sebagian rumah tangga justru mengalami konsumsi kompensasi yang berlebihan sebagai respons atas pengekangan sebelumnya. Pola ini menunjukkan bahwa guncangan eksternal dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh nilai budaya terhadap konsumsi. Dinamika ini menjadi latar penting bagi studi tentang pendapatan dan budaya konsumsi keluarga.

Permasalahan utama yang muncul dalam literatur ekonomi rumah tangga adalah terpisahnya analisis antara faktor pendapatan dan faktor nilai budaya. Sebagian besar model ekonomi berasumsi bahwa konsumen adalah makhluk rasional yang memaksimalkan utilitas berdasarkan kendala anggaran semata (Becker, 1965). Asumsi ini mengabaikan kenyataan bahwa manusia juga merupakan makhluk budaya yang tindakannya dipandu oleh norma, tradisi, dan simbol sosial. Peneliti dari disiplin sosiologi dan antropologi sebaliknya terlalu menekankan aspek budaya tanpa menghitung secara cermat batasan pendapatan yang nyata. Akibatnya, temuan tentang pengaruh nilai budaya sering bersifat deskriptif dan tidak dapat diintegrasikan ke dalam model prediksi perilaku konsumsi. Kesenjangan ini menyebabkan kebijakan pengentasan kemiskinan yang hanya fokus pada peningkatan pendapatan sering gagal mengubah pola konsumsi masyarakat sasaran. Masyarakat miskin yang menerima bantuan tunai cenderung membelanjakan uangnya untuk rokok atau pesta ketimbang pendidikan anak karena nilai budaya jangka pendek. Kondisi dilematis ini memperlihatkan kebutuhan nyata akan strategi adaptasi masyarakat terhadap perubahan lingkungan atau ekonomi yang berbasis pada perspektif sosio-kultural lokal (Oluwatoyin & Mardikaningsih, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa intervensi

tanpa pemahaman budaya hanya akan menghasilkan pergeseran bentuk konsumsi, bukan perbaikan kualitas hidup.

Permasalahan kedua berkaitan dengan metodologi pengukuran nilai budaya dalam studi konsumsi keluarga. Banyak penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang mengadaptasi nilai-nilai Barat seperti individualisme dan kolektivisme tanpa penyesuaian lokal. Hofstede (2001) mengakui bahwa dimensi budaya bersifat relasional dan tidak dapat dilepaskan dari konteks sejarah masyarakat tertentu. Rumah tangga di pedesaan Jawa misalnya, memiliki konsep rasa yang tidak dikenal dalam tipologi nilai universal manapun. Konsep ini memengaruhi pengeluaran untuk menyelenggarakan selamatan, membeli bumbu dapur, dan memberikan hadiah kepada tetangga. Padahal secara pendapatan, rumah tangga tersebut tergolong miskin. Jika diteliti dengan pendekatan standar Barat, pengeluaran ini akan dicatat sebagai konsumsi tidak produktif. Namun dari kacamata nilai lokal, pengeluaran tersebut merupakan investasi sosial yang mempertahankan jaringan keamanan keluarga. Keterlibatan aktif anggota keluarga dalam alokasi ini turut dipengaruhi oleh derajat keterlibatan perempuan dalam rumah tangga beserta keputusannya mengenai konsumsi hijau atau konsumsi yang berorientasi lingkungan (Halizah & Nuraini, 2021). Dengan demikian, kesalahan pengukuran nilai budaya dapat menyebabkan interpretasi yang keliru terhadap hubungan antara pendapatan dan konsumsi.

Kebutuhan untuk menyusun ulang pemahaman tentang mekanisme hubungan pendapatan, nilai budaya, dan pola konsumsi keluarga menjadi sangat mendesak. Tekanan inflasi pasca pandemi telah menurunkan daya beli riil sebagian besar rumah tangga kelas menengah di negara berkembang. Pada saat yang sama, paparan terhadap budaya konsumsi digital melalui media sosial semakin masif. Remaja dan anak-anak dalam keluarga terpapar pada gaya hidup hedonis yang bertentangan dengan nilai kesederhanaan yang diajarkan orang tua. Akibatnya, konflik nilai antargenerasi dalam rumah tangga semakin tajam dan memengaruhi keputusan alokasi pendapatan. Pemerintah dan lembaga keuangan memerlukan panduan berbasis bukti untuk merancang produk tabungan, pendidikan keuangan, dan jaring pengaman sosial. Kebutuhan pengukuran yang presisi ini menuntut akurasi instrumen, sebagaimana pentingnya mengukur motivasi dan kinerja pekerja lansia demi kontribusi organisasi yang berkelanjutan (Darmawan & Mardikaningsih, 2023), serta krusialnya pengukuran kinerja organisasi melalui indikator kinerja utama yang efektif (Darmawan & Mardikaningsih, 2012). Selain itu, reformulasi kebijakan ini memerlukan proses penataan ulang fungsi sumber daya manusia yang adaptif seiring dengan perubahan strategi korporasi maupun institusi publik (Irfan et al., 2014), yang idealnya didukung oleh pemanfaatan sistem informasi sumber daya manusia untuk mengoptimalkan pengelolaan sekaligus penilaian kinerja secara menyeluruh (Mardikaningsih & Darmawan, 2013). Tanpa pemahaman yang tepat tentang bagaimana nilai budaya memediasi respons rumah tangga terhadap perubahan pendapatan, intervensi kebijakan akan terus meleset dari sasaran. Studi ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dengan merumuskan kerangka konseptual yang terintegrasi.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengkonstruksi kerangka teoretis yang menjelaskan mekanisme pengaruh pendapatan dan nilai budaya terhadap pola konsumsi keluarga. Penulisan ini bertujuan mengidentifikasi variabel variabel antara yang memediasi hubungan antara pendapatan dan konsumsi, seperti orientasi masa depan, kepercayaan terhadap institusi, dan solidaritas keluarga. Kontribusi teoretis dari studi ini adalah menyatukan perspektif ekonomi dan sosiologi budaya ke dalam satu model analisis yang koheren. Secara praktis, hasil studi ini dapat digunakan oleh perancang kebijakan sosial untuk mengevaluasi efektivitas program bantuan tunai bersyarat. Lembaga keuangan mikro juga dapat memanfaatkan temuan ini untuk menyesuaikan produk tabungan dengan nilai budaya masyarakat setempat. Dengan demikian, studi ini tidak sekadar menambah literatur akademik namun memberi panduan bagi intervensi nyata di lapangan.

### **METODE PENELITIAN**

Penulisan ini menggunakan pendekatan studi literatur kualitatif yang menelaah secara sistematis berbagai teori dan temuan empiris dari publikasi ilmiah. Prosedur yang ditempuh mengacu pada panduan yang dikemukakan oleh Denzin dan Lincoln (2005) tentang cara melakukan sintesis kualitatif terhadap tubuh pengetahuan yang sudah ada. Tahap pertama adalah identifikasi sumber sumber relevan melalui basis data seperti Google Scholar, Scopus, dan Web of Science dengan kata kunci *household consumption*, *cultural values*, *income elasticity*, dan *family expenditure*. Tahap berikutnya adalah ekstraksi data teoretis berupa konsep, proposisi, dan model hubungan antar variabel dari setiap sumber.

Analisis dalam studi literatur ini dilakukan dengan metode tematik yang diusulkan oleh Braun dan Clarke (2006). Seluruh teks dari sumber sumber terpilih dibaca berulang kali untuk mengidentifikasi pola pola berulang dan tema tema utama. Tema pertama adalah mekanisme langsung pengaruh pendapatan terhadap konsumsi berdasarkan teori ekonomi neoklasik. Tema kedua adalah pengaruh nilai budaya terhadap preferensi konsumsi yang bersifat tidak langsung melalui pembentukan selera. Tema ketiga adalah interaksi antara pendapatan dan budaya dalam situasi krisis ekonomi atau perubahan sosial yang cepat. Proses pengkodean tema dilakukan secara manual dengan bantuan perangkat lunak manajemen referensi untuk menandai bagian bagian teks yang relevan. Setiap tema kemudian diuraikan kembali dalam bentuk narasi yang menghubungkan satu konsep dengan konsep lain. Validitas temuan dijamin melalui proses audit oleh sesama peneliti yang tidak terlibat langsung dalam pengkodean awal. Perbedaan interpretasi didiskusikan hingga mencapai kesepakatan tentang bagaimana suatu konsep sebaiknya dipahami.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pendapatan rumah tangga mempengaruhi pola konsumsi melalui dua jalur utama yaitu efek pendapatan absolut dan efek pendapatan relatif. Efek absolut bekerja melalui batasan anggaran yang nyata, di mana rumah tangga dengan pendapatan lebih tinggi mampu membeli barang dan jasa dalam jumlah

lebih besar. Namun Becker (1965) telah menunjukkan bahwa hubungan ini tidak linear karena adanya efek substitusi antara waktu dan uang. Rumah tangga berpendapatan tinggi cenderung membeli barang praktis yang menghemat waktu memasak atau membersihkan rumah. Sebaliknya, rumah tangga berpendapatan rendah mengorbankan waktu luang untuk memproduksi sendiri kebutuhan domestik. Efek relatif bekerja melalui perbandingan sosial, di mana rumah tangga menyesuaikan konsumsinya agar setara dengan tetangga atau rekan sekelas. Veblen (1899) dalam teorinya tentang konsumsi mencolok menjelaskan bahwa barang dibeli bukan untuk kegunaannya tetapi untuk tanda statusnya. Penelitian terkini oleh Kansal dan Arora (2022) menemukan bahwa efek pendapatan relatif lebih kuat di masyarakat dengan ketimpangan ekonomi tinggi.

Nilai budaya bertindak sebagai filter yang menentukan apakah peningkatan pendapatan akan diterjemahkan menjadi perubahan jenis barang yang dikonsumsi. Schwartz (2018) membuktikan bahwa individu dengan nilai penguasaan (*mastery*) cenderung membelanjakan pendapatan tambahan untuk barang yang memperkuat posisi sosialnya. Sementara individu dengan nilai afeksi (*affective autonomy*) mengalokasikan pendapatan ekstra untuk pengalaman estetik seperti liburan atau konsesi seni. Rumah tangga di Jepang yang memegang nilai harmoni sosial tetap membatasi konsumsi barang pribadi meskipun pendapatan meningkat drastis. Sebaliknya, rumah tangga di Rusia dengan nilai hierarki yang kuat justru meningkatkan pembelian barang mewah sebagai penanda naiknya status. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai budaya tidak hanya mempengaruhi berapa banyak yang dibelanjakan tetapi juga kemana arah belanja tersebut. Dengan demikian, studi tentang konsumsi keluarga harus mengukur nilai budaya pada tingkat individual rumah tangga, bukan hanya pada tingkat nasional.

Mekanisme mediasi antara pendapatan dan konsumsi melalui kepercayaan terhadap lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh nilai budaya masyarakat setempat. Guiso, Sapienza, dan Zingales (2018) melaporkan bahwa rumah tangga di wilayah dengan tingkat kepercayaan sosial tinggi lebih bersedia menyisihkan pendapatan untuk investasi jangka panjang. Sebaliknya, ketidakpercayaan terhadap bank dan asuransi mendorong rumah tangga mengubah pendapatan menjadi barang berwujud seperti emas atau tanah. Nilai budaya tentang risiko dan ketidakpastian berperan penting dalam menentukan pilihan antara konsumsi sekarang atau menabung untuk masa depan. Rumah tangga dengan orientasi kolektivisme tinggi cenderung menabung melalui arisan atau simpan pinjam kelompok, bukan melalui bank formal. Pola ini tetap bertahan meskipun pendapatan mereka meningkat karena jaringan sosial memberi rasa aman yang tidak diberikan institusi modern. Akibatnya, peningkatan pendapatan tidak otomatis meningkatkan inklusi keuangan jika nilai budaya tidak sejalan dengan produk perbankan yang ditawarkan.

Nilai budaya juga menentukan elastisitas pendapatan terhadap konsumsi pendidikan dan kesehatan, dua komponen penting pembentukan modal manusia. Lareau (2019) membedakan pola pengasuhan anak kelas menengah yang terstruktur dengan pola kelas pekerja yang alami. Keluarga kelas menengah menginvestasikan pendapatan lebih besar untuk les

tambahan, kegiatan ekstrakurikuler, dan konsultasi psikologi anak. Keluarga kelas pekerja meskipun pendapatannya naik cenderung tetap menggunakan pola asuh yang sama karena nilai tentang pendidikan sebagai tanggung jawab sekolah. Di India, keluarga dengan nilai karma percaya bahwa nasib anak sudah ditentukan, sehingga investasi berlebihan untuk pendidikan dianggap tidak perlu. Sebaliknya, keluarga imigran Vietnam di Amerika dengan nilai kerja keras dan pengorbanan mengalokasikan proporsi pendapatan sangat besar untuk bimbingan belajar anak. Perbedaan ini menunjukkan bahwa intervensi kebijakan seperti beasiswa atau bantuan biaya sekolah tidak akan efektif tanpa disertai perubahan persepsi nilai. Oleh karena itu, program pengentasan kemiskinan harus dirancang bersama tokoh masyarakat yang memahami nilai lokal.

Konflik nilai antargenerasi dalam rumah tangga menjadi sumber distorsi penting dalam hubungan antara pendapatan dan pola konsumsi. Generasi muda yang terpapar budaya global melalui internet menginginkan barang-barang bermerek dan gaya hidup kosmopolitan. Generasi tua yang memegang nilai lokal cenderung menganggap pembelian tersebut sebagai pemborosan dan tidak menghormati kerja keras orang tua. Putra, Darmawan, dan Al Hakim (2014) menjelaskan bahwa konflik semacam ini dapat mengurangi efektivitas fungsi rumah tangga sebagai unit pengambilan keputusan kolektif. Dalam situasi pendapatan yang stagnan, konflik nilai sering diselesaikan dengan kompromi berbelanja barang setengah mewah pada moment tertentu saja. Ketika pendapatan meningkat tajam, kompromi ini dapat meledak menjadi persaingan siapa yang berhak menikmati pendapatan tambahan tersebut. Hasil akhirnya adalah alokasi konsumsi yang tidak optimal secara ekonomi maupun psikologis karena adanya perasaan tidak adil dari salah satu pihak. Studi oleh Eddine dan Darmawan (2022) menunjukkan bahwa rumah tangga yang mampu mengelola konflik nilai dengan baik memiliki tingkat kepuasan konsumsi lebih tinggi meskipun pendapatannya lebih rendah.

Transformasi digital pasca pandemi telah menciptakan bentuk baru konsumsi keluarga yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam teori ekonomi tradisional. Belanja daring melalui platform e-commerce memungkinkan rumah tangga membeli barang dari seluruh dunia tanpa meninggalkan rumah. Kemudahan ini mengubah hubungan antara pendapatan dan konsumsi karena akses terhadap barang mewah menjadi jauh lebih mudah dibandingkan era sebelumnya. Mardikaningsih dan Darmawan (2022) mengamati bahwa praktik kerja jarak jauh mengubah pola pengeluaran untuk transportasi, makan siang di luar, dan pakaian formal. Pendapatan yang sebelumnya dialokasikan untuk biaya komuter kini beralih ke langganan layanan streaming, perabot rumah tangga, dan perlengkapan olahraga. Nilai budaya tentang pemisahan antara ruang kerja dan ruang keluarga menjadi kabur, mempengaruhi bagaimana rumah tangga memutuskan membeli meja kerja atau sofa baru. Rumah tangga yang mampu beradaptasi dengan nilai fleksibilitas dan otonomi menunjukkan ketahanan konsumsi yang lebih baik terhadap guncangan ekonomi.

Pengaruh nilai budaya terhadap pola konsumsi juga tampak dari pilihan antara membeli barang baru atau memperbaiki barang lama di rumah tangga berpendapatan terbatas. Nilai hemat dan tidak mudah membuang barang

mendorong perilaku reparasi, daur ulang, dan penggunaan bersama antar tetangga. Di kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, muncul subkultur pembeli barang bekas dari toko daring yang justru dilakukan oleh anak muda berpendapatan menengah. Fenomena ini berlawanan dengan prediksi teori ekonomi bahwa peningkatan pendapatan akan menurunkan permintaan barang bekas. Darmawan (2015) menjelaskan bahwa perilaku ini terkait dengan nilai kesadaran lingkungan dan penolakan terhadap konsumerisme massal. Rumah tangga dengan nilai tersebut menganggap pembelian barang baru sebagai tindakan tidak bertanggung jawab terhadap planet. Akibatnya, peningkatan pendapatan mereka tidak tercermin dalam statistik penjualan ritel barang baru, melainkan dalam transaksi barang bekas yang tidak tercatat resmi. Pengabaian terhadap nilai budaya ini menyebabkan perkiraan makroekonomi tentang konsumsi rumah tangga sering meleset dari realitas.

Dalam masyarakat yang sangat kolektif seperti di Indonesia dan Filipina, konsumsi remitansi atau pengiriman uang ke kampung halaman merupakan komponen penting dari pola belanja keluarga. Pendapatan anggota keluarga yang merantau tidak sepenuhnya dikonsumsi di tempat kerja, melainkan dikirim untuk membiayai upacara adat, pembangunan rumah orang tua, atau biaya sekolah keponakan. Rojak dan Darmawan (2015) menemukan bahwa tekanan untuk mengirim remitansi meningkat ketika pendapatan perantau naik karena ekspektasi sosial yang lebih tinggi. Nilai budaya tentang balas budi kepada orang tua dan kewajiban moral terhadap keluarga luas mengalahkan keinginan pribadi untuk konsumsi mewah. Rumah tangga perantau yang tidak mengirim uang meskipun pendapatannya besar akan mendapat sanksi sosial seperti dikucilkan atau tidak diundang dalam acara keluarga. Akibatnya, pola konsumsi keluarga di kampung halaman sangat dipengaruhi oleh pendapatan keluarga perantau, meskipun mereka tidak tinggal bersama. Fenomena ini menunjukkan bahwa unit analisis ekonomi rumah tangga tidak boleh dibatasi pada mereka yang tinggal dalam satu atap.

Nilai budaya tentang gender dan pembagian kerja domestik secara kuat mempengaruhi bagaimana pendapatan suami dan istri dialokasikan untuk konsumsi keluarga. Blumberg (2019) mengemukakan teori kekuatan relatif di mana istri yang pendapatannya lebih tinggi memiliki suara lebih besar dalam keputusan belanja. Namun nilai patriarki di banyak masyarakat Asia membatasi penerapan teori ini karena istri tetap diharapkan mengikuti keputusan suami meskipun secara ekonomi lebih lemah. Darmawan dan Mardikaningsih (2016) mencatat bahwa rumah tangga dengan istri bekerja sering mengalokasikan pendapatan suami untuk kebutuhan pokok dan pendapatan istri untuk konsumsi anak. Pendapatan yang tidak jelas sumbernya seperti bonus atau proyek lepas cenderung dikendalikan oleh anggota yang menghasilkan karena nilai otonomi personal. Konflik muncul ketika suami yang pendapatannya lebih rendah ingin mengendalikan belanja istri yang lebih tinggi dengan mengatasnamakan nilai tradisional. Resolusi konflik semacam ini sering melibatkan pihak ketiga seperti orang tua atau tokoh agama yang juga membawa nilai budaya tersendiri. Studi tentang konsumsi keluarga yang mengabaikan dinamika gender akan menghasilkan gambaran yang sangat timpang.

Dampak nilai religiusitas terhadap pola konsumsi rumah tangga sangat signifikan, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar seperti Indonesia. Nilai tentang kehalalan, penghindaran riba, dan kewajiban zakat mempengaruhi jenis barang yang dibeli dan bagaimana pendapatan dibelanjakan. Mardikaningsih dan Darmawan (2017) melaporkan bahwa rumah tangga dengan tingkat religiusitas tinggi mengalokasikan proporsi pendapatan lebih besar untuk konsumsi yang berbau spiritual. Pengeluaran untuk qurban, sedekah, dan biaya naik haji menjadi prioritas di atas pembelian barang elektronik atau kendaraan baru. Perilaku ini tetap terjadi meskipun pendapatan rumah tangga terbatas karena nilai tentang keberkahan harta lebih kuat dari nilai kenyamanan material. Ketika pendapatan meningkat, proporsi pengeluaran untuk konsumsi spiritual ini justru naik secara tidak linear karena adanya target prestise sosial. Rumah tangga yang dianggap dermawan mendapat kedudukan terhormat dalam komunitasnya, sehingga mereka berlomba memberikan lebih banyak. Akibatnya, peningkatan pendapatan nasional tidak otomatis meningkatkan konsumsi barang tahan lama jika nilai religiusitas masih kuat.

Adaptasi terhadap perubahan iklim mulai menjadi nilai budaya baru yang mempengaruhi konsumsi keluarga di negara maju maupun berkembang. Rumah tangga dengan nilai kesadaran ekologis tinggi mengalihkan pendapatan dari produk sekali pakai ke barang tahan lama yang dapat diperbaiki. Li dan Wang (2022) menunjukkan bahwa rumah tangga di kota-kota besar China mengurangi konsumsi plastik, bahan bakar fosil, dan produk hewani. Pengurangan ini terjadi meskipun pendapatan mereka meningkat karena nilai keberlanjutan diinternalisasi melalui pendidikan di sekolah dan kampanye media. Rumah tangga dengan pendapatan rendah namun memegang nilai ekologis justru mempraktikkan gaya hidup minimalis yang paling ramah lingkungan. Sebaliknya, rumah tangga berpendapatan tinggi tanpa nilai ekologis menunjukkan jejak karbon terbesar melalui konsumsi barang dan perjalanan udara. Nilai budaya tentang tanggung jawab antar generasi menjadi pendorong perubahan perilaku ketika orang tua berpikir tentang masa depan anak cucu. Pemerintah daerah yang ingin mengurangi sampah plastik atau emisi karbon perlu mempertimbangkan aspek nilai budaya ini dalam kampanye mereka.

Konsumsi keluarga dalam bentuk utang atau kredit sangat dipengaruhi oleh nilai budaya tentang toleransi risiko dan pentingnya kepemilikan aset. Mardikaningsih dan Darmawan (2013) menjelaskan bahwa rumah tangga dengan nilai prestise sosial tinggi bersedia mengambil utang konsumtif untuk membeli barang yang meningkatkan status. Sebaliknya, rumah tangga dengan nilai kehati-hatian dan kemandirian finansial menolak utang meskipun pendapatan mereka rendah. Perbedaan nilai ini menjelaskan mengapa pada tingkat pendapatan yang sama, sebagian rumah tangga memiliki beban utang besar dan sebagian lain tidak memiliki utang sama sekali. Di Thailand dan Malaysia, nilai budaya tentang malu tidak memiliki rumah sendiri mendorong pengambilan kredit kepemilikan rumah di luar kemampuan. Akibatnya, rumah tangga dengan pendapatan menengah di kedua negara memiliki rasio utang terhadap pendapatan tertinggi di Asia Tenggara. Nilai tentang kepemilikan

tanah dan properti sebagai simbol keberhasilan hidup sangat kuat sehingga mengalahkan pertimbangan rasional tentang kemampuan bayar. Krisis utang rumah tangga yang melanda Korea Selatan pada awal 2023 sebagian disebabkan oleh faktor budaya serupa.

Pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial terhadap pola konsumsi keluarga bekerja melalui mekanisme nilai yang disepakati bersama dalam kelompok. Hariani dan Mardikaningsih (2017) menemukan bahwa norma kelompok yang kuat dapat membatasi atau mendorong konsumsi lebih kuat daripada pendapatan individu. Rumah tangga yang tinggal di lingkungan dengan nilai kolektivitas tinggi cenderung berpartisipasi dalam pengeluaran bersama untuk kegiatan keagamaan dan sosial. Pendapatan tambahan yang diperoleh seorang kepala keluarga akan segera dialokasikan untuk sumbangan jika nilai ini sudah mengakar. Sebaliknya, rumah tangga di lingkungan kompetitif akan menggunakan pendapatan ekstra untuk membeli barang yang lebih mahal dari tetangganya. Proses pembentukan nilai melalui interaksi sosial ini menjelaskan mengapa pola konsumsi cenderung homogen di dalam satu komunitas. Transmisi nilai dari tetangga ke tetangga terjadi melalui observasi dan pembicaraan sehari-hari tanpa perlu paksaan formal. Kebijakan untuk mengubah pola konsumsi masyarakat harus menysasar tokoh informal yang disegani, bukan hanya aparat resmi pemerintah.

Perubahan nilai budaya yang cepat terjadi pada generasi Z yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, mempengaruhi pola konsumsi keluarga mereka baik sebagai anak maupun orang tua baru. Generasi ini lebih memilih pengalaman daripada kepemilikan barang, lebih peduli pada isu keberlanjutan, dan lebih nyaman dengan model bisnis berlangganan daripada pembelian. Ketika mereka menjadi anggota rumah tangga yang berkontribusi pada pendapatan keluarga, terjadi benturan nilai dengan generasi baby boomer atau gen X. Darmawan (2023) mengamati bahwa rumah tangga multigenerasi di Jakarta menghadapi tantangan dalam menyepakati alokasi untuk liburan versus renovasi rumah. Generasi muda menginginkan uang dibelanjakan untuk traveling ke luar negeri, sementara generasi tua ingin memperbaiki kamar mandi dan dapur. Negosiasi nilai dalam rumah tangga semacam ini memakan waktu dan energi yang tidak diperhitungkan dalam model ekonomi standar. Ketika pendapatan keluarga meningkat, konflik ini justru memburuk karena pilihan konsumsi yang tersedia menjadi semakin banyak. Oleh karena itu, studi tentang konsumsi keluarga kontemporer perlu memasukkan variabel komposisi generasi sebagai penentu penting.

Penelitian lintas budaya oleh Inglehart dan Welzel (2019) menunjukkan bahwa nilai materialis cenderung bergeser ke nilai pasca materialis seiring peningkatan pendapatan nasional yang berkelanjutan. Nilai pasca materialis menekankan kebebasan berekspresi, kualitas hidup, dan perlindungan lingkungan di atas pertumbuhan ekonomi dan keamanan fisik. Pergeseran ini terlihat jelas di negara-negara Skandinavia, Jerman, dan Jepang yang pendapatan per kapitanya sudah sangat tinggi. Rumah tangga di negara-negara ini membelanjakan pendapatan mereka untuk liburan keluarga, konser musik, dan kuliah seni daripada mobil mewah. Namun di negara berkembang seperti Indonesia, nilai pasca materialis hanya dianut oleh kelas menengah atas

perkotaan yang terpapar pendidikan global. Mayoritas rumah tangga masih memegang nilai materialis karena pendapatan mereka belum cukup untuk merasa aman secara ekonomi. Akibatnya, hubungan antara pendapatan dan pola konsumsi di negara berkembang bersifat dualistik tergantung pada segmen masyarakat mana yang diteliti. Studi ini menegaskan bahwa tidak ada satu teori pun yang dapat menjelaskan semua rumah tangga tanpa mempertimbangkan tahap perkembangan nilai budaya.

## **PENUTUP**

Pendapatan dan nilai budaya secara bersama sama mempengaruhi pola konsumsi keluarga melalui mekanisme yang kompleks dan tidak linear. Pendapatan menentukan batasan anggaran dan akses terhadap barang, namun nilai budaya bertindak sebagai filter yang mengarahkan pendapatan tersebut ke jenis konsumsi tertentu. Nilai tentang hierarki, harmoni, penguasaan, otonomi afektif, kolektivisme, dan religiusitas masing masing menghasilkan pola alokasi yang berbeda pada tingkat pendapatan yang sama. Konflik nilai antargenerasi, ketidakpercayaan terhadap lembaga keuangan, tekanan remitansi, dan pengaruh teman sebaya merupakan variabel antara yang memediasi hubungan pendapatan konsumsi. Transformasi digital, perubahan iklim, dan pergeseran nilai pasca materialis membentuk tantangan baru yang belum sepenuhnya diakomodasi dalam teori ekonomi rumah tangga. Studi literatur ini berhasil mengidentifikasi setidaknya 12 mekanisme yang menjelaskan bagaimana nilai budaya memoderasi efek pendapatan terhadap konsumsi keluarga.

Implikasi teoretis dari studi ini adalah perlunya menyusun ulang model perilaku konsumen dengan menempatkan nilai budaya sebagai variabel sentral, bukan hanya variabel kontrol. Para peneliti disarankan untuk mengembangkan instrumen pengukuran nilai budaya yang sensitif terhadap lokalitas dan tidak sekadar mengadaptasi dimensi universal dari Barat. Secara praktis, pemerintah yang merancang program bantuan sosial sebaiknya melakukan pemetaan nilai budaya komunitas sasaran sebelum menentukan bentuk bantuan. Bantuan tunai tanpa pemahaman nilai dapat berakhir untuk konsumsi rokok atau pesta, sementara bantuan dalam bentuk barang atau voucher mungkin lebih tepat. Lembaga keuangan mikro perlu menyesuaikan produk tabungan dan pinjaman dengan mekanisme berbagi risiko yang sudah ada dalam nilai budaya setempat. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan studi longitudinal yang mengamati perubahan nilai budaya dan pola konsumsi rumah tangga yang sama dalam jangka waktu panjang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, N. & F. Issalillah. (2021). Changes in Food Consumption Patterns and Their Consequences for Household Food Security, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(2), 249-274.
- Becker, G. S. (1965). A Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*, 75(299), 493-517.

- Blumberg, R. L. (2019). Gender and Household Economics: A Theory of Relative Resources and Power. *Journal of Family Issues*, 40(12), 1678-1705.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Darmawan, D. & R. Mardikaningsih. (2023). Measuring Motivation and Performance of Older Workers for Sustainable Organizational Contribution, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 3(2), 167-196.
- Darmawan, D. (2015). Keterkaitan antara modal psikologi, modal sosial dan motivasi berprestasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 35-40.
- Darmawan, D. (2023). Job Design Changes Due to Automation and Consequences for Human Resource Management Practices. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 3(1), 343-366.
- Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2012). Pengukuran Kinerja Organisasi Melalui Key Performance Indicators yang Efektif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 59-72.
- Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2016). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Strategik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 71-84.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Eddine, B. A. S., & Darmawan, D. (2022). Social Construction of Work Life Balance in Cultural and Organizational Norms. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 213-234.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2018). Trust and Household Financial Decisions. *Annual Review of Financial Economics*, 10, 221-247.
- Halizah, S. N. & R. Nuraini. (2021). Women's Household Involvement and Decisions on Green Consumption, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 177-192.
- Hariani, M., & Mardikaningsih, R. (2017). Peran Norma Kelompok untuk Membentuk Perilaku Individu. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 75-86.
- Hariani, M., & Mardikaningsih, R. (2021). Implementation of Value-Based Management in Multinational Organizations Facing Cultural Differences. *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 67-72.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2019). Cultural Values and Economic Development. *World Development*, 118, 130-145.
- Irfan, M. & T. Sajjapong. (2023). Leadership in Constructing and Reproducing Organizational Culture through Symbols and Rituals, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 3(2), 143-166.
- Irfan, M., Darmawan, D., & Arifin, S. (2014). Proses Penataan Ulang Fungsi SDM Seiring Perubahan Strategi Korporasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 63-74.

- Kansal, P., & Arora, N. (2022). Relative Income and Conspicuous Consumption in Emerging Economies. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(4), 789-804.
- Lareau, A. (2019). *Unequal Childhoods: Class, Race, and Family Life* (2nd ed.). University of California Press.
- Li, J., & Wang, Y. (2022). Post Pandemic Consumption Recovery and Cultural Value Shifts in Urban China. *China Economic Review*, 75, 101832.
- Mahmudah, S. (2021). Food Vulnerability of Poor Households in Densely Populated Urban Areas, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(2), 125-140.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2013). Desain kompensasi strategis untuk keberlanjutan organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 55-66.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2013). Human Resource Information System untuk Mendukung Pengelolaan dan Penilaian Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 41-51.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2017). Keselarasan Nilai Budaya dan Perilaku Kerja dalam Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 49-62.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2022). Digital Human Resource Practices in Remote Work Systems. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 357-388.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Building Sustainability Policies Relevant to Local Cultural Values. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 127-132.
- Oluwatoyin, F., & Mardikaningsih, R. (2022). Community adaptation strategy to climate change based on socio-cultural perspective. *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 167-172.
- Putra, A. R., Darmawan, D., & Al Hakim, Y. R. (2014). Mekanisme Penciptaan dan Perlindungan Keahlian Inti untuk Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 37-50.
- Rojak, J. A., & Darmawan, D. (2012). Dinamika Keberagaman Gender dan Etnis dalam Organisasi Kontemporer. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 45-58.
- Rojak, J. A., & Darmawan, D. (2015). Strategi Kompensasi yang Kompetitif untuk Mendukung Retensi Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 53-64.
- Schwartz, S. H. (2018). Basic Individual Values: Sources and Consequences. In D. Matsumoto (Ed.), *Handbook of Culture and Psychology* (2nd ed., pp. 95-131). Oxford University Press.
- Sinambela, E. A., & Halizah, S. N. (2023). Social Stratification and Lifestyle in Consumer Society: Status Expression Through Consumption and Taste Formation. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 3(1), 367-392.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Macmillan Publishers.
- Zelizer, V. A. (2017). *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies*. Princeton University Press.