

Pola Pengeluaran Belanja Busana Kaum Ibu Sosialita

Melly Prabawati, Cholilawati

*Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Ilmu Kesejahteraan Keluarga
Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
Jln. Rawamangun Muka, Jakarta Timur. 13220*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pengeluaran belanja ibu-ibu kaum sosialita dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, serta pola pengeluaran kaum ibu sosialita dalam berbelanja busana keluarga maupun busana untuk dirinya sendiri. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan cara analisis deskriptif, yaitu berdasarkan data yang diperoleh dan sumber tertulis mengenai pokok-pokok yang akan dikaji. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terbuka. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Juni 2014 dengan responden 33 orang ibu sosialita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proporsi pengeluaran ibu sosialita yang terdiri dari pangan, pakaian, kesehatan, rekreasi, pendidikan, tabungan, asuransi. Proporsi terbesar yaitu untuk tabungan dengan persentase 26,90%. Pengeluaran pada busana ibu sosialita sebanyak Rp. 119.303.000 di antaranya pembelian untuk busana santai rata-rata sebanyak 18 buah baju dalam sebulan, busana kerja rata-rata sebanyak 11 buah baju dalam sebulan, dan busana pesta dengan rata-rata 9 baju dalam sebulan, dengan frekuensi pembelian rata-rata 11 kali perorang dalam sebulan. Tempat berbelanja untuk busana kerja dan busana santai terbanyak di *departement store*, dengan merek-merek ternama, sedangkan tempat perbelanjaan untuk busana pesta terbanyak di butik atau rumah mode, karya desainer-desainer terkemuka.

Kata Kunci: Pola pengeluaran, berbelanja, busana wanita, ibu sosialita

Expenditure Patern of Socialities Mothers.

Abstract

The purpose of this study was to find how the portrayal of mothers of socialites in fulfilling the needs of his own life, as well as the spending patterns of the mother in the family's clothing shopping socialites as well as himself. The methods used in the study is quantitative methods by means of the descriptive analysis, which is based on the data retrieved and written sources regarding the issues to be examined. The technique of data collection was done through an open questionnaire method. The respondents in this study is the whole House of socialite mother in January-June 2014. Research results from respondents which totaled 33 mothers in proportion to the expenditure of families consisting of food, clothing, medical care, recreation, education, savings, insurance, and the largest proportion of results it is spending to a percentage of the savings with 26.90% of total 100%. Spending on clothing mother's own socialites as much as Rp. 128.956.52 including purchases for casual clothing on average 18 pieces of clothing fashion workin a month, on average 11

pieces of clothes in a month, and the fashion party with an average of 9 pieces of clothes in a month. With the frequency of purchase of clothing an average 11 diver mother of socialite in a month. Work clothin in shopping in the Department stores, the larges party in fashion while reserving special (Designer/boutique), and the most casual clothing at Department store such as work clothes.

Keyword: *patterns of spending, shopping, ladies fashion, mother of socialites.*

PENDAHULUAN

Pola pengeluaran keluarga merupakan salah satu indikator kesejahteraan rumah tangga/keluarga. Selama ini berkembang pengertian bahwa besar kecilnya proporsi pengeluaran untuk konsumsi makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga dapat memberikan gambaran kesejahteraan rumah tangga tersebut. Rumah tangga dengan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk konsumsi makanan mengindikasikan rumah tangga yang berpenghasilan rendah. Makin tinggi tingkat penghasilan rumah tangga, makin kecil proporsi pengeluaran untuk makanan terhadap seluruh pengeluaran rumah tangga. Rumah tangga/keluarga akan semakin sejahtera bila persentase pengeluaran untuk makanan jauh lebih kecil dibandingkan persentase pengeluaran untuk non makanan. Rata-rata pengeluaran rumah tangga dapat digunakan untuk melihat pola konsumsi dan tingkat kesejahteraan dari rumah tangga yang bersangkutan.

Pola pengeluaran keluarga di pengaruhi oleh kebutuhan pokok dalam rumah tangga, seperti kebutuhan pangan atau kebutuhan akan makanan, kebutuhan sandang atau pakaian, kebutuhan papan atau tempat berteduh, kebutuhan pendidikan untuk menjadi manusia bermoral dan berbudaya, berserta pengeluaran rekreasi, asuransi dan tabungan. Pengeluaran kaum ibu sosialita mendominasi dalam berbelanja busana.

Busana adalah pakaian yang kita kenakan setiap hari berserta segala pelengkapny, seperti tas, sepatu, sabuk, dan segala macam perhiasan yang melekat di tubuh ataupun busana. Busana merupakan kebutuhan biologis dan kebutuhan

kebudayaan, bahkan saat ini sudah berkembang menjadi kebutuhan gaya hidup. Busana tidak hanya menjadi alat untuk melindungi tubuh dari pengaruh udara sekitarnya, tetapi merupakan sarana untuk mengekspresikan diri bagi pemakainya. Berbeda dengan mode adalah gerak masyarakat berpakaian dalam gaya tertentu sesuai ekspresi masanya, perkembangan busana yang makin pesat, dan siklus mode berputar silih berganti, mode busana yang diterima oleh masyarakat akan menjadi trend busana, sedangkan mode yang tidak diterima akan diabaikan begitu saja.

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat, membuat gaya busana cepat berkembang, sehingga mode yang sedang digemari di negara lain dapat segera diadaptasi juga oleh masyarakat di Indonesia melalui modernisasi di bidang teknologi yang bernama internet. Modernisasi teknologi, membawa dampak yan hebat pada sektor lain diantaranya yaitu busana. Modernisasi fashion atau busana, dapat diartikan sebagai perubahan suatu budaya dalam arti kebiasaan seseorang yang tradisional menjadi lebih modern atau mengikuti perubahan jaman. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat Indonesia banyak yang berkiblat ke adat barat, namun budaya barat memang sudah terlanjur menjadi bagian dari budaya busana masyarakat kita dan tidak mungkin untuk di hilangkan lagi. Modernisasi di bidang fashion, berlangsung sangat cepat bersamaan dengan perkembangan teknologi, Perkembangan teknologi yang semakin meningkat, membuat gaya busana cepat berkembang, sehingga mode yang sedang digemari di negara lain dapat segera diadaptasi juga oleh masyarakat di Indonesia. Busana yang berkembang begitu cepat, sering membuat kejutan bagi orang-orang yang bergerak di bidang busana, karena sering terjadi hal-hal yang tak pernah dibayangkan sebelumnya.

Bagi masyarakat kelas atas berbelanja hal yang sudah menjadi *lifestyle* mereka adalah mereka akan rela mengorbankan sesuatu demi mendapatkan produk yang mereka

senangi. Hal tersebut di dukung dengan survey yang dilakukan penulis dengan ditemukannya 90% masyarakat Jakarta yang kelas atas lebih sering berbelanja di mall *high class* dibandingkan dengan mall lainnya. Hal ini didukung dengan pernyataan Leon Tan yang mengatakan bahwa “bayang-bayang resesi global, baik secara langsung atau tidak langsung, ikut mempengaruhi pola berfikir dan *lifestyle* kita, termasuk dalam cara berbelanja. Bagaimanapun, krisis tak berarti harus menghentikan aktivitas *shopping lifestyle* kita”. (Tan,2009: iii).

Keberadaan komunitas sosialita menjadi tren di kota-kota besar di Indonesia termasuk Jakarta. Kaum Sosialita yang ingin memberitakan pada dunia betapa *up-to-date* dan mempesonanya mereka. Mereka mengharapkan pujian setiap kali mereka berkenan menghadiri peristiwa tertentu, sadar akan penampilan mereka, kaum sosialita mendominasi kepada ibu-ibu karena mereka memiliki tanggung jawab untuk kebutuhan dan keperluan sendiri, berbeda dengan anak muda yang masih di tanggung oleh orang tua. Ibu Sosialita sangat memperhatikan bagaimana penampilan mereka di muka umum. Mereka menghabiskan berjam-jam untuk memadukan pakaian yang sempurna dan menarik perhatian untuk setiap kesempatan penting. Ibu Sosialita sering mengenakan perhiasan yang mencolok, tentunya dengan harga yang mahal, bahan berwarna cerah atau bahan dengan motif yang membuat semua mata memandangnya, tata rambut baru yang mendetail, *make-up* yang rumit, tas tangan berbahan kulit, *high heels* yang memukau, dan berkaca mata gelap. Mereka gampang jatuh hati pada rok *suede* semata kaki rumbai-rumbai dengan rompi berumbai yang serasi, jins *suede* hijau, jaket kulit *turquoise*, syal yang melambai. (Judie & Jackie, 2005)

Lemari pakaian Ibu Sosialita terisi dengan benda-benda yang di belinya secara impulsive yang mungkin hanya di pakainya sekali atau dua kali saja, semua di atur menurut warna. Ibu Sosialita ini menuntut keeksklusifan dan jaminan bahwa tidak ada seorang pun di daerahnya membeli benda yang sama dengan yang di belinya. Ibu Sosialita yang membangun rasa percaya diri dan harga-diri mereka dengan mengenakan pakaian dan aksesoris bermerek desainer di mana-mana. Ibu-ibu Sosialita ini merasa nyaman dengan keyakinan bahwa produk busana desainer mengidentifikasi selera yang bagus, kualitas, dan harga yang mahal. Kaum sosialita identik dengan gaya hidup yang *hedonism* yaitu pengeluaran yang berlebihan dalam berbelanja terutama dalam berbusana, dengan harga-harga yang tinggilah yang menjadi sasaran busana mereka (Emir,2012).

Bedasarkan gambaran gaya hidup ibu-ibu kaum sosialita, maka Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana penggambaran ibu-ibu kaum sosialita dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah mampu mendeskripsikan bagaimana representasi pola pengeluaran ibu sosialita dalam berbelanja busana.

Bedasarkan latar belakang di atas, muncul berbagai masalah yang dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

1. Berapa jumlah busana yang dibeli ibu sosialita?
2. Berapa frekuensi pembelian busana ibu sosialita?
3. Apakah jenis busana yang dibutuhkan oleh kaum ibu sosialita?
4. Dimanakah tempat ibu sosialita berbelanja busana?
5. Apa merek yang digunakan ibu sosialita?
6. Bagaimana kehidupan ibu sosialita?
7. Apa yang dimaksud dengan busana pokok?

Bedasarkan identifikasi masalah diatas, maka pola pengeluaran ibu sosialita dalam berbusana dibatasi pada pembelian busana pokok. Responden pada penelitian ini dibatasi pada kaum ibu sosialita yang berada di Mal Grand Indonesia Shopping Town.

Bedasarkan identifikasi dan pembatasan masalah penelitian di atas, maka perumusan masalah penelitian yang akan dibahas adalah “Bagaimanakah Pola Pengeluaran Belanja Busana Kaum Ibu Sosialita? Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pola pengeluaran belanja busana ibu sosialita.
2. Untuk mengetahui jumlah dan jenis busana pokok serta seberapa sering ibu sosialita dalam berbelanja busana.

3. Untuk mengetahui merek busana yang digunakan oleh kaum ibu sosialita.
4. Untuk mengetahui tempat perbelanjaan ibu sosialita.

Adapun kegunaan yang diharapkan dari peneliti ini adalah:

1. Menambah wawasan berfikir peneliti tentang pola pengeluaran belanja busana kaum ibu sosialita.
2. Memberi pengetahuan dan pengertian kepada masyarakat khususnya bagi keluarga yang memiliki ibu sosialita untuk lebih bisa mengatur keuangan dalam berbusana, karena harus juga mementingkan hal lain dalam pengeluaran keluarga.

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis melaksanakan kegiatan penelitian di Mal Grand Indonesia Shopping Town. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Januari-Juli 2014.

Penelitian tentang pola pengeluaran belanja busana ibu sosialita menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan dasar bagi semua penelitian. Penelitian deskriptif dapat dilakukan secara kuantitatif agar dapat dilakukan analisis statistik (Sulistyo Basuki, 2006: 110). Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menyusun gambaran atau potret suatu permasalahan secara detail dan sistematis (Poerwanti, 2000: 30)

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian survey yaitu cara penelitian dengan memaparkan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah kancah, lapangan, atau wilayah tertentu (Arikunto, 2010:3)

Penelitian ini hanya menggunakan satu variable (X) yaitu Pola pengeluaran Belanja Busana.

Menurut Sugiyono (2008:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan adalah seluruh kaum ibu sosialita yang berjumlah 33 orang yang berada di Department Store Seibu, Mal Grand Indonesia Shopping Town.

Menurut Sugiyono (2008:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berkaitan dengan penelitian ini penulis menggunakan sampel berjumlah 33 ibu sosialita yang mengisi kuesioner tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* yang menurut Sugiyono (2011: 84) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sugiyono (2011: 85) Teknik penarikan sampel purposive ini disebut juga *judgmental sampling* yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus dalam penelitian ini yaitu kaum ibu-ibu sosialita dalam sebuah department Store di dalam sebuah mal. Peneliti memiliki karakteristik yang diamati dalam sebuah department store, ibu-ibu sosialita dalam suatu perkumpulan yang membawa banyak perbelanjaan dengan pakaian yang mewah.

Menurut Sugiyono (2008:38) variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini variabelnya adalah pola pengeluaran belanja busana.

Agar variabel dapat diukur, maka perlu didefinisikan secara operasional yaitu suatu definisi yang memberikan penjelasan suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional tersebut adalah:

1. Pola pengeluaran berbelanja busana yang dimaksud adalah sejauh mana pola pengeluaran ibu sosialita dalam belanja busana yang dihitung dalam angka nominal dan presentase yang terdapat dalam kuesioner.

2. Perilaku ibu sosialita dalam berbelanja ini dapat diukur dengan kuesioner dengan mengisi nominal rupiah berupa angka dan presentase
3. Kuesioner yang diberikan peneliti tidak memiliki minimum atau maksimal pertanyaan.
4. Kaum ibu sosialita adalah ibu-ibu berstatus istri/*single parent*/tidak memiliki anak/memiliki anak/sudah memiliki cucu yang juga berstatus kaum Sosialita.
5. Kaum ibu sosialita berdomisili bertempat tinggal di Perumahan Pondok Indah Jakarta Selatan.

Instrumen merupakan alat bantu dalam penelitian yang berguna di dalam mengumpulkan data secara sistematis. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari hasil responden.

Jenis kuesioner ini *open-ended* dan *closed-ended*, yaitu kuesioner *open-ended* untuk pertanyaan Ya / Tidak, dan *closed-ended* untuk pertanyaan yang dijawab sendiri oleh responden berupa angka nominal rupiah (Rp) dan persentase (%) dengan disediakan soalnya oleh peneliti.

Peneliti melakukan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen yang digunakan. Instrumen yang dibuat telah dilakukan uji validitas konten kepada dua orang dosen ahli dalam judul ini.

Untuk kelengkapan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan berbagai cara, yaitu:

Studi lapangan (*Field Research*), studi lapangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan:

1) Survey: dalam melakukan survey, peneliti mengumpulkan data terlebih dahulu mengajukan pertanyaan tertulis yang telah disusun dalam kuesioner kepada kaum ibu-ibu sosialita yang berada di Perumahan Pondok Indah Jakarta Selatan.

2) Studi Kepustakaan, yaitu teknik mengumpulkan data yang diperoleh melalui buku bacaan dan juga sumber lainnya, majalah, koran yang berkaitan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mal Grand Indonesia Shopping Town merupakan salah satu mal yang terkenal dengan tempat perbelanjaan dilihat dari nama mal *shopping town* yang *high class* yang berada di Jakarta Pusat. Sesuai penelitian yang dilakukan peneliti menjumpai kaum ibu-ibu sosialita dalam suatu perkumpulan besar yang berada di dalam Mal Grand Indonesia Shopping Town yang beranggotakan 33 ibu-ibu.

Setelah diadakannya penelitian di Mal Grand Indonesia Shopping Town dapat diidentifikasinya karakteristik responden yang menerima kuesioner adalah ibu-ibu perkumpulan arisan sosialita yang sebagian besar bertempat tinggal di perumahan Pondok Indah Jakarta Selatan dengan persentase umur sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	35-49 tahun	23 orang	69,70%
2	>50 tahun	10 orang	30,30%

Perkumpulan besar ibu-ibu sosialita yang ditemui oleh peneliti di Mal Grand Indonesia Shopping Town menggeneralisasikan pekerjaan ibu-ibu sosialita tersebut adalah (*MLM world*) sebanyak 33 orang.

Anggota keluarga dalam suatu perkumpulan arisan kaum sosialita ini beraneka ragam, diantaranya:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga

No	Anggota Keluarga	Responden	Persentase
1	3 orang	6 orang	18,18%
2	3-5orang	12 orang	36,36%
3	>5orang	15 orang	45,46%

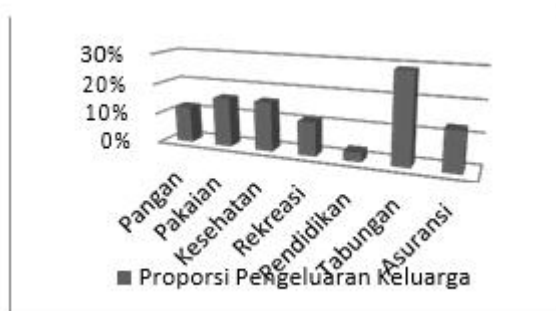
Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu kepada ibu-ibu yang secara kebetulan ditemui peneliti di Department Store Seibu, Mal Grand Indonesia Shopping Town yang berada di Jl. M. H. Thamrin no.1 Jakarta Pusat di buka pada tahun 2008, dengan pengembangan PT. Grand Indonesia, dalam pimpinan PT. Grand Indonesia, pemilik PT. Grand Indonesia, dengan total luas 250.000 m², parkir 3000 mobil dan 8000 sepeda motor, jumlah tingkat mal sebanyak 7 lantai.

Populasi dalam penelitian dengan judul pola pengeluaran belanja busana ini adalah teknik *purposive* dimana peneliti bertujuan mencari responden yang berada di Department Store Seibu, Mal Grand Indonesia Shopping Town dapat digunakan sebagai sampel itu cocok sebagai sumber data yang berjumlah 33 ibu-ibu kaum sosialita

Dalam Penelitian ini hanya membahas satu variabel yaitu Pola Pengeluaran Belanja Busana.

Pola pengeluaran yang diteliti di Department Store Seibu, Mal Grand Indonesia Shopping Town yaitu pola pengeluaran keluarga yang terdiri dari pangan, pakaian, kesehatan, rekreasi, pendidikan, tabungan, asuransi. Pola pengeluaran di kerucutkan lagi menjadi pengeluaran akan busana keluarga yang terdiri dari busana suami/ayah, istri/ibu, dan anak. Dijabarkan lagi pada jumlah perbelanjaan busana ibu yang terdiri dari busana kerja, busana pesta, dan busana santai. Selain jumlah perbelanjaan, frekuensi pembelian ketiga busana ibu juga dijabarkan, dan terakhir tempat perbelanjaan busana ibu yang diantaranya di Factory Outlet, Department Store, Online Shop, dan Pemesanan Khusus (Designer/Butik), dan semua pola pengeluaran diatas dihitung dalam waktu perbulan.

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan hasil yang ditemukan di lapangan mengenai pola pengeluaran belanja busana ibu sosialita dalam proporsi pengeluaran keluarga, pengeluaran busana pada baju keluarga, jumlah perbelanjaan baju ibu dan frekuensi pembelian baju setiap bulannya serta tempat perbelanjaan ibu-ibu sosialita di Department Store Seibu, Mal Grand Indonesia Shopping Town.

**Grafik 1.** Proporsi Pengeluaran Keluarga

Berasarkan grafik 1. di atas, diketahui pengeluaran proporsi keluarga ini dalam hitungan perbulan. Dana pada peringkat pertama digunakan untuk tabungan dengan presentase 28,81 %, peringkat kedua pengeluaran dalam pakaian dengan presentase 16,27 %, peringkat ketiga pengeluaran dalam kesehatan dengan presentase 15,12%, peringkat keempat pengeluaran dalam asuransi dengan presentase 12,72 %, peringkat kelima pengeluaran dalam pangan dengan presentase 12,30%, peringkat keenam pengeluaran dalam rekreasi dengan presentase 11,33%, dan yang terakhir pengeluaran dalam pendidikan lebih sedih dari proporsi diatas dengan

presentasi 3,1 %, dengan total keseluruhan 100% perkeluarga.

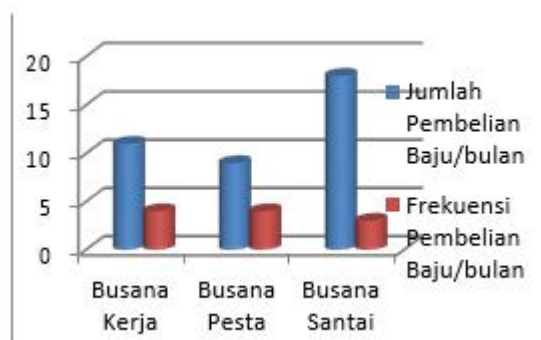
Anggota inti dari sebuah keluarga terdiri dari ayah/suami, ibu/istri, dan anak. Pada pembahasan ini peneliti akan menjabarkan tentang pengeluaran busana pada baju suami, istri, dan anak dalam hitungan perbulan. Pengeluaran busana pada baju istri jauh tinggi nominal angka pengeluaran belanja baju dibandingkan dengan pengeluaran baju suami dan anak dengan rata-rata nominal perorang Rp. 119.303.000 dengan persentase 74,51% dari 100%, selanjutnya pengeluaran baju anak dengan rata-rata nominal perorang Rp.29.090.000 dengan persentase 18,17% dari 100%, dan yang terakhir pengeluaran baju suami dengan rata-rata nominal perorang Rp.11.727.272 dengan persentase 7,5% dari 100% dengan total keseluruhan Rp.160.120.272 atau 100% dalam suatu sekeluarga perbulan. Lebih lengkap dapat dilihat dalam grafik 2 di bawah ini.



Grafik 2. Pengeluaran Belanja Untuk Anggota Keluarga.

Jumlah Perbelanjaan Baju Ibu

Secara luas, busana pada baju untuk perempuan melingkupi busana kerja, busana pesta, dan busana santai (Roesma, 2013). Peneliti akan menjabarkan jumlah perbelanjaan untuk busana kerja, busana pesta, dan busana santai ibu-ibu sosialita. Jumlah perbelanjaan busana santai mencapai perbelanjaan paling banyak dengan pembelian rata-rata perorang 18 buah dalam sebulan dengan persentase 46,35%, selanjutnya busana Kerja Busana Pesta Busana Santai busana kerja dengan pembelian rata-rata perorang 12 buah dalam sebulan dengan persentase 29,16%, dan yang terakhir perbelanjaan busana pesta dengan rata-rata perorang 10 buah dalam sebulan dengan persentase 24,49%. Total jumlah perbelanjaan Busana ibu rata-rata perorang 40 buah dengan persentase 100% (lihat grafik 3)

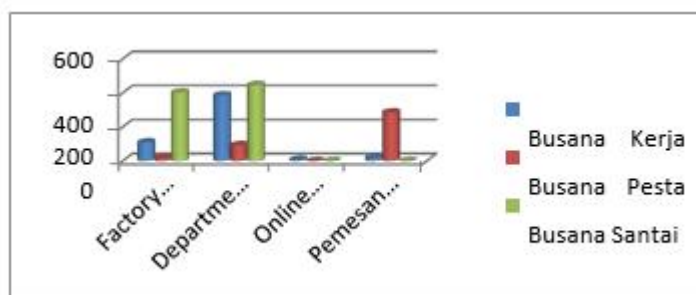


Grafik 3. Frekuensi dan Jumlah Pengeluaran

Frekuensi Pembelian Baju Ibu

Dalam pembahasan ini, peneliti akan menjabarkan frekuensi ibu-ibu sosialita dalam pembelian baju dengan rata-rata perorang 10kali perbelanjaan dalam sebulan dengan persentase 100% diantaranya baju kerja dengan frekuensi 4 kali pembelian dalam sebulan dengan persentase 40%, selanjutnya yang tidak jauh frekuensi pembeliannya yaitu busana pesta sebanyak 4 kali dalam sebulan dengan persentase 40%, dan yang terakhir baju santai dengan frekuensi 2 kali pembelian dalam sebulan dengan persentase 20%.

Jumlah pembelian busana santai paling tinggi mencapai 18 buah baju dengan frekuensi 2 kali pembelian karena menurut (Emir:2012) aktivitas ibu sosialita adalah sebagai berikut: perkumpulan arisan, berbelanja, perawatan tubuh, rumpi-rumpi, dimana aktivitas tersebut memakai busana santai maka dari itu pembelian busana santai dominan lebih banyak dari pada busana kerja dan busana pesta, lalu diikuti jumlah pembelian busana kerja 12 buah baju dengan frekuensi 4 kali pembelian karena keseharian ibu sosialita bekerja memerlukan busana kerja selanjutnya jumlah pembelian busana pesta 10 buah baju dengan frekuensi 4 kali pembelian karena menurut (Emir:2012) penampilan kaum ibu sosialita yang glamour / kehidupan mewah yang selalu up-to-date dalam sebuah acara yang memerlukan busana mewah yaitu busana pesta dengan demikian mereka terpaksa frekuensi pembeliannya lebih banyak dari pada busana santai.



Grafik 4. Tempat Belanja Ibu Sosialita

Tempat yang disukai oleh kaum sosialita untuk berbelanja diantaranya factory outlet yang ada di kota-kota besar ketika sosialita pergi ke luar kota, department store dimana kaum sosialita menghabiskan waktu mengobrol dan berbelanja dalam sebuah mal, butik dimana para kaum sosialita sudah memiliki langganan atau designer untuk busana pribadi mereka, dan terakhir online shop yang berada di luar negeri apabila kaum sosialita tidak memiliki waktu ke luar negeri, online shop adalah akses perbelanjaan kaum sosialita. (Emir, 2012). Peneliti akan menjabarkan perbelanjaan busana kerja, busana pesta, dan busana santai pada tempat perbelanjaan diatas.

Di factory outlet pembelian dalam sebulan dengan total 33 ibu-ibu sosialita mendapat peringkat pertama busana santai dengan pembelian 264 baju, dan 90 baju pada busana kerja, yang terakhir busana pesta dengan pembelian 15 baju.

Tidak hanya di factory outlet, tetapi juga di department store pembelian busana santai mendapat peringkat pertama dengan pembelian 351 buah, busana kerja dengan pembelian 273 buah, dan terakhir busana pesta dengan pembelian 73 buah.

Pembelian pada online shop sangat sedikit diminati oleh ibu-ibu sosialita, untuk pembelian busana pesta dan santai tidak ada sama sekali, tetapi pembelian pada busana kerja mencapai 7 buah busana.

Busana pesta dalam pembelian di pemesanan khusus ini seperti butik mencapai pembelian paling tinggi sebanyak 237 buah, selain itu 17 buah untuk pembelian baju kerja, dan tidak ada ibu sosialita membeli busana santai di pemesanan khusus ini.

Tempat perbelanjaan busana kerja kaum ibu sosialita terbanyak terdapat di Department store karena ibu sosialita mengutamakan merek dalam membeli sebuah busana kerja, tempat perbelanjaan untuk busana pesta kaum ibu sosialita yang paling banyak terdapat di pemesanan

khusus (designer/butik) karena kaum ibu sosialita memiliki penjait khusus yang sudah mengetahui selera (bahan, corak, warna, model) busana pesta dari ibu-ibu sosialita, dan terakhir tempat perbelanjaan busana santai yang terbanyak terdapat di Department store sama seperti busana kerja karena ibu sosialita mengutamakan merek, sedangkan Factory outlet tidak memiliki kualitas bahan dan merek yang mewah seperti yang ada di Department store, sedangkan online shop dimana pembeli tidak bisa mengetahui kualitas dari bahan karena pembeli tidak bisa melihat secara langsung barang yang ingin dibeli.

Keterbatasan peneliti yaitu tentang pola pengeluaran belanja busana ibu sosialita ini memiliki beberapa keterbatasan, pengeluaran keluarga seperti pangan, pakaian, kesehatan, rekreasi, pendidikan, tabungan, dan asuransi diisi dengan presentase, sehingga peneliti harus mengambil kebijakan dalam penentuan harga pengeluaran keluarga tersebut.

KESIMPULAN

Dari isi data kuesioner yang telah diisi oleh ibu sosialita di Mal Grand Indonesia Shopping Town dapat disimpulkan bahwa:

- a) Pola pengeluaran busana keluarga yang paling tinggi adalah istri atau ibu di antara suami atau ayah dan anak, yang dalam sebulan mencapai nominal rata-rata Rp.128.000.000 perorang dari 46 responden.
- b) Pola pengeluaran belanja busana pokok yang terdapat 3 kategori yaitu busana kerja, busana pesta, dan busana santai, jumlah pembelian terbanyak yang di minati oleh ibu sosialita yaitu pada busana santai yang rata-rata berjumlah 18 baju dari total keseluruhan 38 baju perorang dalam sebulan.
- c) Frekuensi pembelian dalam sebulan ibu sosialita terbanyak pada busana kerja rata-rata sebanyak 4 kali belanja busana dari total keseluruhan belanja busana kerja, busana pesta, dan busana santai sebanyak 11 kali perorang dalam sebulan.
- d) Tempat perbelanjaan ibu sosialita dalam sebulan pada busana kerja tempat pembelian terbanyak di department store dengan total sampel 46 responden 387 baju, pada busana pesta tempat pembelian terbanyak di pemesanan khusus dengan designer atau butik 286 baju, dan pada busana santai tempat pembelian terbanyak di department store dengan total 447 baju dalam sebulan.

Dari hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan dari jabaran pola pengeluaran belanja busana ibu sosialita telah berjalan dengan baik yang berarti bahwa adanya hasil presentase pengeluaran busana sebanyak 28,90% dari total keseluruhan pola pengeluaran keluarga dengan presentase 10% dengan nominal Rp. 128.000.000 adalah rata-rata perorang ibu sosialita dalam sebulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assail, Henry. 1992. *Consumer Behavior & Marketing Action. Fourth Edition*. PWS- KENT, Publishing Company, USA.
- Debnam, N., & Svinos, G. 2006. *Luxury brands in China*. Beijing: KPMG.
- Dewi. A. A. 2002. *Pola Belanja Penduduk di Kota Depok*. Depok: Skripsi Departemen Geografi. FMIPA UI.
- Emir, Threes. 2012. *Nyonya Besar: Kumpulan KisaH Kaum Sosialita*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engel F James. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Grossman, G.M. dan Shapiro, C. 1998. Foreign counterfeiting of status goods, USA, *Quarterly Journal of Economics*.
- Hannan. 2011. *Curcuma longa and curcumin*. California: a review article.

- Haris, A dan N. Andika. 2002. *Dinamika Penduduk dan Pembangunan di Indonesia dari Perspektif Makro ke realitas Mikro*. LESFI, Yogyakarta.
- Intan, S. 2001. *Pengeluaran Belanja Wanita Kelas Atas*. Jakarta: Majalah SMA
- Stanto William, J. 1994. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga Sembada
- Interbrand 2009. *Leading luxury brands 2008 rankings*. New York: *Journal of Sociate*.
- Judie Taggart, Jackie Walker. 2005. *Aduh, Pakai Baju Apa Ya?*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Joesron dan Fathorrozi. 2003. *Teori ekonomi mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Yogyakarta. C.V ANDI OFFSET.
- Mc Neal. 1999. *Soil Chemistry*. New York: IRRI.
- Nueno, J.L. dan Quelch, J.A. 1998. *The mass marketing of Luxury*. USA, *Business Horizons*.
- Poerwanti, Endang. 2000. *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Perilaku*, Malang. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Riduwan. 2005. *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Jakarta, Alfabeta. Roesma,
- Joy dan Nadia Mulya. 2013. *KOCOK! UNCUT: The Untold Stories of Arisan Ladies and Socialites*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Sumarwan Ujang. 2002, *Perilaku Konsumen*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Tauber, Edward M. (1972), *Why Do People Shop?*. New York. *Journal of Marketing*.
- Tombokan, M. 2001. *Pola Pengambilan Keputusan Dalam Keluarga, Status Kerja Ibu Serta Kaitannya Dengan Konsep Peran Gender Pada Suku Jawa Dan Minahasa*. Bogor: *Tesis Magister. Program Pasca Sarjana IPB*.
- Vigneron, E. dan Johnson, L.W. 1999. *A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior*. California State, *Academy of Marketing Science Review*.
- Ward, D. dan Chiari, C. 2008. *Keeping luxury inaccessible*. Munich: *Personal RePEc Archive*.
- Zablocki dan Kanter. 2001. *Shopping lifestyle*. New york: *Journal of consumer marketing*.