

KULIAH PSIKOLOGI KONSUMEN

MGG 4

DOSEN PENGAMPU :

HANIZAR FITRIANI S.PSI M.PSI

ISI MATERI KULIAH

TENTANG KELAS SOSIAL

PENGERTIAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Kelas sosial atau golongan sosial merujuk kepada perbedaan hierarkis (atau stratifikasi) antara insan atau kelompok manusia dalam masyarakat atau budaya.

Biasanya kebanyakan masyarakat memiliki golongan sosial, tetapi tidak semua masyarakat memiliki jenis-jenis kategori golongan sosial yang sama.

Berdasarkan karakteristik stratifikasi sosial, dapat kita temukan beberapa pembagian kelas atau golongan dalam masyarakat.

Beberapa masyarakat tradisional pemburu-pengumpul, tidak memiliki golongan sosial dan seringkali tidak memiliki pemimpin tetap pula. Oleh karena itu masyarakat seperti ini menghindari stratifikasi sosial.

Dalam masyarakat seperti ini, semua orang biasanya mengerjakan aktivitas yang sama dan tidak ada pembagian pekerjaan.

Pengertian kelas sosial menurut para ahli sosiologi ialah:

Menurut Pitrim A. Sorokin yang dimaksud dengan kelas sosial adalah “Pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarchis). Dimana perwujudannya adalah lapisan-lapisan atau kelas-kelas tinggi, sedang, ataupun kelas-kelas yang rendah ”.

Menurut Peter Beger mendefinisikan kelas sosial sebagai “a type of stratification in which one’s general position in society is basically determined by economic criteria” seperti yang dirumuskan Max dan Weber, bahwa konsep kelas dikaitkan dengan posisi seseorang dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, maksudnya disini adalah bahwasannya pembedaan kedudukan seseorang dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi.

Jeffries mendefinisikan kelas sosial merupakan “social and economic groups constituted by a coalesence of economic, occupational, and educational bonds”. Maksudnya adalah bahwa konsep kelas melibatkan perpaduan antara ikatan-ikatan. Yang diantaranya adalah ekonomi, pekerjaan dan pendidikan.

Yang mana ketiga dimensi tersebut saling berkaitan. Jeffries mengemukakan bahwa ekonomi bukanlah satu-satunya dasar yang dijadikan pedoman untuk mengklasifikasikan adanya kelas sosial, akan tetapi ketiga dimensi diatas mempunyai keterikatan yang erat. Seperti contoh orang yang mempunyai ekonomi yang bagus (kaya) belum tentu mempunyai pendidikan yang bagus (sarjana).

Bernard Barber mendefinisikan kelas sosial sebagai sebagai himpunan keluarga-keluarga. Menurutnya, bahwa kedudukan seorang anggota keluarga dalam suatu anggota kelas terkait dengan kedudukan anggota keluarga lain. Bilamana seorang kepala keluarga atau anggota keluarga menduduki suatu status tinggi maka status anggota keluarga yang lain akan mendapatkan status yang tinggi pula. Sebaliknya apabila status kepala keluarga mengalami penurunan maka menurun pula status anggota keluarganya.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan para ahli sosiologi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kelas sosial adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarchis), yang mana terjadinya pembedaan kelas dalam masyarakat tersebut didasarkan pada faktor ekonomi, pendidikan, pekerjaan dan keterkaitan status (jabatan) seorang anggota keluarga dengan status anggota keluarga yang lain, bilamana jabatan kepala keluarga naik, maka status anggota keluarga yang lain ikut naik pula. Adapun perwujudannya adalah lapisan-lapisan atau kelas-kelas tinggi, sedang, ataupun kelas-kelas yang rendah .

FAKTOR YANG MENENTUKAN KELAS SOSIAL

1. Kekayaan dan penghasilan

Banyak tidaknya uang seseorang akan terlihat dalam kekayaan dan penghasilannya yang tentunya akan menentukan kelas sosialnya

2. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui cara hidup seseorang. Oleh karena itu juga pekerjaan merupakan salah satu indikator terbaik untuk mengetahui kelas sosial seseorang.

3. Pendidikan

Dimana tinggi rendahnya tingkat pendidikan seseorang akan menentukan kelas sosialnya.

MACAM-MACAM KELAS SOSIAL

Dikalangan para ahli sosiologi kita menjumpai keanekaragaman dalam penentuan jumlah lapisan sosial. Marx misalnya, membagi jumlah lapisan sosial menjadi dua, yaitu kelas borjuis dan kelas proletar.

Mosca membedakan antara kelas yang berkuasa dan kelas yang dikuasai, antara orang kaya dan orang miskin.

Namun sejumlah ilmuwan sosial membedakan menjadi tiga kelas atau lebih, yaitu :

Kelas atas, kelas ini ditandai oleh besarnya kekayaan, pengaruh baik dalam sektor-sektor masyarakat perseorangan ataupun umum, berpenghasilan tinggi, tingkat pendidikan yang tinggi, dan kestabilan kehidupan keluarga.

Kelas menengah, kelas ini ditandai oleh tingkat pendidikan yang tinggi, penghasilan dan mempunyai penghargaan yang tinggi terhadap kerja keras, pendidikan, kebutuhan menabung dan perencanaan masa depan, serta mereka dilibatkan dalam kegiatan komunitas.

Kelas bawah, kelas ini biasanya terdiri dari kaum buruh kasar, penghasilannya pun relatif lebih rendah sehingga mereka tidak mampu menabung, lebih berusaha memenuhi kebutuhan langsung daripada memenuhi kebutuhan masa depan, berpendidikan rendah, dan penerima dana kesejahteraan dari pemerintah.

Bahkan seorang ilmuwan yang bernama Warner merinci tiga kelas ini menjadi enam kelas yaitu:

Kelas atas-atas (upper-upper class) mencakup keluarga-keluarga kaya lama, yang telah berpengaruh dalam masyarakat dan sudah memiliki kekayaan yang begitu lama, sehingga orang-orang tidak lagi bisa mengingat kapan dan bagaimana cara keluarga-keluarga itu memperoleh kekayaannya.

Kelas atas bawah (lower upper class) mempunyai jumlah uang yang sama, tetapi mereka belum terlalu lama memilikinya dan keluarga ini belum lama berpengaruh terhadap masyarakat.

Kelas menengah atas (upper middle class) mencakup kebanyakan pengusaha dan orang profesional yang berhasil, yang umumnya berlatar belakang keluarga baik dan berpenghasilan yang menyenangkan.

Kelas menengah bawah (lower middle class) meliputi para juru tulis, pegawai kantor dan orang-orang semi profesional.

Kelas bawah atas (upper lower class) terdiri atas sebagian besar pekerja tetap.

Kelas bawah bawah (lower-lower class) meliputi para pekerja tidak tetap, penganggur, buruh musiman.

PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

Pemasaran pada segmen pasar berdasarkan kelas sosial berbeda – beda sesuai dengan kelas sosial yang ingin di tuju. Bisa dilihat apabila ingin memasarkan suatu produk yang mempunyai kelas sosial yang tinggi biasanya menggunakan iklan yang premium atau bisa di bilang lebih eksklusif karena dapat diketahui bahwa orang – orang yang berada di kelas sosial atau memiliki status sosial yang tertinggi, mereka lebih memilih produk yang higienis, terbaru, bermerk, dan kualitas yang sangat bagus. Berbeda apabila pemasaran dilakukan untuk orang – orang yang berada pada kelas sosial terendah. Penggunaan iklan pun kurang di gencarkan dan biasanya malah lebih menggunakan promosi yang lebih kuat, karena kelas sosial yang rendah lebih banyak mementingkan sebuah kuantitas suatu produk dengan harga yang murah. Jadi berbeda sekali pemasaran yang dilakukan apabila melihat dari posisi kelas sosial yang ada.

Untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal, kita pertama kali harus terlebih dahulu melakukan segmentasi pasar atas produk yang akan kita jual. Segmentasi pasar pada intinya membagi potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu, bisa berdasarkan pembagian demografis, berdasarkan kelas ekonomi dan pendidikan ataupun juga berdasarkan gaya hidup (psikografis). Pembagian segmen yang paling lazim dilakukan adalah berdasarkan kelas sosial ekonomi. Sebagai misal, pembagian yang sering dilakukan adalah membagi lapisan pasar menjadi empat kelas : misal kelas C (kelas ekonomi rendah), kelas B (mengah), kelas AB (mengah atas), dan kelas A (golongan atas)

Status dan Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek dalam bidang-bidang tertentu seperti pakaian, perabotan rumah, kegiatan pada waktu luang, dan kendaraan. Beberapa pemasar memfokuskan usaha mereka pada satu kelas sosial.

Konsumen menghubungkan merek produk dan jasa dengan kelas sosial tertentu. Variasi luas dalam hubungan yang dipercaya antara produk bermerek dan pangsa kelas sosial memiliki implikasi manajerial yang penting. Banyak konsumen yang berpikir bahwa merek dan toko juga mempunyai urutan kekuasaan. Konsumen percaya satu merek lebih tinggi atau lebih rendah dari merek lain dan bahwa beberapa toko lebih cocok untuk orang yang lebih tinggi dalam status sosial dibandingkan toko yang lain. Pengertian akan perkembangan kelas sosial penting dalam memahami konsumsi karena beberapa alasan antara lain rasa hormat (pemberian kehormatan sosial) yang diberikan masyarakat, kelas sosial menentukan peluang hidup, gaya hidup yang diisyaratkan di dalam kelas orisinal individu walaupun orang bergerak naik atau turun di dalam struktur kelas dan gaya hidup kelas menengah atas cenderung merembes turun dan menjadi diterima secara umum oleh masyarakat selebihnya.

PENGARUH KELAS SOSIAL DAN STATUS TERHADAP PEMBELIAN DAN KOMSUMSI

Aspek hierarkis kelas sosial penting bagi para pemasar. Para konsumen membeli berbagai produk tertentu karena produk-produk ini disukai oleh anggota kelas sosial mereka sendiri maupun kelas yang lebih tinggi, dan para konsumen mungkin menghindari berbagai produk lain karena mereka merasa produk-produk tersebut adalah produk-produk “kelas yang lebih rendah”.

Pendekatan yang sistematis untuk mengukur kelas sosial tercakup dalam berbagai kategori yang luas berikut ini: ukuran subjektif, ukuran reputasi, dan ukuran objektif dari kelas sosial.

Peneliti konsumen telah menemukan bukti bahwa di setiap kelas sosial, ada faktor-faktor gaya hidup tertentu (kepercayaan, sikap, kegiatan, dan perilaku bersama) yang cenderung membedakan anggota setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya.

Pola perilaku kelas social atas dianggap lebih berbudaya dibandingkan dengan kelas social di bawahnya. Sebaliknya kelas social bawah akan memandang mereka sebagai orang boros dan konsumtif dan menganggap apa yang mereka lakukan kurang manusiawi dan tidak memiliki kesadaran dan solidaritas terhadap mereka yang menderita. Pemujaan terhadap kelas sosialnya masing-masing adalah wujud dari etnosentrisme.



SEKIAN DAN TKS ATAS PERHATIANNYA

**DOSEN PENGAMPU :
HANIZAR FITRIANI S.Psi M.Psi**