

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memahami budaya konsumerisme di kalangan petani tembakau yang ada di Temanggung, terutama saat panen raya tembakau. Panen raya merupakan momen penting bagi para petani tembakau untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar. Fenomena budaya konsumerisme pada dasarnya berpusat pada perilaku berkonsumsi yang mana bergantung pada pendapatan dan lokalitas budaya. Dalam masyarakat modern, budaya konsumerisme sering dianggap sebagai kemajuan dan juga kemunduran. Veblen dan pendukungnya menyampaikan bahwa perilaku tersebut sebagai *conspicuous consumption* yang berdampak buruk, sedangkan Keynes menyampaikan bahwa perilaku tersebut sebagai *boosting consumer spending* yang berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi. Dengan menggunakan metode kualitatif, kajian ini menjawab persoalan dilemma perilaku konsumsi tersebut. Pengambilan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumen dalam masa enam bulan. Hasil kajian menampilkan tiga tipe perilaku petani yaitu *conspicuous consumption*, *boosting consumer spending*, dan *wise consumption behavior*. Pertama, golongan *conspicuous consumption* dikenali dengan perilaku konsumsi yang berlebihan dengan tanda adanya persaingan (seperti menggelar hajatan mewah, menggelar pesta adat, hingga persaingan dalam hal menyekolahkan anak sampai pada jenjang kuliah). Kedua, golongan *boosting consumer spending* yang mana perilaku ini juga merupakan bentuk ekspresi dan pembuktian diri serta unjuk kuasa berhadapan dengan tekanan kebijakan yang dialami. Ketiga, golongan *wise consumption behavior* yang merupakan golongan petani bijak dalam berperilaku konsumsi. Golongan tersebut ditandai dengan sikap para petani yang melakukan konsumsi dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi dunia pertembakauan saat ini tanpa terpengaruh dengan penghasilan besar yang mereka dapatkan. Petani yang masuk pada golongan *wise consumption behavior* memiliki perilaku konsumsi berdasarkan kebutuhan dan manfaat nyata.

*Kata kunci : Petani Tembakau, Budaya Konsumersime, Berkonsumsi Bijak.*

## ABSTRAK

This research aims to understand the culture of consumerism among tobacco farmers in Temanggung, especially during the tobacco harvest. The harvest festival is an important moment for tobacco farmers to earn a bigger income. The phenomenon of consumerism culture is essentially centered around consumption behavior that depends on income and cultural locality. In modern society, consumerism culture is often viewed as both progress and regression. Veblen and his supporters argue that such behavior is conspicuous consumption, which has negative consequences, while Keynes argues that it is boosting consumer spending, which plays a role in driving economic growth. Using a qualitative method, this study addresses the dilemma of consumption behavior. Data was collected through interviews, observations, and documents over a six-month period. The study results reveal three types of farmer behaviors: conspicuous consumption, boosting consumer spending, and wise consumption behavior. First, the conspicuous consumption group is characterized by excessive consumption behavior, often involving competition (such as hosting luxurious events, traditional ceremonies, and even competing to educate children up to college). Second, the boosting consumer spending group expresses and proves themselves through their behavior, asserting power in the face of policy pressures. Third, the wise consumption behavior group consists of farmers who make consumption choices considering the current situation and conditions of the tobacco industry, unaffected by their significant earnings. Farmers falling into the wise consumption behavior group exhibit consumption behavior based on genuine needs and benefits.

*Keywords: Tobacco Farmers, Consumerism Culture, Wise Consumption.*