

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman merupakan sesuatu yang tak terelakkan karena bagian dari perjalanan peradaban manusia di dunia. Namun, perubahan ini sebaiknya tidak membuat orang melupakan tradisi yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Kemajuan merupakan salah satu wujud kreativitas manusia sebagai makhluk berpikir dalam mengembangkan kemampuannya. Oleh karena itu, hasil kreativitas tersebut seharusnya dapat melestarikan tradisi yang sudah ada, bukan menghilangkannya.

Kemajuan zaman yang sangat cepat juga mempengaruhi perkembangan sosial ekonomi. Selain itu, kebudayaan populer yang berasal dari budaya Barat turut masuk dan berpengaruh. Kebudayaan populer (*pop culture*) ditandai dengan industrialisasi produk-produk budaya seperti makanan, pakaian, dan seni. Namun, lebih dari itu, kebudayaan ini juga mendorong masyarakat ke dalam fenomena globalisasi. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di kota-kota besar, terjadi perubahan di berbagai sektor, termasuk dalam bidang industrialisasi. Banyak masyarakat yang terbawa arus globalisasi dan cenderung menjadi individu yang selalu membeli produk-produk terkini, sehingga mendorong perilaku konsumtif baik pada individu maupun kelompok.

Kehidupan manusia memiliki banyak kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi semua kebutuhannya. Konsumsi adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh manusia karena jumlah barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia sangat terbatas. Sudah menjadi gaya hidup dan menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi. Namun, beberapa kebutuhan manusia terdiri dari makanan dan minuman yang sangat sedikit, sehingga memaksa konsumsi menjadi sesuatu yang seolah wajib dilakukan oleh manusia, dengan kebutuhan tersebut menjadi bagian integral dari gaya hidup. Ketersediaan berbagai barang dan jasa di pasar turut memengaruhi pilihan yang ditawarkan kepada masyarakat. Sikap individu dalam membeli dan menggunakan produk sering kali tidak lagi didasarkan

pada kebutuhan, melainkan dorongan keinginan yang kurang esensial, seperti mengikuti tren, menjaga gengsi, meningkatkan prestise, dan alasan-alasan lainnya yang dianggap kurang penting. Keinginan yang berlebihan untuk membeli suatu produk menjadi pemicu perilaku konsumtif, di mana individu membeli berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013).

Menurut Ristiyanti (2005:156) seseorang dapat menjadi konsumtif karena produk yang menonjol secara visual atau verbal. Produk-produk ini, baik yang menonjol secara tampilan maupun ucapan, sering kali dikonsumsi di depan umum, termasuk barang-barang eksklusif seperti mobil, perabotan, perhiasan, *handphone*, baju bermerk, dan lain sebagainya. Dalam situasi seperti ini, pengaruh kelompok sosial sangat besar karena orang berusaha membuktikan bahwa dengan menggunakan atau mengonsumsi barang-barang ini, mereka dapat meningkatkan citra sosial mereka sendiri.

Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang. Perilaku konsumtif dipicu oleh banyak faktor, salah satunya adalah gaya hidup. Chaney (Fransisca & Suyasa, 2005) menyatakan bahwa perkembangan perilaku konsumen disebabkan oleh pengaruh gaya hidup Barat. Munculnya pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai merek internasional memperkuat pola perilaku tersebut. Selain itu, majalah remaja, iklan, dan media lainnya secara langsung atau tidak langsung mendorong masyarakat untuk memanfaatkan gaya hidup mewah dan mencolok (Lina & Rosyid, 1997).

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi tanpa batas, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah tindakan berlebihan dalam menggunakan suatu produk. Lebih jauh, perilaku ini juga dapat diartikan sebagai penggunaan produk yang belum habis atau belum selesai dipakai, namun seseorang tetap membeli produk baru karena adanya tawaran hadiah atau tren yang sedang populer (Sumartono, 2002)

Di zaman sekarang seringkali, orang-orang membeli sesuatu bukan karena kebutuhan mendesak, tetapi karena kecenderungan, keinginan, atau perasaan yang tidak terkait dengan fungsinya. Hal ini menyebabkan seseorang menjadi boros, yang mengarah pada perilaku konsumtif dan konsumerisme (Wahyudi, 2013:27). Pengaruh kelompok sosial adalah komponen yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Konsumen sering kali bergantung pada informasi tentang produk dan pengalaman menggunakannya. Masyarakat Indonesia terkenal konsumtif. Jika barang yang dimiliki masih berfungsi, orang cenderung membeli barang baru untuk mengikuti tren terbaru, terutama jika mereka memiliki uang yang cukup. Namun, orang-orang dengan kondisi keuangan yang kurang memadai juga memiliki perilaku konsumtif ini, bahkan sampai berhutang untuk mendapatkan produk terbaru. Ini menunjukkan betapa konsumtifnya masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, membeli barang-barang di mall telah menjadi tren gaya hidup bagi semua orang, baik yang tua maupun muda. Hal ini dianggap sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang diuntungkan oleh peningkatan daya beli. Masalah ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, ada juga orang yang melakukan tindakan tertentu karena dorongan atau insentif dari lingkungan sekitar. Hal ini juga mencerminkan masalah internal dalam gaya hidup tersebut. Awalnya, kebutuhan primer seharusnya menjadi prioritas, namun dalam praktiknya, kebutuhan tersebut seringkali berubah menjadi kebutuhan sekunder atau bahkan tersier bagi banyak orang. Saat ini, belanja produk sekunder seperti kosmetik dan aksesoris ponsel sering dianggap sebagai suatu keharusan. Aktivitas ini sekarang sudah jadi bagian dari gaya hidup dan hiburan buat masyarakat.

Perilaku konsumtif masyarakat sangat dipengaruhi oleh kelompok sosialnya. Teman sebagai bagian dari sosialisasi sekunder memiliki pengaruh signifikan terhadap kebiasaan membeli barang, karena anggota kelompok lainnya sering mendorong dan memotivasi untuk membeli barang yang sama atau bahkan lebih baik. Ini menjadi salah satu cara bagi anggota kelompok sosial untuk

beradaptasi dan menyatu dalam kelompoknya, yang kemudian berkembang menjadi kebiasaan. Perilaku konsumtif juga bisa dipengaruhi Pekerjaan seseorang sering dianggap sebagai indikator kelas sosial karena jenis pekerjaan berkaitan langsung dengan kedudukan individu dalam masyarakat (Suryani Tatik, 2012:268). Status sosial mencerminkan kondisi ekonomi seseorang, termasuk tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan.

Perilaku konsumtif yang berkaitan dengan industrialisasi memicu proses urbanisasi ke pusat-pusat industri. Urbanisasi ini membawa percampuran budaya, yang pada akhirnya menyebabkan pergeseran nilai-nilai tradisional di pedesaan. Pergeseran ini sering kali mengakibatkan perubahan perilaku masyarakat desa, termasuk meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif. Contohnya, masyarakat desa yang dikenal dengan kesederhanaannya terdorong untuk keluar dari kebiasaannya dan menjadi konsumtif karena pengaruh masyarakat luar.

Penelitian ini memanfaatkan salah satu teori postmodern, yaitu teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard. Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat konsumsi cenderung menilai suatu barang berdasarkan estetika daripada fungsinya, sehingga mereka terus-menerus merasa tidak puas dan terdorong untuk mengonsumsi lebih banyak. Saat ini, masyarakat Indonesia cenderung menjadi masyarakat konsumtif, yang dapat dilihat dari cara mereka berpakaian dan barang yang digunakan, sering kali mengikuti tren mode terkini.

Sama halnya dengan masyarakat di Desa Cihanjuang yang bekerja sebagai buruh pabrik. Mereka memiliki perilaku konsumtif dan gaya hidup yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya sekitarnya. Fenomena yang terjadi di kalangan buruh pabrik di Desa Cihanjuang adalah mereka sering membelanjakan pendapatannya setelah menerima upah. Pada saat itulah mereka benar-benar menikmati hasil kerja mereka dengan membeli barang yang diinginkan, meskipun pendapatan mereka tidak selalu cukup untuk memenuhi semua kebutuhan mereka.

Semakin banyak pabrik di kawasan Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang ini menjadikan pula orang luar daerah desa Cihanjuang ataupun

Kabupaten Sumedang, banyak orang luar daerah merantau ke daerah Kecamatan Cimanggung. gaji di pabrik kawasan Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang yang setiap tahun nya naik dan tunjangan pabrik yang menjamin menjadikan orang luar daerah berbondong-bondong merantau ke daerah Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang.

Keadaan ini tidak hanya berdampak pada perubahan mata pencaharian hanya ada sedikit orang di Desa Cihanjuang, tapi juga berpengaruh. Tentang kemampuan pekerja pabrik untuk meningkatkan taraf hidupnya Tercermin pada perubahan perilaku konsumsif rumah tangga. Hal ini juga disebabkan oleh besarnya nominal upah buruh pabrik di Cimanggung, yang berkisar sekitar Rp 3.732.000 (gaji pokok), untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga. Selain itu, ada juga tunjangan lainnya, seperti transportasi dan tunjangan kesehatan. Namun, menjadi buruh pabrik juga memungkinkan untuk mendapatkan tambahan penghasilan melalui kebijakan yang menguntungkan dari pihak pabrik, peluang kerja lembur, dan adanya koperasi perusahaan. Hal ini memberikan kesempatan bagi pekerja dan keluarganya untuk mengkonsumsi perilaku konsumtif. Pendapatan pada pekerja buruh hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok. Banyak dari mereka yang memanfaatkan pendapatannya tidak memenuhi kebutuhan biasa dengan kata lain mereka banyak menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak penting.

Selain itu, ada juga hal lain yang penting untuk diperhatikan oleh peneliti, yaitu buruh pabrik yang penghasilannya pas-pasan. Meski penghasilannya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar, masyarakat yang bekerja sebagai buruh pabrik tetap rela melakukan perilaku konsumtif dengan cara membeli barang-barang secara kredit. Pola hidup para pekerja pabrik di Desa Cihanjuang, terutama dalam hal konsumsi, berubah setelah mereka bekerja di pabrik. Mereka mulai membeli barang-barang yang sedang tren di masyarakat atau di media sosial, seperti membeli sepeda motor dengan harga lebih dari 20 juta rupiah. Bukan hanya itu, beberapa buruh pabrik juga memiliki barang-barang mewah seperti pakaian bermerek terkenal dan *handphone* canggih yang harganya di atas lima juta rupiah.

Melihat dari fenomena sosial ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait 'Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup di Kalangan Buruh Pabrik'. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat yang bekerja sebagai buruh pabrik di Desa Cihanjuang, Kecamatan Cimanggung, Kabupaten Sumedang. Dalam penelitian ini, peneliti juga memperhatikan adanya faktor internal seperti gaya hidup dan keinginan pribadi yang mendorong individu untuk membeli barang di luar kebutuhan pokok, serta faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial, keluarga, dan media sosial yang turut membentuk perilaku konsumtif tersebut.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang, maka rumusan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif dan gaya hidup kalangan buruh pabrik di Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang?
2. Bagaimana faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif dan gaya hidup kalangan buruh pabrik di Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumtif dan gaya hidup buruh pabrik di Desa Cihanjuang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan perilaku konsumtif dan gaya hidup kalangan buruh pabrik di Desa Cihanjuang

C. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh penulis terdapat dua kegunaan penelitian diantaranya;

1. Manfaat Secara Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan serta menambah literatur tentang kajian

sosiologi, khususnya dalam memahami perilaku dan gaya hidup konsumtif di kalangan buruh pabrik.

2. Manfaat Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran masyarakat tentang perilaku dan gaya hidup konsumtif di kalangan buruh, serta perubahan sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat sebagai akibat dari perilaku dan gaya hidup konsumtif ini.

D. Kerangka Berpikir

Perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang mewah dan berlebihan. Perilaku konsumtif terdiri dari penggunaan barang-barang yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik maksimal, serta pola hidup yang dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Orang yang menjalani gaya hidup konsumtif dan menggunakan barang mewah sering menunjukkan perbedaan status sosial dan ekonomi antara dirinya dan orang lain.

Gaya hidup telah menjadi ciri khas dari masyarakat konsumtif. Perubahan gaya hidup masyarakat saat ini menuju budaya konsumsi dan perilaku hidup yang cenderung konsumtif. Secara substansial, gaya hidup mencerminkan praktik-praktik sosial yang berperan dalam pembentukan struktur sosial (Dumn, 2008). Subu (2011) berpendapat bahwa gaya hidup memainkan peran komunikasi yang signifikan melalui preferensi budaya konsumen dan pola gaya hidup, sementara status sosial menjadi faktor kunci dalam relasi sosial konsumtif dan dalam pembentukan identitas konsumen.

Dalam kajian sosiologi, fenomena perilaku konsumtif dan gaya hidup masyarakat terkait erat dengan pemaknaan sosial yang memengaruhi pilihan individu terhadap komoditas tertentu (Baudrillard, 2011). Dalam masyarakat konsumtif, individu sering merasa ketinggalan zaman jika mereka tidak membeli produk atau komoditas baru dari industri budaya yang telah dipersepsikan sebagai simbol identitas atau status dalam masyarakat postmodern saat ini.

Desa Cihanjuang adalah desa yang didominasi oleh hampir 80% pekerjaan utama penduduknya adalah sebagai buruh. Masyarakat desa Cihanjuang yang bekerja sebagai buruh pabrik cenderung menginginkan kemudahan dan kepraktisan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Karena masyarakat buruh cenderung ingin memiliki kehidupan yang mudah salah satunya dalam hal pemenuhan kebutuhan pokok yaitu dalam bidang berbelanja barang-barang tren, untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti perilaku konsumtif pada masyarakat yang berprofesi sebagai buruh, dengan melihat aktivitas masyarakat dalam hal pembelian suatu barang atau produk. Untuk memahami perilaku konsumtif masyarakat buruh, diperlukan penelitian yang menilai sejauh mana konsumtivitas mereka serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pembelian suatu barang, seperti dari faktor internal dan juga eksternal.

Teori yang digunakan untuk membantu penelitian ini dengan teori konsumtif dari Jean Baudrillard, Berdasarkan teori konsumsi bahwa faktor-faktor masyarakat dalam mengkonsumsi terdapat kecenderungan bahwa orang membeli barang bukan hanya berdasarkan nilai kemanfaatannya, tetapi juga karena gaya hidup (*lifestyle*) dan citra yang dibentuk oleh iklan, mode, televisi, tayangan sinetron, acara *infotainment*, serta *influencer* dan berbagai media lainnya. Dengan demikian, konsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fisik, tetapi lebih pada pemenuhan kebutuhan sosial berupa status tinggi yang diperoleh dari memiliki barang-barang tertentu atau mengonsumsi barang mewah. Dalam konteks ini, perilaku konsumtif buruh pabrik terlihat lebih mencolok, karena mereka rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tuntutan gengsi semata.

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

