

ABSTRAK

AI RANI : “Budaya Konsumerisme di Tengah Perilaku Keagamaan Masyarakat (Studi Kasus di perumahan Bumi Orange RW 30 Desa Cimekar Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung)”

Globalisasi telah mempengaruhi perilaku konsumsi manusia menjadi globalisasi sikap hidup dan globalisasi budaya yang disebut sebagai *consumerism*. Secara etimologis, *consumerism* berarti *the promotion of the consumer's interests* (peningkatan keinginan-keinginan konsumen). Artinya, pembelian barang dan jasa apapun dan sebanyak apapun merupakan keinginan ekonomi secara alami. Adapun tujuan dalam penelitiannya, ialah mengetahui budaya konsumerisme dan perilaku keagamaan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 juga mengetahui dampak budaya konsumerisme terhadap perilaku keagamaan masyarakat tersebut.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armestroong ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian (konsumsi) masyarakat diantaranya; faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi. Partisipasi masyarakat terhadap ritual-ritual keagamaan menjadi salah satu bukti berkurangnya perhatian masyarakat. Pengaruh kapitalis yang semakin canggih dan semakin praktis dalam memudahkan masyarakat berbelanja, semakin membutuhkan masyarakatnya. Lebih lanjut Glock dan R. Stark mengatakan bahwa perilaku keagamaan secara integral meliputi; ritual, mistikal, ideologis, intelektual, konsekuensi. Dari uraian di atas menimbulkan beberapa permasalahan yang di antaranya, timbul gambaran budaya konsumerisme dan perilaku keagamaan di masyarakat yang menimbulkan dampak positif dan negatif di dalamnya.

Metode yang digunakan ialah metode penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Sumber data primer diperoleh dari beberapa informan sebagai warga Perumahan Bumi Orange RW 30. Data primer ini dapat diperoleh melalui beberapa instrumen penelitian yang dikemas dalam bentuk teknik-teknik pengumpulan data. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari berbagai referensi, dokumen-dokumen, dan gambar hasil penelitian. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan di antaranya; observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa budaya konsumerisme di Perumahan Bumi Orange RW 30, saat ini telah memasuki sebagian masyarakatnya. Dan hal ini bisa diukur berdasarkan kalkulasi pendapatan, kalkulasi pengeluaran, dan diperoleh data bahwa tidak sesuai dengan kalkulasi pengeluaran. Selain hal tersebut persepsi masyarakat terhadap setiap barang yang dikonsumsinya (nilai guna suatu barang). Sedangkan tingkat konsumerisme masyarakatnya, berdasarkan data yang diperoleh masih pada tahap “sedang”. Maksudnya masyarakat perumahan tersebut tidak semuanya hidup bermewah-mewahan tapi bisa dipastikan terpengaruhi oleh perkembangan pasar. Di sini mereka masih melakukan praktek-praktek keagamaan seperti salat, berpuasa, membaca Al-Qur'an, bersedekah dan lain sebagainya. Artinya perilaku keagamaan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 secara keseluruhan bisa dikatakan cukup baik. Akan tetapi masyarakatnya mengemukakan makna dan tingkat kekhayukannya kurang maksimal. Dan dampak positif, mampu memberikan semangat masyarakatnya dalam melakukan praktek-praktek ibadah. Sedangkan dampak negatifnya bisa terlihat sifat boros yang masyarakat lakukan dalam berkonsumsi.

Kesimpulannya ialah, bahwa budaya konsumerisme di Perumahan Bumi Orange RW 30, tidak terlalu berpengaruh pada perilaku keagamaan masyarakatnya. Karena sebagian masyarakatnya masih melaksanakan ritual-ritual keagamaan walaupun masih bergantung pada barang-barang produksi. Mereka secara sadar atau tidak terpengaruhi perkembangan pasar,

namun tidak sampai menghalalkan segala cara dalam mendapatkan objek yang di
inginkannya.

