**BUDAYA KONSUMERISME PETANI**

*Jurnal Analisa Sosiologi*

*Oktober 2020, 9(2): 452-477*

**PERKOTAAN: STUDI GAYA HIDUP**

**PETANI DI KELURAHAN JERUK,**

**LAKARSANTRI, SURABAYA**

**Oktafia Mustika Rani1, Medhy Aginta Hidayat2\***

***Abstract***

*Even though urban farmers in Jeruk Village, Lakarsantri, Surabaya live on the threshold of the poverty line, they show a consumptive lifestyle. This study examines the practices of consumerism culture carried out by urban farmers in Jeruk Village, Lakarsantri, Surabaya. This study uses a qualitative research method with a case study approach. Informants were selected based on a purposive sampling technique. Data were collected using documentation, observation, and in-depth interviews. The data analysis was guided by Jean Baudrillard’s theory of consumer society. The results of this study indicate that the practices of consumerism culture is driven by the level of income, level of education, lifestyle and taste, and the self-concept of meeting the needs of life. This study also found three main indicators that the practices of consumerism culture: a high taste in clothing, a large need for basic necessities shopping, and a high taste of valuable symbol of social status. This study also found that low income did not cause urban farmers to stop fulfilling the secondary and tertiary needs. In fact, urban farmers continue to carry out consumptive behaviors that tend to be disproportionate to their low income levels.*

***Keywords:* *Consumerism Culture, Lifestyle, Quasi-Consumerism, Urban Farmers***

**Abstrak**

Meskipun hidup di ambang garis kemiskinan, sejumlah petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, menunjukkan gaya hidup yang cenderung konsumtif. Penelitian ini bertujuan menjelaskan praktik budaya konsumerisme yang dilakukan oleh para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatatif dengan pendekatan studi kasus. Informan dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*. Sumber data dikumpulkan melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara-mendalam. Analisis data dipandu oleh teori yang dipilih, yakni teori masyarakat konsumer Jean Baudrillard. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik budaya konsumerisme petani perkotaan didorong oleh sejumlah faktor, diantaranya adalah tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, gaya hidup dan selera, serta konsep diri terhadap pemenuhan kebutuhan hidup. Penelitian ini juga menemukan tiga indikator utama telah berlangsungnya praktik budaya konsumerisme di kalangan petani perkotaan, yakni selera yang cukup tinggi dalam membeli pakaian, selera yang cukup besar dalam berbelanja barang-barang kebutuhan pokok, serta selera dan kepemilikan yang cukup tinggi atas barang berharga sebagai simbol status sosial. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa pendapatan yang rendah tidak menyebabkan petani perkotaan berhenti memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier. Bahkan, petani perkotaan dalam penelitian ini tetap melakukan aktivitas konsumsi dalam jumlah yang cukup besar dan cenderung tidak sebanding dengan tingkat penghasilan mereka yang rendah.

**Kata Kunci : Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup, Kuasi-Konsumerisme, Petani Perkotaan**

**PENDAHULUAN**

Budaya pertanian dalam masyarakat perkotaan di Indonesia nampaknya kini semakin lama semakin ditinggalkan (Geertz, 1983; Scott & Basari, 1981). Semakin berkurangnya budaya bertani pada masyarakat perkotaan di Indonesia, termasuk di Kota Surabaya, juga turut dipengaruhi oleh semakin sedikitnya lahan pertanian. Santoso dan Widya dalam penelitiannya yang berjudul *Gerakan Pertanian Perkotaan di Kota Surabaya* (Santoso & Widya, 2014) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi semakin menurunnya produk hasil pertanian di Kota Surabaya adalah penggunaan lahan pertanian yang semakin terbatas. Ketersediaan lahan pertanian di Kota Surabaya yang terbatas disebabkan oleh semakin meningkatnya kebutuhan lahan non-pertanian, khususnya lahan untuk pemukiman, perdagangan, dan industri (Fatmawati, 2020).

Meskipun lahan pertanian di Kota Surabaya tidak sebanyak di daerah pedesaan, namun ternyata masih ada sebagian kecil masyarakat Kota Surabaya yang menggantungkan hidupnya dari sektor pertanian. Berdasarkan data hasil Sensus Pertanian 2013 (BPS, 2017), di Kota Surabaya setidaknya terdapat tiga kecamatan dengan jumlah rumah tangga usaha pertanian terbanyak, yaitu Kecamatan Lakarsantri (sebanyak 1.019 rumah tangga), Kecamatan Pakal (sebanyak 947 rumah tangga), dan Kecamatan Sambikerep (sebanyak 944 rumah tangga). Di Kecamatan Lakarsantri, jumlah rumah tangga usaha pertanian terbanyak salah satunya berada di Kelurahan Jeruk.

Pada umumnya, masyarakat petani tradisional di pedesaan memiliki orientasi untuk mengkonsumsi sendiri hasil pertanian. Petani subsisten ini memanfaatkan hasil panen produk pertanian untuk memenuhi kebutuhan sendiri (Wahono, 2002). Di sisi lain, masyarakat petani perkotaan cenderung lebih berorientasi pada produksi, yakni berusaha menjual produk hasil pertanian. Yang menarik, masyarakat petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, ternyata tidak hanya melakukan aktivitas produksi, melainkan juga melakukan aktivitas konsumsi dan bahkan cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Tumbuhnya budaya konsumerisme di kalangan masyarakat petani perkotaan ini tentu tidak terlepas dari dampak globalisasi (Octaviana, 2020). Dalam budaya konsumerisme, terdapat kecenderungan dimana individu membeli barang atau jasa bukan karena manfaatnya, melainkan karena gaya hidup (*lifestyle*), citra, dan tanda yang dibentuk oleh iklan, tayangan acara televisi, dan juga perilaku masyarakat sekitar. Gaya hidup petani perkotaan yang cenderung konsumtif juga ditandai oleh pembelian barang atau jasa tanpa terlalu mempertimbangkan nilai-gunanya (Sukirno & Harianto, 2017). Secara terminologis, gaya hidup sendiri adalah proses adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain (Zakia, 2014). Gaya hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup (Zakia, 2014).

Penelitian ini bertujuan menjelaskan praktik budaya konsumerisme yang dilakukan oleh para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, gaya hidup petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, cenderung telah mengarah pada praktik budaya konsumerisme. Namun demikian, praktik budaya konsumerisme pada setiap individu petani tentu saja berbeda-beda berdasarkan indikator budaya konsumsi. Dalam penelitian ini indikator budaya konsumerisme pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk terdiri dari tingkat pendapatan, kepemilikan barang konsumsi, struktur bangunan rumah, selera dan gaya hidup, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, serta konsep diri. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk-bentuk praktik budaya konsumerisme yang dilakukan oleh petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya.

Penelitian ini memanfaatkan landasan teori berupa teori masyarakat konsumer dari Jean Baudrillard sebagai kerangka analisis data. Hidayat dalam bukunya *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard* (Hidayat, 2012) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi masyarakat dewasa ini cenderung tidak lagi merujuk pada nilai-guna dan nilai-tukar, namun lebih pada nilai-tanda dan nilai-simbol. Lebih jauh, menurut Baudrillard, nilai-tanda atau nilai-simbol ini disebarluaskan melalui iklan-iklan gaya hidup di berbagai media (Baudrillard, 2011). Dengan demikian, apa yang kita beli, sebenarnya tidak lebih dari tanda-tanda yang ditanamkan ke dalam objek-objek konsumsi. Tema-tema gaya hidup tertentu, kelas, dan prestise adalah makna-makna yang jamak ditanamkan ke dalam objek-objek konsumsi. Dengan kata lain, objek-objek konsumsi kini telah menjelma menjadi sistem klasifikasi status, prestise, dan bahkan tingkah laku masyarakat (Hidayat, 2012).

Baudrillard lebih jauh berpendapat bahwa kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh individu dewasa ini seringkali keluar dari batas normal pemenuhan kebutuhan sehari-hari (Ritzer, 2012). Praktik-praktik konsumsi berlebih (*conspicuous consumption*) ini misalnya terlihat dari perilaku dan gaya hidup mewah yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di perkotaan, serta pemenuhan hasrat dan keinginan (bukan kebutuhan) untuk membeli pakaian, makanan, dan hiburan yang seolah tidak pernah ada habisnya (Muizzah, 2014). Pada kenyataannya, masyarakat konsumer adalah masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi, dimana kegunaan bukanlah motif terakhir dari tindakan konsumsi, melainkan lebih kepada produksi tanda-tanda sosial (Mufidah, 2012). Dalam masyarakat konsumer, tanda adalah cerminan aktualisasi diri individu yang paling meyakinkan (Hidayat, 2012). Dengan kata lain, individu dalam masyarakat konsumer menciptakan makna melalui apa yang mereka konsumsi, miliki, dan tampilkan sebagai “penanda” dalam interaksi sosial.

Budaya konsumerisme, seperti dikutip dari penelitian Masamah (Masamah, 2008) memiliki arti sebagai paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang konsumsi sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan kesuksesan. Sementara itu, Lechte (Pawanti, 2013) menyatakan bahwa aktivitas konsumsi berbagai produk budaya memegang peranan penting dalam realitas kehidupan manusia dewasa ini. Perilaku konsumsi masyarakat kini mengarah pada kebutuhan-kebutuhan di luar kebutuhan pokok, yang lebih didorong oleh hasrat dan keinginan. Budaya konsumerisme juga berkaitan erat dengan persoalan gaya hidup. Rojek (Featherstone, 2008) menjelaskan bahwa gaya hidup dalam budaya konsumerisme merujuk kepada individualitas, ekspresi-diri, serta kesadaran-diri yang stilistik. Tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, pilihan liburan, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari individualitas selera serta rasa gaya seseorang (Umanailo, Nawawi, & Pulhehe, 2018).

Sementara itu, gaya hidup terkait erat dengan status sosial ekonomi seseorang (Ritzer, 2004). Gaya hidup seringkali mencitrakan keberadaan seseorang pada tingkat status sosial ekonomi tertentu. Misalnya, pilihan gaya hidup dengan mobil, perhiasan, pakaian, bacaan, rumah, makanan, dan bentuk hiburan tertentu, semua itu adalah cerminan simbol status sosial seseorang (Pawanti, 2013). Gaya hidup masyarakat perkotaan dapat dilihat dari bagaimana gaya mereka dalam berpakaian, gaya dalam berbelanja, atau gaya dalam memilih barang mewah. Semakin tinggi tingkat sosial ekonomi seseorang maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menampakkan simbol kekayaannya. Dengan membeli mobil mewah dengan jenama terkenal, misalnya, maka orang akan memandangnya dengan cara yang berbeda dan menempatkannya pada posisi status kelas ekonomi yang tinggi (Alfitri, 2007).

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus dalam khazanah metodologi, dikenal sebagai kajian yang bersifat komprehensif, intens, rinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya menelaah masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer atau kekinian (Bungin, 2007; Rahardjo, 2017). Secara lebih mendalam, mengutip Robert Yin, studi kasus adalah penyelidikan empiris yang berusaha meneliti suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata dimana batas-batas antara fenomena dan konteks kehidupan nyata menampak dengan tegas (Bungin, 2007). Studi kasus dalam penelitian ini adalah tentang praktik budaya konsumerisme pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, hasil observasi dan hasil wawancara. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, observasi terlibat *(participant observation),* dan wawancara-mendalam *(in-depth interview).* Wawancara-mendalam dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*), yaitu wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis, baku, dan lengkap (Arikunto, 2010). Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2014). Dengan menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, diharapkan informan dan peneliti akan merasa lebih akrab sehingga peneliti lebih mudah dalam menggali informasi dari informan. Wawancara dengan teknik ini juga bersifat tidak resmi sehingga peneliti dan informan bisa bercakap-cakap dengan bahasa yang tidak resmi pula (bahasa daerah) (Made, 2006). Wawancara-mendalam dalam penelitian ini ditujukan kepada enam orang informan, yakni para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya.

Adapun informan pada penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut (1) laki-laki atau perempuan petani yang tinggal di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya; (2) memiliki mata pencaharian sebagai petani, baik itu petani pemilik ataupun petani penggarap; (3) sudah bertani selama lebih dari lima tahun; dan (4) berusia di atas 30 tahun. Dari semua karakteristik di atas peneliti berharap untuk mendapatkan data yang mendukung dan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Proses verifikasi data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber. Data-data yang telah diperoleh diperiksa-kembali melalui pembandingan dengan sumber rujukan informasi yang lain (Mulyana, 2008). Selanjutnya, data yang diperoleh akan dianalisis dengan teknik analisis data kualitatif, dimana data yang diperoleh dari dokumentasi, observasi terlibat dan wawancara-mendalam dengan para petani di Kelurahan Jeruk, akan dipilah-pilah sesuai tema yang sesuai dengan rumusan pertanyaan penelitian (Singarimbun, 1989). Setelah diperoleh temuan sesuai tema, langkah selanjutnya adalah mengambil kesimpulan akhir untuk menjawab pertanyaan penelitian (Unaradjan, 2000).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**Karakteristik Petani Perkotaan di Kelurahan Jeruk, Lakarsantri, Surabaya**

Petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, menggarap lahan pertanian yang berada di daerah pinggiran kota Surabaya, dimana kebanyakan lahan sawah yang digarap adalah tanah BTKD atau Bekas Tanah Kas Desa yang dikelola oleh pemerintah Surabaya. Lahan sawah di wilayah perkotaan memiliki jenis tanah yang berbeda dengan tanah pertanian yang biasa ditemui di daerah pedesaan. Sawah di daerah perkotaan sering disebut dengan nama sawah tadah hujan. Jenis padi yang biasa ditanam di lahan sawah tadah hujan bukanlah jenis padi pengairan, namun padi gogo. Padi gogo ini adalah salah satu jenis padi yang tidak membutuhkan banyak air (Purwandari, 2006).

Sebagian besar petani di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, adalah petani penggarap. Petani penggarap di Kelurahan Jeruk tidak hanya menggarap lahan BTKD saja, namun ada beberapa petani yang menggarap sawah milik orang lain. Pekerjaan yang dilakukan oleh petani penggarap di Kelurahan Jeruk tidak selalu mulus, ada berbagai permasalahan yang harus dihadapi oleh para petani. Tantangan terbesar petani penggarap di Kelurahan Jeruk ialah gagal panen. Saat musim hujan, aliran air masuk secara berlebihan ke lahan-lahan persawahan sehingga padi yang sudah memasuki masa panen menjadi terendam dan gagal panen. Begitu pula pada padi yang baru ditanam, air hujan yang menggenangi lahan persawahan membuat bibit padi yang baru ditanam membusuk dan kemudian mati. Permasalahan di atas menyebabkan jumlah produksi gabah padi menurun bahkan tidak menghasilkan gabah sama sekali. Umumnya padi sawah bisa panen tiga kali dalam setahun, namun petani di Kelurahan Jeruk hanya bisa memanen padi sebanyak satu hingga dua kali panen dalam setahun. Hasil panen gabah padi harus dibagi dengan pemilik atau pemerintah Kota Surabaya untuk sawah BTKD. Hasil panen tersebut selanjutnya digunakan oleh para petani penggarap di Kelurahan Jeruk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hasil panen tersebut hampir semuanya tidak dijual, melainkan digunakan untuk konsumsi pribadi. Apabila ingin membeli barang keperluan rumah tangga, maka petani di Kelurahan Jeruk baru menjual sebagian hasil panennya atau bekerja serabutan.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk memiliki pekerjaan sampingan sebagai buruh bangunan, pegawai kebersihan di beberapa perumahan, dan pekerjaan-pekerjaan serabutan lainnya. Hal tersebut menjadi salah satu ciri khas yang membedakan antara petani yang tinggal di daerah perkotaan dengan petani yang hidup di pedesaan. Petani di pedesaan biasanya menunggu masa tanam ke masa-masa berikutnya dengan melakukan pekerjaan-pekerjaan rumah tangga yang tidak menghasilkan uang. Kebanyakan petani di desa juga memiliki ternak misalnya sapi, kambing atau berbagai jenis unggas. Saat menanti masa panen, petani di pedesaan biasanya mengurus ternaknya dengan tujuan apabila hasil panen tidak banyak maka ternak bisa dijual untuk membayar kerugian dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Dari data yang diperoleh dari salah satu ketua kelompok tani di Kelurahan Jeruk yaitu Kelompok Tani Sri Sedono, rata-rata pendapatan petani penggarap yang menggarap sawah BTKD dalam satu kali panen dapat diklasifikasikan ke dalam Tabel 1 di bawah:

Tabel 1. Klasifikasi Pendapatan Petani Perkotaan di Kelurahan Jeruk

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Luas Lahan garapan (ha)** | **Pendapatan Bersih (Rp)** | | |
| **Petani Penggarap (BTKD)** | **Petani Penggarap** | **Petani Pemilik** |
| 0,5 | 3-4 juta | 2,7-3 juta | 7-8 juta |
| 1 | 6-8 juta | 5,4-6 juta | 14-16 juta |
| 2 | 12-16 juta | 10,8-12 juta | 28-32 juta |

Sumber: Data Kelurahan Jeruk, Lakarsantri, Surabaya (2017)

Klasifikasi pendapatan petani di atas tidak termasuk pendapatan dari pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh petani pada saat menanti masa panen. Setiap petani di Kelurahan Jeruk biasanya memiliki pekerjaan sampingan yang berbeda sehingga tidak bisa ditentukan secara spesifik besaran pendapatan tambahan mereka. Dari enam informan yang diwawancarai oleh peneliti, dua diantaranya memiliki pekerjaan sampingan sebagai pegawai lepas di salah satu perumahan *elite* di kawasan Kecamatan Lakarsantri, dua orang bekerja serabutan pada bagian lapangan, sedangkan dua yang lainnya bekerja sebagai pegawai kebersihan di perumahan yang sama. Pendapatan petani dari hasil pertanian sendiri tergantung dari luas sawah garapan, cuaca, musim, dan juga ada tidaknya hama.

**Budaya Konsumerisme Petani Perkotaan di Kelurahan Jeruk**

Praktik budaya konsumerisme petani di Kelurahan Jeruk secara lebih khusus dapat dilihat dalam hal (1) selera berpakaian, (2) selera dalam berbelanja barang-barang kebutuhan pokok, serta (3) gaya hidup atas kepemilikan barang berharga sebagai simbol status sosial (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Praktik Budaya Konsumerisme Petani Perkotaan

|  |  |
| --- | --- |
| **Budaya Konsumerisme** | **Praktik Konsumerisme** |
| Selera berpakaian | Membeli pakaian di toko pakaian terdekat; membeli dengan harga murah dan dalam jumlah banyak |
| Selera berbelanja kebutuhan pokok | Membeli barang kebutuhan pokok di minimarket (Indomaret/Alfa Mart); membeli ketika promosi; membeli karena gaya hidup |
| Gaya hidup kepemilikan barang berharga | Membeli motor dan perhiasan emas; membeli barang berjenama; membeli demi status sosial |

Sumber: Diolah dari data penelitian penulis

**Selera Berpakaian**

Petani perkotaan yang tinggal di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya memiliki selera dan kemampuan membeli pakaian yang berbeda dengan masyarakat perkotaan pada umumnya. Meskipun tempat tinggal mereka dekat dengan *mall*, supermarket, toko baju terkenal ataupun *distro*, pilihan tempat membeli pakaian hanya di toko baju yang dekat dengan tempat tinggal. Beberapa informan menyatakan tidak pernah membeli pakaian di *mall* ataupun supermarket dengan alasan selera dan harga. Seperti dikutip dari pernyataan ibu Kasiyati, salah satu informan:

|  |
| --- |
| *“Nggeh, klambi bayi-bayi yo tumbas mriku nggone Pak Jono niku”*  (Iya, baju untuk bayi ini ya beli disitu Pak Jono situ).  Sumber: Wawancara dengan Ibu Kasiyati (Jum’at, 22 Desember 2017) |

Melalui kutipan di atas, ibu Kasiyati mengatakan bahwa ia membeli baju yang menurutnya lebih bagus dan lebih murah di toko baju yang dekat dengan tempat tinggalnya. Ia dan keluarganya sudah terbiasa membeli pakaian di toko tersebut. Petani perkotaan seperti ibu Kasiyati nampaknya lebih memilih membeli baju dengan harga yang murah namun dalam jumlah yang banyak. Ibu Kasiyati juga mengatakan bahwa intensitas pembelian baju yang dilakukannya cukup sering karena harganya yang murah. Selain harga pakaian yang terjangkau, alasan informan membeli pakaian di toko terdekat adalah kualitas pakaian. Pendapat informan terhadap pilihan tempat membeli pakaian dalam kutipan di atas juga menunjukkan bahwa tidak hanya harga yang diperhitungkan dalam memilih pakaian, tetapi kualitas juga menjadi hal yang diperhitungkan. Pakaian yang dibeli di toko langganan dianggap memiliki kualitas yang lebih bagus dibanding membeli di tempat lain. Di sini terlihat bahwa dibandingkan dengan masyarakat di lingkungannya, informan sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli pakaian dengan harga dan kualitas yang lebih tinggi.

**Selera Terhadap Barang Kebutuhan Pokok**

Petani perkotaan di Kelurahan Jeruk lebih sering berbelanja barang kebutuhan pokok di minimarket (Indomaret atau Alfa Mart), dibandingkan dengan di pasar tradisional. Lokasi minimarket yang lebih dekat dengan tempat tinggal mereka menjadi salah satu alasan utama. Selain itu, anggapan bahwa harga barang di supermarket atau mall lebih mahal daripada di minimarket masih menjadi alasan klasik. Bagi petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, memanfaatkan potongan harga atau promosi di minimarket adalah lebih baik daripada harus membeli barang-barang di supermarket atau mall yang jauh lebih mahal. Dengan membeli barang kebutuhan sehari-hari di minimarket yang sedang memberikan promosi, petani perkotaan di Kelurahan Jeruk bisa membeli barang dalam jumlah yang banyak. Pendapat ini sejalan dengan ungkapan ibu Kumala di bawah ini:

*“Nek Alfamart iku nek ono promo-promo loh mbak kan harga e rodok ringan, nek minyak mbek beras-beras iku rodok murah”*

(Kalau Alfamart itu kalau ada promo-promo mbak kan harganya agak ringan, kalau minyak sama beras-beras itu agak murah).

Sumber: Wawancara dengan Ibu Kumala (Senin, 11 Desember 2017)

Promosi dan potongan harga yang ditawarkan oleh minimarket ini secara tidak langsung dan tidak sadar telah memaksa para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk untuk membeli barang promosi tersebut. Para petani perkotaan yang awalnya hanya ingin membeli kebutuhan sehari-hari secukupnya, akan berubah pikiran ketika mengetahui bahwa di minimarket tempatnya berbelanja sedang mengadakan potongan harga (diskon) (Syarifuddin, 2017). Dalam situasi seperti ini, keinginan (hasrat) untuk membeli barang-barang murah dalam jumlah yang banyak pasti muncul, sama seperti yang dialami oleh ibu Kumala di atas yang mengatakan bahwa ia lebih suka membeli barang-barang kebutuhan pokok ketika ada promosi. Informan tidak sadar bahwa ketika mereka membeli barang-barang promosi, ia sedang dihadapkan pada “paksaan” yang menggiurkan untuk membelinya dalam jumlah yang banyak.

Sebenarnya barang-barang kebutuhan pokok yang dibeli oleh informan-informan di atas tidak hanya tersedia di minimarket, tetapi juga tersedia di toko-toko tradisional atau kelontong. Apabila dilihat dari segi efisiensi waktu, jarak ke toko kelontong juga sebenarnya lebih dekat dibandingkan dengan jarak ke minimarket. Namun demikian, para informan petani perkotaan dalam penelitian ini memilih untuk tetap berbelanja di minimarket Indomaret atau Alfa Mart karena alasan gengsi dan gaya hidup. Dengan kata lain, para informan dalam penelitian ini hanya ingin dipandang oleh lingkungan sekitarnya bahwa mereka memiliki kebiasaan yang sama dengan orang lain, yaitu membeli barang-barang di minimarket. Temuan ini menunjukkan bahwa para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk merasa lebih baik menjaga gengsi dan *prestise* demi status sosialnya di mata para tetangga lingkungan sekitarnya.

**Selera Kepemilikan Barang Berharga**

Untuk menjaga status sosialnya dalam masyarakat, petani perkotaan di Kelurahan Jeruk melakukan pembelian barang-barang berharga. Barang-barang berharga tersebut antara lain berupa kendaraan bermotor (sepeda motor dan mobil) dan perhiasan emas. Meskipun memiliki penghasilan yang tidak banyak, petani perkotaan di Kelurahan Jeruk kebanyakan memiliki kendaraan bermotor lebih dari satu dan beberapa gram perhiasan emas. Kepemilikan barang-barang berharga ini tidak semata-mata untuk diambil manfaatnya, tetapi lebih terlihat sebagai upaya penggambaran bahwa mereka bisa membeli barang-barang mewah seperti kebanyakan orang lain. Hal ini bertolak belakang dengan pandangan masyarakat umum bahwa petani adalah individu yang sederhana.

Pada masyarakat petani perkotaan dewasa ini telah timbul sebuah sikap dimana barang berharga dibeli dan digunakan bukan semata berdasarkan nilai kegunaannya. Dengan hasil panen padi yang kurang lebih hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga, petani perkotaan di Kelurahan Jeruk masih menyisihkan sebagian dari hasil panen itu untuk membeli perhiasan emas. Kegunaan perhiasan emas secara umum adalah untuk lebih memperindah dan mempercantik penampilan. Namun hal ini berbeda fungsi apabila petani atau istri petani yang memakai perhiasan emas. Artinya, barang perhiasan emas pada keluarga petani perkotaan dianggap sebagai barang investasi yang sangat berharga, namun kegunaannya bukan untuk sekedar untuk memperindah penampilan, akan tetapi untuk menunjukkan seberapa besar pendapatan keluarga tersebut sehingga bisa membeli perhiasan emas yang mahal. Perhiasan tidak pernah dipakai ketika berada di rumah, tetapi akan dipakai ketika menghadiri acara-acara keluarga maupun acara besar di lingkungannya seperti acara perkawinan, syukuran kampung, festival, dan acara yang lainnya. Di acara-acara ini akan ada banyak orang yang melihat penampilan mencolok dari seorang istri petani. Kebanyakan informan yang diwawancarai oleh peneliti mengaku memiliki barang perhiasan emas. Empat dari enam informan penelitian ini mengatakan bahwa mereka memiliki perhiasan emas.

*“Gelang kaleh cincin sak gram”*

(Gelang dan cincin satu gram).

Sumber: Wawancara dengan Bapak Ardiansyah (Minggu, 10 Desember 2017)

Menurut pengakuan bapak Ardiansyah, perhiasan emas yang dibelinya diberikan kepada istrinya. Berat total perhiasan emas yang dimilikinya adalah lima gram. Uang pembelian perhiasan emas ini didapatkan dari hasil panen gabah. Perhiasan emas ini dibeli tidak untuk dipakai sehari-hari, namun sebagai barang investasi dan baru akan dipakai ketika ada acara hajatan sehingga orang lain dapat mengetahui bahwa ia memiliki perhiasan emas yang cukup banyak. Jadi, selain sebagai simpanan atau investasi, perhiasan emas ini dibeli untuk bisa dipamerekan atau ditunjukkan kepada orang lain.

Selain barang perhiasan emas, kendaraan pribadi juga menjadi barang yang seolah harus dimiliki oleh masyarakat konsumer dewasa ini. Fungsi kendaraan sejatinya adalah alat transportasi yang memudahkan manusia untuk mencapai tempat tujuan tanpa harus berjalan kaki. Kendaraan pribadi sebenarnya bukanlah kebutuhan pokok, seseorang masih bisa mencapai tempat tujuan mereka dengan berbagai sarana alternatif lainnya, misalnya dengan naik bus umum, ojek, bemo, dan lain sebagainya. Kendaraan pribadi sejatinya adalah kebutuhan tersier, dimana orang tidak diharuskan untuk memenuhinya. Namun, kepemilikan kendaraan pribadi pada masyarakat perkotaan saat ini sudah dianggap sebagai kebutuhan pokok.

Empat dari enam informan pada penelitian ini masing-masing memiliki kendaraan pribadi lebih dari satu. Hal tersebut sesuai dengan keadaan ibu Kumala. Informan ini memiliki tiga sepeda motor yang masih aktif digunakan. Alasan pembelian kendaraan bermotor tersebut berbeda-beda, kebanyakan merujuk pada kemudahan akses untuk mencapai tempat kerja. Alasan tersebut sangat rasional, tetapi apakah akan rasional ketika jarak antara tempat tinggal dan tempat kerja hanya beberapa meter saja? Ibu Kumala memiliki alasan tersendiri ketika ditanya apa latar belakang memiliki tiga sepeda motor sekaligus. Informan ini mengatakan bahwa sepeda motornya dipakai untuk bekerja, ia memakai satu sepeda motor, suami dan anaknya juga memakai sepeda motor masing-masing satu, sehingga dalam satu keluarga ibu Kumala masing-masing orang memiliki kendaraan pribadi. Kondisi ini dapat dilihat sebagai sebentuk praktik budaya konsumerisme, ketika satu buah sepeda motor saja menghabiskan cukup banyak uang untuk membeli bahan bakar, membayar pajak kendaraan, dan biaya *service*. Padahal informan ini hanya memiliki pendapatan Rp 40.000 per hari tanpa ada tambahan karena suaminya tidak bekerja. Apakah dengan pendapatan minim tersebut bisa digunakan untuk membiayai pengeluaran tiga buah sepeda motornya? Pengeluaran pajak kendaraan misalnya, ibu Kumala menjelaskan bahwa satu sepeda motor pajaknya bisa sampai Rp 200.000 setiap tahun, hal ini dibuktikan dengan kutipan wawancara di bawah ini:

*“Nek pek ku iki satu tahun e dua ratus mboh piro iki”*

(Kalau punya saya ini satu tahunnya dua ratus apa berapa gitu).

Sumber: Wawancara dengan Ibu Kumala (Senin, 11 Desember 2017)

Pajak sepeda motor yang dibayarkan oleh ibu Kumala sekitar Rp.200.000 per sepeda. Jika dikalikan tiga buah sepeda motor, maka total pajak kendaraan yang harus dibayar oleh ibu Kumala adalah Rp.600.000 rupiah. Pengeluaran untuk pajak ini cukup besar dibanding dengan pendapatannya. Pengeluaran ini belum ditambah dengan pengeluaran lainnya seperti PDAM, pajak listrik dan pajak bangunan atau PBB serta pengeluaran lainnya.

Ibu Kumala membeli sepeda motor dengan alasan untuk alat transportasi ketika bekerja, padahal jarak antara tempat tinggal ibu Kumala dengan tempat kerjanya cukup dekat sehingga bisa diakses menggunakan angkutan umum. Namun, ibu Kumala berpendapat lain, baginya dengan menggunakan sepeda motor maka akan lebih praktis daripada naik angkutan umum. Jika dipandang dari segi efisiensi waktu dan biaya, menggunakan sepeda motor memang lebih hemat dan efisien, tetapi dengan penghasilan yang sedikit tersebut ibu Kumala memaksakan agar sepeda motornya bisa digunakan walaupun pada akhirnya untuk mengisi bahan bakar saja ibu Kumala harus menyisihkan uang belanja.

Kepemilikan kendaraan pada ibu Kasiyati berbeda dengan ibu Kumala. Ibu Kasiyati memiliki satu sepeda motor dan satu mobil, mobil yang dimiliki oleh informan terlihat mencolok karena di lingkungan tempat tinggalnya hanya ibu Kasiyati yang memiliki mobil. Kepemilikan mobil dan sepeda motor membuat status informan di mata orang lain menjadi berbeda daripada kenyataannya yang hanya sebagai petani. Informan lain dalam penelitian ini yang memiliki kendaraan lebih dari satu adalah bapak Suhiran. Informan beralasan bahwa satu motornya digunakan sendiri untuk bekerja karena jarak antara tempat kerja dengan tempat tinggal cukup jauh. Kecamatan Lakarsantri merupakan kecamatan yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Gresik. Jalan raya di Kelurahan Jeruk menjadi akses utama ketika orang dari daerah Gresik ingin ke Surabaya dan sebaliknya sehingga banyak angkutan umum yang melewati jalur ini. Namun, kenyataannya informan memilih naik sepeda motor dengan alasan lebih cepat dan lebih murah dibandingkan naik angkutan umum untuk menuju ke tempat kerja. Sedangkan satu sepeda motor lain milik informan digunakan oleh anaknya yang bekerja di Surabaya.

Memiliki kendaraan pribadi lebih dari satu berarti harus menerima konsekuensi di belakangnya. Informan memiliki kewajiban untuk merawat kendaraan miliknya. Biaya perawatan kendaraan dan lain-lain semakin besar ketika orang memiliki kendaraan dalam jumlah yang banyak. Pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk ini didapatkan temuan menarik bahwa pendapatan yang rendah ternyata tidak berpengaruh pada kepemilikan kendaraan pribadi. Penggunaan barang tidak lagi berdasarkan kebutuhan tetapi lebih karena terpaksa dan dipaksa oleh gengsi yang tinggi. Pemaksaan ini menghilangkan nilai kenikmatan konsumsi, sebagaimana dikatakan oleh Baudrillard (Baudrillard, 2011):

“...Sebagai logika sosial, sistem konsumsi didirikan diatas dasar pengingkaran kenikmatan. Di sana kenikmatan tidak lagi muncul sama sekali sebagai tujuan yang rasinonal, tetapi sebagai rasionalisasi individu pada suatu proses yang bertujuan lain. Kenikmatan akan memberi batasan konsumsi bagi dirinya, otonom, dan akhir konsumsi. Padahal konsumsi tak pernah seperti itu, orang bernikmat-nikmat untuk dirinya sendiri, tetapi ketika kita mengkonsumsi, kenyataannya kita tidak bisa sendirian (inilah ilusi konsumen, yang dijaga dengan cermat oleh semua pembicaraan ideologi terhadap nilai, dimana semua konsumen dilibatkan secara timbal balik tanpa menghiraukan mereka sendiri)” (Baudrillard, 2011).

Pada masyarakat petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, konsumsi barang-barang berharga sudah tidak berdasarkan pemenuhan kebutuhan, tetapi ada pemaksaan yang secara tidak sadar telah dilakukan oleh produk konsumsi. Seakan-akan produk konsumsi tersebut mengharuskan setiap orang untuk menggunakannya, padahal penggunaan barang-barang tersebut tidak sesuai dengan keadaan ekonomi pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk yang pendapatannya tidak banyak. Melalui pemaksaan terstruktur ini orang tidak akan sadar bahwa mereka dikendalikan oleh produk-produk konsumsi.

**Pembahasan**

Masyarakat perkotaan dikenal dengan gaya hidupnya yang cenderung konsumtif karena terpengaruh oleh budaya konsumerisme. Gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah berdirinya mall-mall, supermarket, minimarket, dan tempat hiburan di tengah kota dengan berbagai fasilitas menarik (Jati, 2015). Kelurahan Jeruk yang termasuk ke dalam wilayah perkotaan Surabaya juga turut terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif seperti kebanyakan masyarakat yang tinggal di tengah perkotaan.

Praktik budaya konsumerisme yang dilakukan oleh para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk dapat dilihat dari pembelian barang-barang seperti pakaian, kendaraan, perhiasan, dan barang elektronik (lihat Tabel 3). Barang-barang tersebut sebenarnya termasuk ke dalam barang-barang kebutuhan tersier, yakni kebutuhan pelengkap yang pemenuhannya dapat dihindarkan atau dikesampingkan. Kebutuhan tersier biasanya memiliki nilai prestise, artinya orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini akan terangkat kelas sosialnya karena barang-barang kebutuhan tersier hanya bisa dipenuhi oleh mereka yang memiliki banyak uang. Pembelian barang-barang berharga yang dilakukan oleh petani perkotaan di Kelurahan Jeruk cenderung tidak dilihat dari nilai-gunanya, melainkan lebih dilihat berdasarkan nilai-tanda dan nilai-simbolnya (Baudrillard, 2011).

Tabel 3. Budaya Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Praktik Konsumerisme** | **Nilai-Guna** | **Nilai-Tanda/Simbol** |
| Membeli pakaian | Sebagai kebutuhan primer (sandang) | Sebagai simbol status sosial (orang berada) |
| Membeli barang kebutuhan pokok | Sebagai kebutuhan primer (pangan) | Sebagai simbol status sosial (mampu berbelanja di minimarket) |
| Membeli barang berharga | Sebagai barang investasi | Sebagai simbol status sosial dan prestise (memiliki kekayaan yang cukup banyak) |

Sumber: Diolah dari data penelitian penulis

Jumlah, jenis, dan jenama barang yang dibeli secara sekilas menandakan selera petani perkotaan di Kelurahan Jeruk yang tinggi, yang dapat menandakan kondisi ekonomi mereka. Tujuan utama pembelian barang-barang berharga oleh petani perkotaan di Kelurahan Jeruk sendiri adalah untuk meningkatkan status sosial mereka di mata masyarakat sekitar. Temuan tentang selera petani perkotaan dalam penelitian ini mendukung pernyataan Mike Featherstone (Featherstone, 2008) yang mengatakan bahwa:

“Individu modern dalam budaya konsumer tidak hanya berbicara dengan busananya, tetapi dengan rumahnya, perabotannya, dekorasi, mobil dan berbagai aktivitas lain yang harus dipahami dan diklarifikasikan dalam kaitannya dengan kehadiran atau tidak adanya selera” (Featherstone, 2008).

Data hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan petani perkotaan memiliki perbedaan selera, pemilihan tempat berbelanja pakaian, dan intensitas pembelian pakaian (Shinta, 2018). Namun, pada intinya pembelian pakaian yang sering atau dalam jumlah banyak yang dilakukan oleh para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk dapat dikategorikan sebagai salah satu praktik budaya konsumerisme, terlebih apabila pembelian pakaian tersebut tidak berdasarkan kebutuhan dan daya beli, namun sekedar untuk memenuhi keinginan (mengoleksi barang-barang terbaru) dan tren mengikuti gaya hidup, artinya barang-barang yang dibeli tidak digunakan sebagaimana fungsinya (hanya untuk mengkonsumsi nilai-tanda dan nilai-simbol). Seperti yang dikatakan Baudrillard (Baudrillard, 2011) bahwa masyarakat dalam budaya konsumer hidup di bawah “*fun system* atau sistem paksaan kenikmatan”:

“Salah satu bukti terkuat bahwa prinsip dan tujuan konsumsi bukan kenikmatan adalah bahwa dewasa ini tujuan konsumsi merupakan paksaan dan dilembagakan bukan sebagai hak atau kesenangan, tetapi sebagai tugas (*devoir*) dari warga negara” (Baudrillard, 2011).

Selain pembelian pakaian, kepemilikan kendaraan pribadi dalam jumlah lebih dari satu juga menjadi salah satu temuan dalam penelitian ini. Pada masyarakat perkotaan saat ini, kepemilikan kendaraan pribadi menjadi hal yang penting. Satu orang memiliki lebih dari satu motor atau mobil tidak lagi menjadi hal yang aneh. Masyarakat yang tinggal di perkotaan menganggap kendaraan pribadi sebagai perwujudan eksistensi dirinya. Lebih jauh, keadaan ekonomi seseorang bisa dilihat dari kepemilikan kendaraan bermotor. Semakin tinggi harga kendaraan tersebut, maka semakin tinggi derajat sosial ekonomi pemiliknya di mata orang lain. Dengan kata lain, kendaraan bermotor tidak semata memiliki nilai-guna, tetapi juga memiliki nilai lain yaitu nilai status dan prestise. Dalam budaya konsumerisme, kendaraan bermotor sejatinya memang memiliki nilai-tanda serta nilai-simbol, seperti dijelaskan oleh Hidayat (Hidayat, 2012) sebagai berikut:

“...Sebuah mobil porsche atau BMW misalnya, dinilai bukan karena manfaatnya sebagai alat transportasi atau harganya yang mahal, melainkan karena ia menjadi simbol gaya hidup, prestise, kemewahan, dan struktur sosial pemiliknya” (Hidayat, 2012).

Memiliki kendaraan pribadi lebih dari satu berarti harus menerima konsekuensi di belakangnya. Informan memiliki kewajiban untuk merawat kendaraan miliknya. Biaya perawatan kendaraan dan lain-lain semakin besar ketika orang memiliki kendaraan dalam jumlah yang banyak. Pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk ini didapatkan temuan menarik bahwa pendapatan yang rendah ternyata tidak berpengaruh pada kepemilikan kendaraan pribadi. Penggunaan barang tidak lagi berdasarkan kebutuhan tetapi lebih karena terpaksa dan dipaksa oleh gengsi yang tinggi. Pemaksaan ini menghilangkan nilai kenikmatan konsumsi, sebagaimana dikatakan oleh Baudrillard (Baudrillard, 2011):

“...Sebagai logika sosial, sistem konsumsi didirikan diatas dasar pengingkaran kenikmatan. Di sana kenikmatan tidak lagi muncul sama sekali sebagai tujuan yang rasinonal, tetapi sebagai rasionalisasi individu pada suatu proses yang bertujuan lain. Kenikmatan akan memberi batasan konsumsi bagi dirinya, otonom, dan akhir konsumsi. Padahal konsumsi tak pernah seperti itu, orang bernikmat-nikmat untuk dirinya sendiri, tetapi ketika kita mengkonsumsi, kenyataannya kita tidak bisa sendirian (inilah ilusi konsumen, yang dijaga dengan cermat oleh semua pembicaraan ideologi terhadap nilai, dimana semua konsumen dilibatkan secara timbal balik tanpa menghiraukan mereka sendiri)” (Baudrillard, 2011).

Pada masyarakat petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, konsumsi barang-barang berharga sudah tidak berdasarkan pemenuhan kebutuhan, tetapi ada pemaksaan yang secara tidak sadar telah dilakukan oleh produk konsumsi. Seakan-akan produk konsumsi tersebut mengharuskan setiap orang untuk menggunakannya, padahal penggunaan barang-barang tersebut tidak sesuai dengan keadaan ekonomi pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk yang pendapatannya tidak banyak. Melalui pemaksaan terstruktur ini orang tidak akan sadar bahwa mereka dikendalikan oleh produk-produk konsumsi.

Baudrillard dalam bukunya *Masyarakat Konsumsi* (Baudrillard, 2011) menjelaskan bahwa barang-barang berharga keperluan rumah tangga seringkali tidak digunakan sebagai alat rumah tangga sebagaimana fungsinya, namun lebih digunakan sebagai objek tanda dan simbol status sosial:

“Di luar ruang lingkup fungsi objektifnya, yang tidak dapat diganti, di luar ruang lingkup ledakannya, objek dapat digantikan dengan cara kurang lebih terbatas dalam ruang lingkup konotasi, di mana ia mengambil makna tanda. Maka dari itu mesin cuci berguna sebagai alat rumah tangga dan bermain sebagai elemen kenyamanan, prestise, dan lain-lain. Sebenarnya ruang lingkup terakhir itulah yang merupakan ruang lingkup konsumsi, di sini, segala bentuk objek dapat diganti dengan mesin cuci sebagai unsur signifikansi. Dalam logika tanda, seperti dalam logika simbol-simbol, objek-objek tidak lagi dihubungkan dengan fungsi atau dengan kebutuhan yang nyata. Hal ini benar karena objek menjawab semua hal lain yang merupakan logika sosial, maupun keinginan, yang mereka gunakan sebagai ruang lingkup yang berubah-ubah dan tidak sadar akan artinya” (Baudrillard, 2011).

Baudrillard memberikan contoh mesin cuci sebagai salah satu objek barang berharga dalam rumah tangga. Fungsi utama atau fungsi manifest mesin cuci adalah untuk meringankan pekerjaan manusia ketika harus mencuci pakaian dalam jumlah yang banyak. Namun, fungsi laten mesin cuci sejatinya bukan sekedar demi nilai manfaatnya, melainkan juga sebagai penanda status sosial. Dalam penelitian ini ditemukan fakta bahwa kepemilikan mesin cuci pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk juga menjadi objek simbol status sosial karena berjenama terkenal dan memiliki harga yang mahal.

Kepemilikan dan pembelian barang-barang rumah tangga oleh petani perkotaan di Kelurahan Jeruk sangat dipengaruhi oleh godaan iklan. Seseorang bisa saja pada awalnya tidak tertarik untuk membeli produk tertentu, tetapi ketika produk itu setiap hari gencar ditawarkan melalui iklan, baik di televisi, media cetak atau baliho di sepanjang jalan, maka tanpa sadar produk itu pelan-pelan seolah menjadi sebuah kebutuhan.

Iklan dan jenama adalah faktor penarik agar seseorang mau menggunakan produk tertentu, seperti yang dikatakan oleh salah satu informan dalam penelitian ini yaitu bapak Ardiansyah bahwa ia hanya menggunakan barang dengan jenama yang disukai:

*“Polytron, aku fanatik Polytron, kuabeh Polytron”*

(Polytron, saya fanatik Polytron, semuanya Polytron).

Sumber: Wawancara dengan Bapak Ardiansyah (Minggu, 10 Desember 2017)

Dari kutipan wawancara di atas dapat dikatakan bahwa informan membeli barang-barang elektronik termasuk mesin cuci dan lemari es berdasarkan jenama yang disukai. Informan menyebut kata fanatik ketika memilih jenama barang tertentu. Fanatik adalah sikap mengagumi sesuatu secara berlebihan. Di sini informan mengagumi satu jenama produk yang dianggap memiliki kualitas yang lebih baik dibanding dengan dengan jenama lain.

Selain barang elektronik, penggunaan telepon seluler oleh petani perkotaan di Kelurahan Jeruk juga patut menjadi perhatian. Telepon selulermerupakan barang elektronik yang dapat dikategorikan ke dalam kebutuhan tersier apabila dilihat dari fungsinya. Namun, dengan melihat kenyataan yang ada, saat ini telepon seluler nampaknya bukan lagi menjadi barang kebutuhan tersier, melainkan bisa dikategorikan sebagai kebutuhan primer. Produsen pun berlomba menonjolkan keunikan telepon seluler lewat jenama sehingga orang akan menghafal jenama tersebut ketika ingin membeli telepon selulerbaru. Bapak Suhiran adalah salah satu informan pada penelitian ini yang mengaku memiliki telepon seluler lebih dari satu:

*“Seng setunggal samsung seng setunggal nopo nggeh....M niku nopo?”*

(Yang satunya Samsung yang satunya apa ya....M itu apa?)

*“Xiaomi nopo?”*

(Xiaomi Mungkin?)

Sumber: Wawancara dengan Bapak Suhiran (Minggu, 10 Desember 2017)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat diketahui bahwa ada dua jenama telepon seluler yang ditunjukkan oleh informan ini. Informan ini memilih dua jenama telepon seluler yang berbeda. Apabila melihat perkembangan produksi gawai di Indonesia, dua jenama telepon seluler yang disebutkan oleh informan dalam kutipan wawancara di atas adalah jenama telepon seluler yang terkenal. Salah satu jenama telepon seluler yang selalu muncul dalam iklan adalah jenama Samsung, baik itu melalui iklan televisi ataupun media cetak. Telepon seluler Samsung menjadi *trendsetter* di kalangan masyarakat kelas atas hingga kelas bawah sehingga tidak heran apabila informan ini memilih telepon seluler Samsung dibandingkan jenama lain.

Produk-produk dengan jenama terkenal yang banyak diiklankan terutama melalui media televisi ternyata menjadi pilihan informan dalam penelitian ini. Sejatinya, iklan dan jenama adalah dua kata yang saling berhubungan. Barang yang jenama-nya tidak terkenal bisa saja seakan-akan menjadi barang yang populer karena pengaruh iklan. Iklan sangat pintar dalam mendramatisir sesuatu (Ramadhan, 2019). Mengutip penjelasan Bagong dalam penelitian Zakia (Zakia, 2014), di era postmodern saat ini iklan boleh dikatakan bukan lagi sekedar pelengkap sistem kapitalisme, melainkan telah menjadi salah satu instrumen paling vital karena terbukti mempunyai kekuatan yang dahsyat untuk membujuk hasrat (*desire*) konsumen terhadap barang maupun jasa melalui asosiasi-asosiasi citra yang dibangunnya. Pada masyarakat dewasa ini jangan kaget jika banyak warga masyarakat ramai-ramai memiliki kartu kredit, membeli barang dengan cara mencicil atau mengalokasikan sebagian besar penghasilannya untuk membeli berbagai produk industri budaya yang terus bermunculan di pasar semata demi citra dan penggenapan status sosial dirinya (Sukirno & Harianto, 2017).

Seperti yang dijelaskan Baudrillard (Baudrillard, 2011) mengenai nilai-tanda dan nilai-simbol, di sini yang dikonsumsi oleh informan sejatinya bukan lagi manfaat dari barang tersebut, namun citra jenama barangnya. Pengaruh iklan terhadap pilihan konsumsi petani perkotaan di Kelurahan Jeruk terlihat dari pemilihan barang elektronik yang dibeli berdasarkan jenama tertentu. Iklan tidak menampilkan kegunaan produk, melainkan iklan cenderung menampilkan citra dari produk tersebut. Barang tidak dikonsumsi berdasarkan kegunaannya, namun lebih didasarkan pada citra barang itu sendiri (Sanderson, 2003). Iklan dan perilaku konsumsi yang dilakukan orang-orang di sekitarnya nampaknya turut mempengaruhi pilihan gaya hidup para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk untuk membeli produk berjenama tertentu demi memenuhi tuntutan status sosial dalam lingkungannya.

**KESIMPULAN**

setidaknya ada tiga indikator utama praktik budaya konsumerisme pada petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Ketiga indikator praktik budaya konsumerisme tersebut adalah selera dalam membeli pakaian, selera dalam berbelanja kebutuhan pokok, dan selera kepemilikan barang-barang berharga sebagai simbol status sosial. Pendapatan yang rendah ternyata tidak menyebabkan petani perkotaan berhenti memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier. Bahkan, petani perkotaan dalam penelitian ini tetap melakukan aktivitas konsumsi dalam jumlah yang cukup besar dan cenderung tidak sebanding dengan tingkat penghasilan mereka yang rendah. Para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk, meskipun berpenghasilan sangat terbatas, ikut larut dan memaksakan diri dalam arus budaya konsumerisme masyarakat perkotaan Surabaya karena terpengaruh oleh gaya hidup lingkungan sekitarnya.

Praktik budaya konsumerisme petani perkotaan lebih merupakan aktivitas konsumsi yang dipaksakan karena tidak diimbangi dengan tingkat pendapatan yang memadai. Fenomena aktivitas konsumsi dan praktik budaya konsumerisme para petani perkotaan di Kelurahan Jeruk yang dipaksakan ini bisa disebut sebagai fenomena kuasi-konsumerisme (*quasi-consumerism*). Kata *‘quasi’* berarti hampir, seolah-olah, atau semu. Sedangkan kata *‘consumerism’* berarti paham yang menganggap barang-barang (mewah) sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan. Kuasi-konsumerisme dalam konteks gaya hidup para petani perkotaan ini adalah adalah sebuah praktik budaya konsumerisme semu atau palsu, dimana individu membeli barang atau jasa mewah tertentu demi sekedar untuk mengikuti tuntutan gaya hidup konsumtif berupa nilai-tanda dan nilai-simbol kemewahan meskipun sebenarnya berbanding terbalik dengan tingkat pendapatan ekonominya yang rendah. Dengan hasil penelitian ini, peneliti berharap akan ada penelitian-penelitian selanjutnya yang lebih mendalam meneliti fenomena budaya konsumerisme yang saat ini telah menjadi isu sosial penting dalam realitas kehidupan masyarakat Indonesia dewasa ini.

.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alfitri, A. (2007). Budaya konsumerisme masyarakat perkotaan. *Empirika FISIP Unsri*, *11*(1), 1–10.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Baudrillard, J. (2011). *Masyarakat konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

BPS. (2017). *Laporan hasil sensus pertanian 2013 (Pencacahan lengkap)*.

Bungin, B. (2007). *Analisis data penelitian kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.

Fatmawati, D. (2020). Pola konsumsi perempuan migran Madura (studi fenomenologi di kelurahan Kemayoran Baru DKA, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya). *Jurnal Analisa Sosiologi*, *9*, 21–56. https://doi.org/10.20961/jas.v9i0.39818

Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme dan budaya konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Geertz, C. (1983). *Involusi pertanian: Proses perubahan ekologi di Indonesia*. Jakarta: Bhratara Karya Aksara.

Hidayat, M. A. (2012). *Menggugat modernisme: Mengenali rentang pemikiran postmodernisme Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra.

Jati, W. R. (2015). Less cash society: Menakar mode konsumerisme baru kelas menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, *14*(2), 102–112. http://dx.doi.org/10.5614%2Fsostek.itbj.2015.14.2.1

Made, W. (2006). *Metodologi penelitian sosial ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Masamah. (2008). *Gaya hidup santriwati pondok pesantren Wahid Hasyim di tengah budaya konsumerisme*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Mufidah, N. L. (2012). Pola konsumsi masyarakat perkotaan: Studi deskriptif pemanfaatan foodcourt oleh keluarga. *Jurnal Biokultur*, *2*, 157–178.

Muizzah, L. (2014). *Iklan dan televisi (studi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)*. Bangkalan: Universitas Trunojoyo Madura.

Mulyana, D. (2008). *Metode penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Octaviana, R. (2020). Konsep konsumerisme masyarakat modern dalam kajian Herbert Marcuse. *Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, *5*(1), 121–133.

Pawanti, M. H. (2013). *Masyarakat konsumeris menurut konsep pemikiran Jean Baudrillard*. Universitas Indonesia: Program Studi Sastra Prancis.

Purwandari, H. (2006). *Perlawanan tersamar organisasi petani (upaya memahami gerakan sosial petani)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Rahardjo, M. (2017). *Studi kasus dalam penelitian kualitatif: Konsep dan prosedurnya*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Ramadhan, I. R. (2019). Gaya hidup masyarakat perkotaan dalam iklan media cetak (1930-1942). *Bihari: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Ilmu Sejarah*, *2*(2), 48–62.

Ritzer, G. (2004). *Teori sosiologi modern*. Jakarta: Kencana.

Ritzer, G. (2012). *Teori sosiologi: Dari sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sanderson, S. (2003). *Makrososiologi sebuah pendekatan terhadap realitas sosial (edisi kedua)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Santoso, E. B., & Widya, R. R. (2014). Gerakan pertanian perkotaan dalam mendukung kemandirian masyarakat di kota Surabaya. *Seminar Nasional Cities*. Institut Teknologi Sepuluh November.

Scott, J. C., & Basari, H. (1981). *Moral ekonomi petani: Pergolakan dan subsistensi di Asia Tenggara*. Jakarta: LP3S.

Shinta, F. (2018). Kajian fast fashion dalam percepatan budaya konsumerisme. *Jurnal Rupa*, *3*(1), 62–76. https://doi.org/10.25124/rupa.v3i1.1329

Singarimbun, M. (1989). *Metode penelitian survei*. Jakarta: LP3S.

Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S., & Harianto, S. (2017). Pergeseran gaya hidup masyarakat sub urban area di Kota Mojokerto. *Paradigma*, *5*(1), 1–10.

Syarifuddin, M. (2017). *Analisis aktivitas buruh tani dalam memenuhi kebutuhan pokok di Kelurahan Bakuan, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda*. Universitas Mulawarman.

Umanailo, M. C. B., Nawawi, M., & Pulhehe, S. (2018). Konsumsi menuju konstruksi masyarakat konsumtif. *Simulacra*, *1*(2), 203–212. https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995

Unaradjan, D. (2000). *Pengantar metode penelitian ilmu sosial*. Jakarta: PT. Grasindo.

Wahono, F. X. (2002). *Hak-hak asasi petani dan proses perumusannya*. Cindelaras Pustaka Rakyat Cerdas.

Zakia, N. H. (2014). *Gaya hidup konsumtif karyawati tenaga harian lepas (THL) di dinas sosial tenaga kerja dan transmigrasi Kabupaten Bangkalan*. Universitas Trunojoyo Madura.