

HASRAT KONSUMERISME PESERTA MAGANG PEMUDA ASAL BULELENG DI IBRAKI JEPANG: KAJIAN WACANA KRITIS

Wayan Nurita¹, I Dewa Ayu Devi Maharani Santika²

Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar

nuritabali@yahoo.com¹, devimaharanisantika@unmas.ac.id²

Abstrak: Covid-19 yang melanda hampir dua tahun lebih telah membuat angka pengangguran di kabupaten Buleleng-Bali mulai meningkat drastis. Berdasarkan data BPS yang ada, sejak tahun 2020 hingga tahun 2021, angka pengangguran di Buleleng melonjak hingga 4 persen atau sekitar 19.000 orang. Banyaknya pengangguran di Kabupaten Buleleng sedikit terpecahkan dengan masih berlangsungnya kerjasama pengiriman magang dengan pihak Koperasi Usaha Peternakan Tsukuba di Ibaraki-Jepang sejak tahun 2009 yang bergerak dalam bidang pertanian dan peternakan yang bisa memberikan kesempatan magang bagi pemuda asal kabupaten Buleleng dengan mendapatkan gaji berkisar antara 15-20 juta rupiah per bulan. Masalah yang diangkat dalam makalah ini adalah penggunaan gaji yang diperoleh para peserta karena dalam beberapa kasus menunjukkan ada beberapa peserta yang tidak bisa mengatur uangnya seperti: berjudi, berbelanja yang berlebihan, dan mabuk-mabukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan beberapa peserta magang ke Jepang pemuda asal Buleleng sampai tidak berhasil dalam mengelola keuangannya. Metode penelitian ini adalah metode penelitian lapangan mengacu ke gagasan Nazir (1988). Teknik pengumpulan data dengan studi lapangan dan kepustakaan sesuai gagasan Sugiyono (2005). Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori globalisasi Ritzer (2012) didukung oleh konsep bentuk kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi oleh Pilliang (2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, para peserta magang dalam mengelola keuangannya di Jepang terjadi hubungan subyek dan obyek dalam masyarakat konsumen; konsumerisme skizofrenik; konsumsi sebagai suatu sistem deferensiasi status, symbol dan lainnya; perasaan kekuasaan tertentu yang dimiliki subyek dibalik tindakan konsumsinya.

Kata Kunci: hasrat, konsumerisme, pemuda, magang, jepang.

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang melanda hampir dua tahun lebih telah membuat angka pengangguran di Buleleng mulai meningkat drastis, bahkan berdasarkan data yang ada, sejak tahun 2020 hingga tahun 2021, angka pengangguran di Buleleng melonjak hingga 4 persen atau sekitar 19.000 orang. Banyaknya pengangguran di Kabupaten Buleleng sedikit terpecahkan dengan masih adanya kerjasama pengiriman magang pemuda asal kabupaten Buleleng sejak ke Koperasi Usaha Peternakan Tsukuba yang bergerak dalam bidang pertanian dan peternakan berkedudukan di Ibaraki- Jepang.

Para peserta magang mendapatkan gaji (uang saku) berkisar antara 15-20 juta rupiah per bulan, bisa lebih jika ada lembur (uang lembur per jam Rp 78.000). Masalah

yang diangkat dalam makalah ini adalah masalah penggunaan uang atau upah yang diperoleh para peserta karena dalam beberapa kasus menunjukkan ada beberapa peserta yang tidak bisa mengatur uangnya seperti berjudi, berbelanja yang berlebihan, mabuk-mabukan dan bahkan ada yang sampai meminjam uang ke temannya karena salah mengatur uangnya yang akibatnya tidak hanya kepada individu bersangkutan, tetapi juga kepada keluarganya di Bali. Keterbaruan penelitian ini terletak pada wacara kritis yang mengangkat tentang para peserta magang dalam mengelola keuangannya di Jepang terjadi hubungan subyek dan obyek dalam masyarakat konsumen; konsumsi sebagai suatu sistem deferensiasi status, mengonsumsi simbol; perasaan kekuasaan tertentu yang dimiliki subyek dibalik tindakan konsumsinya.

Beberapa literatur terkait di antaranya tulisan Diah Afrilian dengan judul "Magang Jadi Petani di Jepang, Mahasiswi Indonesia Ini Dapat Rp 1,3 Juta/Hari, Rabu 03 Februari 2022 dinyatakan bahwa kegiatan saat kuliah selain fokus di akademik juga dirancang untuk kegiatan magang sesuai fakultas. Kesempatan magang saat ini tidak hanya dalam negeri namun juga di luar negeri salah satunya yang banyak menerima magang adalah Negara Jepang. Di Jepang selain gaji yang sangat tinggi juga ada suka dan dukanya, namun semuanya bisa dijadikan pengalaman untuk nantinya bisa dibawa pulang ke Indonesia sekaligus dengan uang skau untuk mengembangkan bisnis atau melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi.

Selasa, 31 Mei 2022 Koran Tempo dengan artikel "Kementan: Magang ke Jepang Cetak Petani-Pengusaha Milenial" menguraikan tentang Kementerian Pertanian melalui Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian (BPPSDMP) memberangkatkan 53 pemuda untuk mengikuti program magang ke Jepang. Acara pelepasan tersebut dilakukan oleh Menteri Pertanian, Syahrul Yasin Limpo. Menteri pertanian meminta peserta magang saat nanti kembali ke Indonesia dapat mengimplementasikan segala hal yang didapat di Jepang. "Ilmunya, etos kerjanya, teknologinya, terapkan nanti di Indonesia," ucap Mentan. (Sumber: <https://bisnis.tempo.co/read/1584007/kementan-magang-ke-jepang-cetak-petani-pengusaha-milenial>, diakses 24 Mei 2022).

Tujuan penelitian ini untuk mengungkap hal hal yang berkaitan dengan hasrat konsumsi peserta magang pemuda asal kabupaten Buleleng di Ibaraki Jepang sehingga mereka terjerumus dalam penggunaan uang yang tidak tepat sasaran.

Materi dan Metode

Metode penelitian ini adalah metode penelitian lapangan mengacu ke gagasan Nazir (1988). Teknik pengumpulan data dengan studi lapangan dan kepustakaan sesuai gagasan Sugiyono (2005). Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori globalisasi Ritzer (2012) didukung oleh konsep bentuk kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi oleh Piliang (2011).

Pembahasan

Para peserta magang pemuda asal kabupaten Buleleng ke Jepang setelah mereka mendapatkan upah (gaji bulanan), ada beberapa di antaranya yang tidak bisa mengatur keuangannya. Setelah penulis mengadakan peninjauan ke lapangan dengan mendapatkan beberapa informasi yang beredar di antara para peserta, maka dapat diklasifikasikan faktor-faktor penyebab kesalahpenggunaan uang atau upah yang didapat selama mereka melakukan magang. Beberapa faktor tersebut dapat diuraikan di bawah ini.

1. Terjadi Hubungan Subyek dan Obyek dalam Masyarakat Konsumer

Kelakuan para peserta praktek keterampilan kerja pemuda asal kabupaten Buleleng di Ibaraki Jepang, sesuai hasil dari wawancara di lapangan terhadap beberapa orang saat melakukan kunjungan keliling dengan staff dari Koperasi Usaha Peternakan Tsukuba (Mr Ohata dan Ms. Chiaki) didapati beberapa peserta praktek keterampilan kerja sering bepergian sampai larut malam, minum minum, bahkan ada yang ngobrol ramai-ramai sambil merokok dan minum hingga mabuk yang mengakibatkan semua produktivitas kerja tidak memenuhi standar dan target yang ditentukan perusahaan, maka sering sekali pemilik perusahaan (boss) marah kepada peserta yang bersangkutan sehingga sangat berpengaruh terhadap psikologis peserta. Kegiatan menyimpang yang dilakukan peserta magang tersebut tidak terlepas dari dampak negatif globalisasi.

Sama halnya di Indonesia, globalisasi juga melanda Jepang yang mengakibatkan salah satu perilaku bagi masyarakatnya adalah berjiwa konsumerisme, tidak ketinggalan perilaku tersebut juga melanda para peserta magang yang sedang berada di Jepang. Piliang (2011) menggarisbawahi bahwa kehidupan masyarakat modern sekarang justru sangat terrepresentasikan dalam slogan "*I shop therefore I am*" --aku berbelanja, maka aku ada. Ungkapan tersebut, bahkan juga menjadi slogan populer yang merefleksikan

semangat berkonsumsi masyarakat modern saat ini. Menurut Trevor Norris (dalam Piliang 2011), konsumerisme terkenal bersifat korosif dalam kehidupan politik dan bahkan menjadi suatu perombak—pendeformasi—kesadaran manusia. Konsumerisme dalam hal ini dipandang sebagai suatu proses dehumanisasi dan depolitisasi manusia--karena para warga negara yang aktif dan kritis telah banyak yang berubah menjadi konsumen yang sangat sibuk dan kritikus atau peneliti pasif.

Berkaitan dengan uraian Piliang di atas sehubungan dengan kelakuan jiwa konsumerisme para peserta magang di Jepang, di bawah ini akan ditampilkan beberapa foto yang menunjukkan penyalahgunaan uang beberapa peserta magang, di antaranya sebagai berikut.



Gambar 1 dan Gambar 2: Beberapa Jenis Minuman Keras di Kamar Peserta Magang dan Beberapa Peserta Magang Sedang Merokok Bebas di Kamar.

Dokumen pribadi (Oktober 2021)

1. Konsumsi Sebagai Suatu Sistem Deferensiasi Status

Aktivitas konsumsi para peserta praktek keterampilan kerja pemuda asal Kabupaten Buleleng di Ibaraki-Jepang tidak terbatas hanya pada pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari saja. Hal ini terlihat saat dilakukan pengecekan keliling bersama staff dari Koperasi saat melihat beberapa kamar mereka terdapat barang-barang yang bermerek dari makanan, minuman, rokok, pakaian, peralatan elektronik, hingga mainan yang semestinya tidak perlu untuk dibeli. Beberapa peserta saat diwawancarai mengatakan bahwa mereka sejak lama bermimpi ingin memiliki barang bermerek selain karena di Jepang dijamin asli, juga saat masih di Bali tidak mungkin bisa membelinya karena mahal. Dengan memiliki barang-barang yang mereka impikan maka mereka merasa bahwa di mata teman-temannya yang ada di Jepang bahkan yang masih di Bali, mereka

seolah memiliki status yang lebih tinggi. Kenyataan ini menggambarkan adanya sebuah perbedaan.

Di dalam kebudayaan yang dikuasai oleh hasrat ketimbang kedalaman spiritual, maka revolusi kebudayaan tak lebih dari revolusi dalam penghambaan diri bagi pelepasan hasrat. Felix Guattari adalah salah seorang dari banyak pemikir kontemporer yang melihat bahwa kini tidak ada lagi perjuangan revolusioner yang dapat hidup tanpa menghambakan dirinya pada pembebasan Hasrat, contoh: terlibat dalam keanekaragaman untuk seksual dan erotica (waria, lesbian, masokisme), perbedaan dalam normal dan abnormal; dengan membuka selubung diri selebar lebarnya (Lady Gaga, Pamela Anderson, Britney Spears, Syaga), menghangatkan diri sedalam dalamnya kegairahan kesenangan citraan dan tontonan (musik rock, sepak bola, game, TV) sehingga lenyaplah batas antara realitas dan fantasi, maka dari semuanya inilah revolusi kebudayaan Guattari dapat bersemi. Revolusi kebudayaan ini yang mencapai titik ekstremnya akan semakin mempersempit ruang bagi perenungan, penghambaan dan pencerahan spiritual.

Lebih lanjut Piliang, (2011:116) menyatakan bahwa ke mana pun kita memandang yang kita lihat adalah keragaman ragam artikulasi getaran hasrat, dan ke mana pun kita berjalan yang kita temukan adalah beraneka ragam arus libido yang bergerak tanpa henti. Dunia global kita disarati oleh berbagai pergerakan energi libido. Di ruang yang terbuka, di dalam kamar, bahkan di tempat terpencil sekalipun; di pasar, di kantor pemerintah, di *Super Mall*; di tempat kramaian, di tempat perbincangan ilmiah, bahkan di sebuah tempat suci pun energi libido selalu menemukan tempatnya.

Ada dua logika yang menandai perkembangan masyarakat kapitalisme global (ekonomi global, komunikasi global, kebudayaan global) menjelang abad ke-21, yaitu logika pelepasan energi hasrat (libido) dan logika kecepatan (bahasa Yunani: *dromo*), yang kedua-duanya berperan besar bagi kelenyapan sosial. Di dalam sistem ekonomi pasar bebas, misalnya, yang mengalir secara bebas dari satu negara ke negara lain, dari satu kebudayaan ke kebudayaan lainnya, tidak hanya sekadar barang-barang atau produk-produk, akan tetapi juga energi-energi libido. Yang mengalir dari satu negara ke negara lain, dari satu pasar ke pasar lain, dari satu *mall* ke *mall* lain, tidak hanya sekadar *shampoo*, *body lotion*, *video clip*, *fried chicken*, *slimming tea*, kulkas, atau mobil, akan tetapi juga kesenangan, kegairahan, kecabulan, kemabukan, keterpersonaan di balik produk-produk tersebut. Kapitalisme global tidak lagi berkaitan dengan ekspansi kapital,

teritorial dan pasar, seperti pada *monopoly capitalism*, akan tetapi kini lebih berkaitan dengan ekspansi arus libido dan perkembangbiakan getaran hasrat. Perputaran ekonomi pasar bebas melegitimasi perputaran dan pelepasan hasrat secara bebas, atau sebaliknya, logika hasrat menjadi paradigm dari berlangsungnya ekonomi (pasar bebas).

2. Mengonsumsi Simbol

Para peserta magang selain memang berkeinginan memiliki barang-barang mewah karena dorongan diri juga dipengaruhi faktor eksternal. Faktor eksternal yang dimaksud adalah faktor-faktor dari luar individu peserta magang yang turut serta mempengaruhi kelakuan para peserta sehingga mereka tidak bisa mengelola hasil kerjanya (gaji) sehingga penggunaannya tidak tepat. Beberapa faktor eksternal tersebut antara lain: (1). Lingkungan tempat kerja secara lokasi berdekatan dengan tempat-tempat hiburan malam sehingga secara tidak langsung mempermudah mencapai akses ke tempat tersebut (2). Pengaruh lingkungan kerja dalam hal ini teman sekerja baik yang sudah bekerja lebih dulu, teman seangkatan, maupun teman yang datang belakangan yang di antara mereka memang memiliki tabiat atau pribadi suka mabuk-mabukan, berjudi dan atau suka bermain perempuan, maupun mencari perempuan tuna susila. (3). Pengaruh dari pemilik perusahaan sendiri. Hal ini dapat dikatakan karena kebiasaan orang Jepang seperti minum-minum atau pesta saat merayakan keberhasilan pekerjaan atau usaha, juga saat-saat festival kebudayaan diadakan makan dan minum-minum seperti minuman sake dan lainnya yang diimpor dari Negara lain. (4). Pengaruh dari dunia informasi. Informasi di sini baik yang datang dari kalangan teman sendiri seperti melalui jejaring sosial (facebook, twitter, skype, WA) untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan produk-produk misalnya produk elektronik terbaru yang ada di Jepang dan belum ada di Indonesia. Dengan derasnya pengaruh dari luar, para peserta magang terseret arus sehingga sebenarnya yang mereka konsumsi adalah sebuah simbol. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Pilliang, (2011: 151) bahwa di dalam masyarakat kapitalisme akhir, setiap waktu mereka mengonsumsi produk, tanda atau citraan baru, semuanya itu adalah sebagai tanggapan terhadap informasi/pertanyaan/janji/bujuk rayu dari komoditi kapitalisme mutakhir. Namun kini, di dalam masyarakat kapitalisme mutakhir, yang konstan justru penggantian tanda, citraan, dan simbol-simbol tersebut.

3. Kekuasaan Subyek di Balik Tindakan Konsumsinya

Para peserta magang pemuda asal Kabupaten Buleleng di Ibaraki Jepang, dalam tindakan konsumsi mereka terhadap barang-barang yang sebenarnya bukan untuk kebutuhan, merasakan adanya prestise bahkan dengan adanya uang maka mereka merasa bisa melakukan apa saja. Selain itu mereka juga mengatakan bahwa inilah saatnya mereka menikmati hidup karena kalau mereka nanti kembali ke Bali tidak akan mendapatkan gaji sebesar ini. "Uang adalah kekuasaan", kata beberapa peserta magang tersebut.

Situasi di atas senada dengan pendapat Piliang, (2003:148) menyatakan bahwa konsumsi sebagai satu sistem diferensiasi—yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol, dan prestise sosial—adalah sistem yang menandai kedatangan masyarakat konsumen. Di dalam era konsumerisme, masyarakat hidup di dalam satu bentuk relasi subjek dan objek yang baru, yaitu relasi konsumerisme.

Baudrillard dalam Piliang, 2003:149-150 menyatakan bahwa kita tidak lagi mengontrol objek, akan tetapi dikontrol oleh objek-objek ini. Kita "...hidup sesuai dengan iramanya, sesuai dengan siklus perputarannya yang tak putus-putusnya." Ketimbang menguasai simbol, status, prestise lewat objek-objek konsumsi, kita justru terperangkap di dalam sistemnya. Ketimbang aktif dalam tindakan penciptaan dan tindakan kreatif, para konsumen, menurut Baudrillard justru lebih tepat disebut sebagai mayoritas yang diam, yang menempatkan dirinya dalam relasi subjek-objek, bukan sebagai pencipta, melainkan layaknya jaring laba-laba, yang menjaring dan mengkonsumsi apa pun yang ada di hadapan mereka. Celakanya, di dalam masyarakat konsumen kini, tidak saja fungsi objek konsumsi semakin kompleks, jenis, dan tata nilai yang ditawarkan semakin beraneka ragam, akan tetapi juga siklus perputaran dan tempo pergantiannya semakin cepat.

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa para peserta magang pemuda asal kabupaten Buleleng di Ibaraki Jepang dalam mengelola keuangannya terjadi hubungan subyek dan obyek dalam masyarakat consumer dengan mengkonsumsi barang yang bukan sebagai kebutuhan utama, konsumsi sebagai suatu sistem deferensiasi status karena dengan mengkonsumsi barang tertentu meninggikan status mereka, mengkonsumsi simbol dengan merek-merek tertentu, perasaan kekuasaan tertentu yang dimiliki subyek

dibalik tindakan konsumsinya dengan memiliki uang merasa berkuasa atas segala yang dia ingin konsumsi.

Rujukan

- Data Dinas Tenaga Kerja dan Trasmigrasi Kabupaten Buleleng Angkatan Kerja Tahun 2021.
Data Statistik Kabupaten Buleleng Tahun 2021.
- Ritzer, George. Douglas J Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Moderen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika. Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Dunia yang Dilipat. Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- Surat Penunjukan Bupati Buleleng no: 070.882 / DTKT / 2012 tertanggal 01 Juli 2010.
<https://bisnis.tempo.co/read/1584007/kementan-magang-ke-jepang-cetak-petani-pengusaha-milenial>, (diakses 24 Mei 2022).
- <http://jaringnews.com/wow-jumlah-pengangguran-dibali-capai-orang>, (diakses 26 Mei 2022).