

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah menjangkau berbagai bidang kehidupan manusia. Pada era ini, di mana teknologi sudah mendominasi, kemajuan sektor produksi telah menjadi salah satu kekuatan paling berpengaruh dalam mengubah dunia. Revolusi industri yang terus berlangsung telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara kita hidup, bekerja, berinteraksi, dan berkomunikasi. Teknologi telah membuka pintu menuju kemajuan yang luar biasa dan memberikan dampak yang luas pada berbagai sektor kehidupan.

Di Indonesia sendiri, sektor industri menawarkan solusi mata pencaharian bagi beberapa orang. Tidak sedikit orang yang berpikir bahwa industrialisasi dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Marselia, 2015). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) terkait jumlah industri yang ada di Jawa maupun luar Jawa pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan, berikut tabel jumlah industri di Jawa dan di luar Jawa.

Tabel 1. 1 Jumlah Industri Pengolahan

Jawa Dan Luar Jawa	Jumlah Industri Pengolahan Besar Dan Sedang, Jawa Dan Luar Jawa		
	2021	2022	2023
Jawa	24.694	25.423	25.312
Luar Jawa	6.094	6.353	6.609
Jumlah	30.788	31.776	31.921

Keterangan Data : Badan Pusat Statistik (2026)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa industri Indonesia semakin berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah industri yang semakin besar pada setiap tahunnya. Bersamaan dengan kondisi ini, di sisi lain terdapat peningkatan pada pertumbuhan sektor bisnis, yang

dianggap cukup sulit untuk meningkatkan pembangunan secara konsisten.

Masuknya industri memiliki dampak baik secara langsung maupun tidak langsung pada masyarakat. Secara langsung, lingkungan kerja suatu jenis pekerjaan dan cara orang bekerja akan mempengaruhi lingkungan dan cara hidup masyarakat sekitar. Sementara pengaruh yang tidak langsung, asosiasi antara karyawan dan keluarga dilakukan melalui media massa anggota kelas sosial, atau keanggotaan kelas sosial. Ini berarti bahwa orang yang mendapatkan pekerjaan juga akan mencapai tingkat kelas sosial tertentu, yang ditunjukkan oleh sikap dan tingkah laku tertentu (Marselia, 2015). Aspek hubungan sosial dan gaya hidup masyarakat berubah dan menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern sesuai dengan kemampuan dan akses yang dimiliki. Sehingga dalam hal ini masyarakat mengalami pergeseran ke kondisi sosial yang lebih kompleks.

Dalam budaya konsumen, busana, pilihan hiburan, kendaraan, dan lainnya dipandang sebagai indikator dari individualitas dan rasa gaya dari pemilik atau dari konsumen (Featherstone, 2008). Dalam kasus ini salah satu sifat pemborosan akan dipengaruhi oleh perilaku konsumsi yang berlebihan karena alasan sederhana yaitu menghambur-hamburkan uang.

Terdapat dua kategori kebutuhan hidup manusia yaitu kebutuhan primer dan sekunder. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang paling penting untuk bertahan hidup, seperti makan, minum, tempat tinggal, rumah, dan lainnya. Sedangkan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang diperlukan untuk melengkapi kebutuhan primer, seperti alat-alat dan perabotan (Sumardi, 1982).

Dalam budaya konsumen, busana, pilihan hiburan, kendaraan, dan berbagai pilihan konsumsi lainnya dipandang sebagai indikator dari individualitas dan rasa gaya dari pemilik atau dari konsumen itu sendiri (Featherstone, 2008). Sehingga dalam hal ini apa yang seseorang beli dan miliki semakin dianggap sebagai cerminan dari siapa dirinya di mata masyarakat.

Kebutuhan hidup setiap orang atau rumah tangga pada dasarnya terbagi menjadi dua kategori. Kategori pertama adalah kebutuhan primer yaitu

kebutuhan yang paling penting untuk bertahan hidup seperti makan, minum, tempat tinggal, dan lain sebagainya. Kategori kedua adalah kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk melengkapi kebutuhan primer seperti peralatan rumah tangga dan perabotan (Sumardi, 1982).

Seiring dengan pertumbuhan industrialisasi di berbagai wilayah, perubahan gaya hidup modern menyebabkan berbagai perbedaan antara kota dan desa semakin menipis (Raharjo, 2010). Terjadinya perubahan gaya hidup yang mereka persepsikan berdasarkan objek atau benda yang mereka konsumsi kini menjadi tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara masyarakat desa dengan masyarakat kota.

Perilaku konsumtif di masa sekarang menjadi hal yang tidak terpisahkan dari masyarakat, tidak terkecuali pada kalangan buruh. Kalangan buruh adalah kelas sosial yang mendapatkan imbalan atau gaji dari kelas majikan. Dengan berkembangnya zaman ke arah modernisasi, berkembang pula gaya hidup dalam masyarakat (Ritzer, 2012). Hal ini menjadikan buruh pabrik sebagai kelompok yang tidak luput dari pengaruh budaya konsumtif yang terus berkembang di masyarakat.

Buruh pabrik pada umumnya mendapatkan upah yang disesuaikan dengan Upah Minimum Kabupaten atau Kota (UMK) di masing masing daerah. Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, UMK Sidoarjo pada tahun 2023 ditetapkan sebesar Rp4.638.582 per bulan. Angka ini memang tidak kecil, namun jika dikaitkan dengan kebutuhan hidup sehari hari ditambah tanggungan keluarga yang harus dipenuhi setiap bulannya, penghasilan tersebut sering kali tidak bertahan hingga akhir bulan. Kondisi ini menjadi semakin menarik untuk dikaji ketika ditemukan bahwa tidak sedikit buruh yang justru mengalokasikan sebagian penghasilannya untuk membeli barang yang bukan termasuk kebutuhan pokok.

Perilaku konsumtif yang berlangsung terus menerus membawa dampak

yang cukup serius bagi kondisi keuangan buruh pabrik. Tidak sedikit buruh yang mengaku kesulitan memenuhi kebutuhan dasar menjelang akhir bulan karena penghasilannya sudah habis untuk membayar berbagai tagihan cicilan. Tabungan yang seharusnya bisa menjadi cadangan di saat kebutuhan mendesak justru tidak sempat terbentuk karena terus menerus digunakan untuk membeli barang yang lebih bersifat keinginan daripada kebutuhan. Situasi ini menciptakan lingkaran yang sulit untuk diputus karena dorongan untuk membeli sering kali tidak ikut mereda meskipun kondisi keuangan sedang menipis.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bancin pada tahun 2021, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif dan *social climber* yang dilakukan oleh buruh pabrik di Desa Mulioorejo Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang untuk meningkatkan status sosialnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan menjadi konsumtif untuk meningkatkan status sosial mereka dengan mengonsumsi tanda-tanda yang ada pada barang atau jasa yang mereka beli. Mereka dapat dianggap sebagai orang yang memiliki status sosial yang tinggi dengan menggunakan barang atau jasa yang mereka konsumsi, bahkan melakukan perilaku konsumtif untuk meningkatkan status sosialnya di mata masyarakat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nila Ridayani pada tahun 2017, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *online shopping fashion* terhadap perilaku konsumtif pekerja kantoran dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pekerja kantoran di kecamatan Ujung Loe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perilaku yang melibatkan pembelian impulsif, belanja karena kesenangan, dan konsumtif. Belanja seperti ini sudah menjadi gaya hidup. Informan rela menggunakan pendapatannya untuk membeli barang-barang yang diinginkannya dan menyisihkan uang tabungannya jika mereka dapat membeli produk yang dilabeli dengan model yang berbeda dengan orang lain. Selain itu, dia sangat bangga memiliki sejumlah besar barang yang dibeli melalui toko *online*.

Jika dahulu buruh disandingkan pada hidup yang sederhana, pas-pasan,

dan jauh dari simbol kemewahan, kini batasan itu telah terkikis sejak era kapitalisme global (Sussanto, 2012). Lebih dari itu, teknologi yang semakin berkembang pesat berperan penting dalam menyebarluaskan budaya konsumtif baik melalui iklan, tayangan tv maupun sosial media.

Perempuan secara khusus menjadi kelompok yang paling banyak disasar oleh industri konsumsi. Produk kecantikan, pakaian, aksesoris, dan peralatan rumah tangga adalah beberapa kategori barang yang iklannya secara dominan menargetkan perempuan sebagai konsumen utama. Piliang (2012) menjelaskan bahwa media secara konsisten memproduksi citra perempuan ideal yang dikonstruksi melalui kepemilikan barang tertentu, seperti perempuan yang cantik adalah yang memakai produk perawatan kulit tertentu, perempuan yang menjadi ibu baik adalah yang menyediakan peralatan dapur yang lengkap, dan perempuan yang modern adalah yang berpenampilan mengikuti tren terkini. Citra seperti ini terus menerus dikonsumsi oleh perempuan setiap hari melalui layar telepon pintar mereka sehingga tanpa disadari membentuk standar yang terasa seperti kewajiban untuk dipenuhi.

Sebelumnya peneliti telah melakukan observasi pra-penelitian yang tujuannya adalah untuk menemukan fenomena yang dapat dikaji lebih dalam. Adapun fenomena yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa sejumlah buruh pabrik perempuan di PT Siantar Top Tbk. memiliki lebih dari satu cicilan dalam waktu yang bersamaan. Ada yang mencicil kendaraan bermotor meskipun kendaraan lama masih berfungsi dengan baik. Ada pula yang memanfaatkan layanan *paylater* atau kredit untuk membeli pakaian, aksesoris, dan peralatan rumah tangga yang bukan termasuk kebutuhan utama. Hal yang lebih menarik adalah bahwa pembelian tersebut sebagian besar bukan dilakukan karena barang yang sudah dimiliki sudah rusak atau tidak layak pakai. Pembelian lebih banyak didorong oleh keinginan untuk tidak terlihat berbeda dari rekan kerja atau dorongan untuk mengikuti tren yang sedang berlaku di lingkungan sekitar.

Dari penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.

Dilihat dari segi pendapatan, upah buruh tidak dapat dikatakan besar, namun dengan pendapatan yang tidak cukup besar itu para buruh khususnya buruh pabrik PT. Siantar Top Tbk melakukan perilaku konsumtif. Faktor yang melatarbelakangi penulis dalam menentukan lokasi penelitian pada pabrik yang berada di kota Sidoarjo dikarenakan Sidoarjo memiliki jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja tertinggi menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur, yaitu sebanyak 978 Perusahaan dengan jumlah tenaga kerja laki-laki sebanyak 102.108, sedangkan jumlah tenaga kerja perempuan sebanyak 79.595, sehingga total tenaga kerja keseluruhan sebanyak 181.703 orang (jatim.bps.go.id, 2023). Berdasarkan data perusahaan yang tertera pada laman siapkerja.sidoarjokab.go.id, PT Siantar Top memiliki jumlah pekerja laki-laki dan perempuan tertinggi (sebanyak 3000 orang pekerja laki-laki dan 1500 orang pekerja perempuan) di antara perusahaan lain yang ada di Jawa timur (siapkerja.sidoarjokab.go.id, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.?
2. Apa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan bentuk perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.
2. Untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

1. Memberikan manfaat bagi peneliti berupa standarisasi pengetahuan dari ilmu yang didapatkan selama dibangku kuliah.
2. Untuk menjadi acuan pandangan atau persepsi yang lebih multikultural tentang perilaku konsumtif buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang akan didapatkan diharapkan bisa menjadi pembuka cakrawala pengetahuan yang baru tentang disiplin ilmu-ilmu sosial bagi masyarakat luas dan bagi program Studi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura khususnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi dalam bentuk informasi tentang bentuk perilaku konsumtif terkhusus pada buruh pabrik perempuan di PT. Siantar Top Tbk.