

Pola Perilaku Konsumtif Tenaga Kerja Wanita (TKW) Ketika Kembali Ke Daerah Asal Di Kabupaten Blitar

**Indah Wulandari
Universitas Sebelas Maret**

Abstrak : Adanya ketimpangan jumlah lapangan pekerjaan dengan angkatan kerja menyebabkan banyak penduduk Indonesia khususnya perempuan yang memilih bekerja menjadi TKW di luar negeri. Meskipun secara umum tujuan utama mereka bekerja di luar negeri adalah untuk memperbaiki kehidupan terutama dari segi ekonomi, namun ketika kembali ke daerah asal banyak ditemukan perubahan perilaku dari TKW yang konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, sehingga konsumsi yang dilakukan berlebihan dan cenderung sebagai pemborosan. Saat ini, sebuah barang atau produk dikonsumsi bukan hanya karena kebutuhan lahiriah saja namun karena nilai tukarnya yang bersifat simbolik, sehingga memicu masyarakat termasuk TKW berperilaku konsumtif. Seperti konsumsi yang dilakukan oleh TKW secara berlebihan hanya supaya dapat dikatakan sukses oleh masyarakat, sehingga apa yang mereka konsumsi adalah sesuatu yang dianggap bernilai lebih oleh masyarakat sebagai indikator kesuksesan seorang TKW. Dapat dikatakan bahwa mereka mengalami *hiperrealitas* karena mereka bertindak melampaui “realitas” yang ada, hanya mengejar sesuatu yang tidak nyata yaitu *prestise*. Selain dari barang yang mereka konsumsi, *hiperrealitas* juga tampak dari perubahan perilaku mereka ketika kembali ke daerah asal baik dari perubahan penampilan maupun sikap yang berlebihan. Sedangkan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW akibat adanya hegemoni baik dari persepsi masyarakat maupun dari pikiran mereka sendiri yang ingin terlihat “berbeda” dari masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa adanya hegemoni baik dari persepsi masyarakat maupun TKW sendiri mendorong terjadinya perilaku konsumtif dan berujung pada keadaan yang *hiperrealitas*.

Kata Kunci : pola perilaku, konsumtif, TKW, *hipperrealitas*, hegemoni

Pendahuluan

Ketimpangan jumlah angkatan kerja dengan lapangan pekerjaan yang tersedia di Indonesia memicu banyaknya penduduk bekerja di luar negeri terutama kaum perempuan. Fenomena ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pemasok TKW terutama pada kawasan Asia, meskipun pekerjaan yang ditekuni sebagian besar hanya pada sektor informal yaitu sebagai pembantu rumah tangga. Secara umum alasan banyak perempuan terutama dari pedesaan memilih bekerja menjadi TKW untuk bisa memperbaiki kehidupannya baik dalam segi ekonomi

maupun sosial. Akan tetapi, kenyataan di lapangan justru menunjukkan fenomena lain dalam kehidupan TKW ketika mereka kembali ke daerah asal. Meski mereka mampu menghasilkan banyak uang dari bekerja di luar negeri, namun tidak semua TKW bisa memperbaiki keadaan kehidupannya. Banyak diantara mereka yang cenderung berperilaku konsumtif ketika kembali ke daerah asal, sehingga tidak mengherankan apabila kehidupan mereka masih saja tidak mengalami kemajuan. Seperti yang terjadi pada TKW asal Kabupaten Blitar, meskipun sudah bertahun-tahun bekerja di luar negeri namun hanya segelintir diantara mereka yang mengalami kemajuan terutama dalam segi ekonomi karena banyak yang berperilaku konsumtif. Uang yang mereka hasilkan hanya untuk kepentingan sesaat bukan untuk investasi jangka panjang, sehingga dalam sekejap uangnya akan habis tanpa sisa.

Mengacu pada latar belakang yang telah dideskripsikan diatas, maka permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah : (1) Bagaimana pola perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh TKW setelah pulang ke daerah asal? (2) apa saja yang menjadi faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumtif TKW setelah pulang ke daerah asal? (3) bagaimana persepsi masyarakat tentang TKW dan pola perilaku yang ditunjukkan oleh mantan TKW?

Review Literatur

Perilaku Konsumtif Pada TKW

Pada masa kapitalisme seperti saat ini sebuah barang atau produk dikonsumsi bukan hanya karena kebutuhan lahiriah saja namun juga karena nilai tukarnya yang bersifat simbolik, misalnya membeli baju dengan merk tertentu hanya karena *prestise* padahal ada baju sejenis dengan harga yang lebih murah tetapi dianggap tidak *branded*. Oleh karena itu, aktivitas konsumtif yang dilakukan masyarakat dipengaruhi oleh berbagai hal terutama sistem kapitalisme yang membentuk pemahaman baru di dalam masyarakat mengenai budaya konsumsi.

Hidup dalam masyarakat modern menuntut TKW harus mampu menyesuaikan diri. Meskipun hidup di daerah pedesaan namun mereka akan

menunjukkan eksistensinya dengan barang-barang yang dikonsumsi. Tumbuh suburnya budaya konsumen, tidak sekedar memandang konsumsi yang berasal dari produksi tanpa mengakibatkan adanya problematika dalam masyarakat. Salah satu masalahnya adalah karena yang kita konsumsi adalah makna yang dilekatkan pada barang itu, sehingga kita tidak pernah mampu memenuhi kebutuhan kita karena merasa tidak pernah terpuaskan. Masyarakat kita dirusak oleh tatanan masyarakat konsumsi, yang merupakan tatanan dari manipulasi tanda (Baudrillard, 2011:16).

Menurut Baudrillard masyarakat modern pada saat ini termasuk TKW telah mengalami *hiperrealitas* yang terjebak dalam sistem tanda. Sementara itu, terjerumusnya masyarakat modern dalam *hiperrealitas* itu karena adanya penguasa dan penayang iklan yang selalu melekatkan makna diluar nilai guna barang itu. Mereka mengarahkan masyarakat agar memiliki pola pikir sesuai dengan yang mereka inginkan, sehingga tanpa sadar masyarakat terbawa oleh arus yang memang sengaja dibuat oleh para intelektual tersebut, atau dalam bahasa Gramsci dikenal dengan sebutan hegemoni.

Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Baudrillard tentang pergeseran nilai-nilai dalam masyarakat yang mempengaruhi pola konsumsinya, Gramsci melihat dari konteks lain yakni faktor yang mempengaruhinya. Hasrat untuk mengkonsumsi berbagai produk dibentuk oleh aparat ideologis, terutama dalam media massa lewat berbagai iklan yang eksplisit juga dalam gambaran berbagai gaya hidup seperti dalam cerita film, artikel, foto dan gambar televisi (Bocock, 2007:33).

Berkaitan dengan pola konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat modern, bahwa hegemoni mempengaruhi individu dengan pikiran-pikiran tertentu yang dalam konteks Baudrillard disebut sebagai “mitos”. Penciptaan simulasi kenyataan melalui model konseptual yang sebenarnya tidak dapat dilihat kebenarannya dalam kenyataan. Jadi pola perilaku masyarakat yang konsumtif menurut Baudrillard karena yang kita konsumsi adalah tanda (pesan, citra) daripada komoditas. Selain itu masyarakat kurang mampu membaca sistem konsumsi yang ada, sehingga yang terjadi adalah masyarakat pemboros agung.

Baudrillard juga menyatakan bahwa media massa telah mendorong dan mengeneralisasikan proses simulasi yang menyebabkan masyarakat terjerumus dalam sistem tanda yang ada. Sebagaimana pemikiran Gramsci tentang hegemoni yang dilakukan oleh penguasa dalam hal ini penayang iklan atau juga pemikir intelektual yang melahirkan ide-ide baru, yang menyebabkan masyarakat modern semakin konsumtif.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Blitar dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Fenomenologi dipilih karena mampu melihat perilaku manusia dari tafsir mereka akan dunia mereka sendiri, sehingga diharapkan mampu membaca fenomena perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW dari kacamata mereka. Jadi penelitian ini akan mengupas perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW dan dapat dijadikan pertimbangan untuk dapat lebih bijaksana dalam bersikap maupun membelanjakan uang hasil bekerja di luar negeri.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan (narasumber)

Informan yang dipilih dalam penelitian ini antara lain mantan TKW di Kabupaten Blitar, masyarakat di sekitar lingkungan tempat tinggal TKW, petugas Imigrasi Blitar, penjual pakaian di sekitar tempat tinggal TKW, dan petugas PPTKIS.

2. Dokumen

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain arsip dari Disnakertrans Kabupaten Blitar meliputi laporan bulanan informasi pasar kerja TKI, daftar rekapitulasi calon TKI. data sekunder yang diperoleh dari Ditjen Imigrasi Kabupaten Blitar adalah data tentang banyaknya TKW yang mengurus paspor di Imigrasi Kabupaten Blitar. Penelitian terdahulu yang relevan dan Undang-Undang terkait juga menjadi dokumen penting dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan narasumber antara lain mantan TKW di Kabupaten Blitar, masyarakat di sekitar lingkungan tempat tinggal TKW, petugas Imigrasi, penjual pakaian, dan petugas PPTKIS. Observasi yang dilakukan dengan melihat kegiatan sehari-hari TKW ketika di rumah dan juga mengamati berbagai aset yang dimiliki oleh TKW. Sedangkan untuk PPTKIS hanya sebatas pada cara menarik calon TKW agar mendaftarkan diri di tempat mereka. Dalam penelitian ini dokumen yang akan dianalisis adalah seperti yang sudah dijelaskan pada bagian sumber data. Sementara itu, teknik yang digunakan untuk menguji validitas data dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Pembahasan

Dari perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW memang dipengaruhi oleh banyak faktor baik yang berasal dari dalam maupun luar dirinya. Perilaku konsumtif yang mencerminkan keadaan hiperrealitas itu berkaitan erat dengan adanya hegemoni dalam kehidupan TKW seperti persepsi dari masyarakat. Di bawah akan diberikan pemaparan tentang perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW ketika mereka kembali ke daerah asal.

1. Konsumsi “Semu” TKW di Masyarakat

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa jenis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW, yang *pertama* adalah konsumtif dalam pembelian barang elektronik dan kendaraan bermotor. Fakta di lapangan menunjukkan hal lain, Hp tidak hanya sebagai alat komunikasi melainkan juga sebagai simbol *prestise*. Hp dibeli bukan karena kegunaan aslinya yakni alat komunikasi, namun lebih kepada “alat” untuk eksistensi diri. Kenyataan atau fakta di lapangan ini semakin memperkuat asumsi bahwa perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk dari *hiperrealitas*. Masyarakat telah terjebak dalam sistem tanda, mereka tidak lagi mampu membedakan yang nyata dan

imaginer. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa saat ini konsumsi yang dilakukan TKW hanya memenuhi kebutuhan “semu” mereka.

Selanjutnya, *kedua* konsumsi kosmetik atau semua hal untuk merubah penampilan mereka secara fisik. Banyak uang yang mereka keluarkan untuk merubah penampilan seperti dengan mengubah gaya rambut, membeli pakaian yang mahal dan mengkonsumsi kosmetik yang tidak disesuaikan dengan pendapatan. Perilaku yang tidak melihat keadaan nyata kehidupannya merupakan bentuk dari *hiperrealitas*, karena menjadikan kebutuhan sekunder seolah-olah menjadi kebutuhan primer. Selain itu, dia tidak mampu melihat kenyataan kehidupan yang berada pada kondisi ekonomi yang “kurang”.

Ketiga, sikap berlebihan dari TKW ketika pulang juga ada yang menunjukkan keadaan *hiperrealitas*. Salah satunya adalah dari cara mereka berbicara yang lebih sering menggunakan bahasa Indonesia atau sedikit bahasa Inggris, padahal masyarakat desa pada umumnya hanya menggunakan bahasa Jawa. Karena memang tanda tersebut tidak ada hubungannya sama sekali dengan realitas. Mereka terlihat “tidak” memahami realitas pada masyarakat di pedesaan yang menggunakan Bahasa Jawa sebagai alat komunikasi.

2. Simbolisme Dalam Kehidupan TKW

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif TKW. *Pertama*, adanya persepsi masyarakat tentang TKW itu sendiri, bahwa ternyata masyarakat selalu menganggap TKW memiliki banyak uang. Selain itu, adanya anggapan yang mengukur kesuksesan dari sesuatu terlihat yang dimiliki oleh TKW. Secara tidak langsung hal itu mempengaruhi perilaku TKW dalam membelanjakan uang hasil kerja mereka. Barang-barang yang mereka beli juga memiliki nilai simbolik, yang bisa menunjukkan kesuksesan mereka bekerja di luar negeri.

Kedua, status belum menikah atau single yang disandang oleh TKW. Secara umum, simbolis dari anak muda atau yang masih berstatus single adalah kebebasan. Hal itu bukannya tanpa alasan, biasanya dikatakan seperti itu karena mereka masih belum memiliki “ikatan” dalam sebuah organisasi

“perkawinan”. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan memang cenderung lebih “bebas” daripada yang sudah berkeluarga. “Kebebasan” itu juga tampak dari cara mereka melakukan konsumsi yang sesuai dengan keinginan mereka. barang yang mereka konsumsi juga berbau “simbolis” misalkan membeli motor baru dengan alasan agar terlihat lebih “gaul”. Seringkali mereka terjerumus dalam situasi yang *hiperrealitas* karena selalu mengejar “simbol” tertentu agar keberadaan mereka diakui.

Selanjutnya, *ketiga* adalah ingin terlihat berbeda dengan masyarakat desa pada umumnya. Mereka ingin dianggap lebih karena memiliki uang yang banyak dan mampu membeli apa yang mereka inginkan. Selain itu, adanya “rasa gengsi” juga mempengaruhi orientasi mereka dalam membelanjakan sesuatu. Sebenarnya adanya “rasa gengsi” juga karena nilai simbolik yang berlaku pada masyarakat. Misalnya tentang sesuatu yang dihargai “lebih” oleh masyarakat maka akan diusahakan untuk dimiliki seperti motor baru. Jadi apa yang mereka beli bukan karena kegunaannya namun karena ingin mendapatkan *prestise*.

3. Hegemoni “Persepsi” Masyarakat dan “Keinginan Berbeda” Dalam Konsumsi TKW

Dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan fakta bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan TKW dipengaruhi oleh hegemoni, yakni dari persepsi masyarakat dan dalam diri TKW itu sendiri. Kebanyakan dari mereka menganggap bahwa TKW itu pasti berhasil dan sukses. Selain itu, mereka juga menganggap kesuksesan itu diwujudkan dalam sesuatu yang terlihat, yang cenderung bernilai komersil. Sebenarnya masyarakat sendiri juga telah “terhegemoni” oleh “kriteria” sukses seorang TKW, sehingga yang mereka nilai untuk menentukan sukses tidaknya seseorang dari apa yang dia miliki. Persepsi masyarakat seperti itu yang secara tidak sadar juga telah “menghegemoni” TKW untuk berperilaku konsumtif.

Selain itu, perilaku konsumtif yang dilakukan TKW juga akibat “terhegemoni” oleh pikiran mereka sendiri yang ingin terlihat “berbeda” dari masyarakat umum karena mereka status mereka sebagai “TKW”. Adanya

pemikiran seperti itu sangat berpengaruh terhadap perilaku yang mereka tunjukkan. Perubahan penampilan yang dilakukan oleh TKW juga dipengaruhi oleh keinginan terlihat “berbeda” dari masyarakat desa pada umumnya. Banyak diantara TKW beralasan bahwa merubah penampilan agar terlihat sebagai seorang yang sudah pernah ke luar negeri dan memiliki uang banyak. Selain itu juga agar tidak terlihat “ndeso” padahal memang mereka hidup di pedesaan. Mereka telah “terhegemoni” oleh pikiran mereka sendiri yang justru sering menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat pedesaan karena apa yang mereka lakukan tidak sesuai dengan masyarakat paa umumnya.

Di sisi lain, anggapan yang cenderung negatif terhadap perubahan perilaku yang dilakukan TKW juga tidak lepas dari pengaruh “hegemoni” budaya timur yang diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Akibat sudah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat, sehingga nilai da norma yang ada selalu berbau “timur”. Meskipun pada saat ini memang mulai mengalami pergeseran namun bagi masyarakat terutama di daerah pedesaan masih memegang teguh nilai dan norma tersebut termasuk dalam hal penampilan. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila ketika TKW merubah penampilan mereka yang lebih ka arah “barat” maka akan datang banyak komentar negatif dari masyarakat.

Penutup

Secara keseluruhan dalam penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh TKW dipengaruhi oleh adanya hegemoni dari persepsi masyarakat tentang TKW, selalu menganggap TKW sukses dan memiliki uang banyak. Akhirnya, hanya untuk memenuhi anggapan masyarakat dan itu mengejar prestise, para TKW mengabaikan kebutuhan mereka yang sebenarnya, tidak ada investasi untuk masa depan sehingga kehidupan mereka tidak mengalami kemajuan.

Hegemoni lain berasal dari dalam diri mereka sendiri, yakni ingin terlihat berbeda dengan masyarakat karena sudah pernah bekerja di luar negeri. Perilaku

yang *hiperrealitas* muncul dari TKW ketika mereka kembali ke daerah asal misalnya dengan mengubah penampilan mereka yang berbeda dengan masyarakat desa pada umumnya. Selain itu, sikap yang berlebihan juga tampak misalnya dri cara berbicara maupun kebiasaan makan yang berbeda dengan masyarakat desa di sekitarnya.

Daftar Pustaka

- Baudrillard, J.P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Terj. Wahyunto. Bantul : Kreasi Wacana. (Buku asli diterbitkan 1970).
- Bocock, R. (2007). *Pengantar Komprehensif Untuk Memahami Hegemoni*. Yogyakarta : Jalasutra
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Ter, M.Z. Elisabeth. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- H.B. Sutopo. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif : Dasar Teori Dan Penerapannya Dalam Peneltian*. Surakarta : Sebelas Maret University Press
- Herdiansyah. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Lee, M.J. (2006). *Budaya Konsumen Terlahir Kembali : Arah Baru Modernitas Dalam Kajian Modal Konsumsi dan Kebudayaan*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana. (Buku asli diterbitkan 1993)
- Lexy, J.M. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nezar, P. & Andi, A. (2009). *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta : Pusataka Pelajar
- Pazoolini, A. (2006). *Pijar-pijar Pemikiran Gramsci*. Terj. P.D. Eko. Yogyakarta : Resist Book