

Budaya Materialistik dan Kesenjangan Sosial

Suhartono

1. Pengantar

Di dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak menolak kenyataan bahwa kita menggunakan sebagian hasil budaya materialistik, apakah itu merupakan produk domestik ataukah produk impor. Rupanya kita tidak menyadari bahwa sebenarnya produk impor itu telah merasuki diri kita yang seolah-olah seperti prosuk kita sendiri. Boleh dikatakan hampir tidak ada bedanya, meskipun dalam kenyataannya produk sendiri itu tenggelam dan tertutup oleh banjirnya produk impor. Kondisi di luar permukaan sebenarnya tidak tampak adanya pertentangan dua jenis produk itu, tetapi di bawah permukaan terdapat pertentangan laten antara dua jenis yang merupakan manifestasi budaya lokal atau nasional yang *vis à vis* dengan produk impor sebagai representasi budaya internasional atau global.

Sebagaimana kita ketahui bahwa membanjirnya budaya impor dapat dijelaskan dari satu kekuatan pasar yang mulai menyerang "Dunia Ketiga" khususnya. Awal mula membanjir dan mengalirnya hasil industri ke "Dunia Ketiga" sudah berlangsung sejak maraknya Revolusi Industri di Eropa pada awal abad XIX. Negara-negara Eropa seperti Inggris, Perancis, Jerman, Italia dan negara lain termasuk AS mengalami revolusi itu. Produk industrinya melimpah yang harus dipasarkan. Karena pasar yang ada di negaranya sendiri tidak dapat menampung maka negara-negara industri itu berebut daerah untuk dijadikan pasar. Usaha mencari pasar di tempat lain yang dapat dikatakan ke seluruh penjuru dunia sebenarnya merupakan awal dari proses

globalisasi. "Dunia Ketiga" kebanjiran barang impor, tetapi tidak mempunyai daya beli untuk menikmatinya.

Revolusi Industri adalah manifestasi liberalisme dan kapitalisme yang terus berkembang menjadi imperialisme. Perbenturan di dalam dunia imperialisme menciptakan Perang Dunia I dan II dan di antara pemenangnya, AS dan Uni Soviet, terjadi kompetisi melalui periode Perang Dingin. Desena terakhir abad ini, kedudukan Uni Soviet yang mempertahankan komunisme goyah dan akhirnya jatuh. Uni Soviet sebagai satu-satunya negara adidaya tidak punya saingan, karena itu ia selalu saja "cari kerja". Sementara itu industrinya makin maju dan berkembang, termasuk lahirnya negara industri baru yang kalah dalam PD II dan munculnya negara industri baru seperti Korea Selatan, Taiwan dan Hongkong. Kelebihan produk industri itu akan dipasarkan ke mana? Sudah tentu ke negara-negara "Dunia Ketiga", karena mereka merupakan pasar potensial yang mampu mengkonsumsi produksi negara-negara industri Eropa, Amerika, dan Asia.

Bagaimana situasi di negara-negara "Dunia Ketiga" dalam menghadapi banjirnya produksi impor yang tak terkendalikan itu? Sudah tentu produksi tradisional yang sudah ada sebelumnya terdesak eksistensinya. Produk domestik sudah tentu dikategorikan sebagai budaya domestik yang mencari jalan agar terus dapat bertahan menghadapi desakan produk impor sebagai realisasi dari globalisasi.

Di negara tercinta Indonesia ini sebenarnya mempunyai budaya domestik yang merupakan warisan budaya yang dipertahankan selama etnik-etnik itu ada

dan survive sampai sekarang. Mereka mempunyai otonomi untuk memelihara warisan budaya itu sejauh dapat dipertahankannya. Pemelihara budaya itu sendiri sebenarnya sudah memiliki budayanya sendiri tetapi belum selengkap, sepraktis, dan semurah penggunaannya seperti produk impor. Pemilikan budaya domestik itu sudah merata di antara para pendukung budaya itu sebab barang-barang itu tidak lepas dari pengertian simbolik dari kehidupan mereka. Produksi manuai ini bertahan selama belum ada desakan dari luar yang bersifat masinal.

Sebagaimana disadari bahwa produk luar mempunyai misi tersendiri yang dijabarkan dalam efisien, hemat, praktis, dan murah yang memang sengaja dimaksudkan untuk mematikan produk domestik.

Sejalan dengan derasnya aliran produk impor maka timbul beberapa masalah yang perlu dipikirkan bersama, yakni budaya materialistik sebenarnya adalah manifestasi globalisasi untuk mencari konsumsi massa (*mass consumption*)? Di lain pihak budaya materialistik itu menciptakan budaya konsumsi (*consumer culture*). Seberapa jauh budaya materialistik itu menyebabkan terjadinya kesenjangan sosial (*Social inequality*) masyarakat? Dapatkah dicari kiat-kiatnya untuk mengurangi derasnya kesenjangan sosial agar masyarakat meningkat kesejahteraan sosialnya (*social welfare*) dan mengeliminasi gejolak sosial (*social unrest*) yang timbul?

Uraian di bawah ini diharapkan mampu menjawab beberapa persoalan di atas. Namun tidak menutup kemungkinan masih adanya celah-celah yang belum disentuh untuk membulatkan jawaban terhadap persoalan yang sangat hakiki.

2. Budaya Materialistik : sebuah Ulasan

Untuk mengawali pembahasan tentang budaya material atau materialistik dan kaitannya dengan kesenjangan sosial perlu ditunjukkan bahwa di antara disiplin ilmu sosial dan humaniora yang paling dekat dengan subjek bahasan itu ialah antropologi umumnya dan etnografi khususnya. Dan di antara pakar antro-

pologi dari University College London. Ia mengaitkan budaya material di satu pihak dengan konsumsi massa di pihak lain pada masyarakat yang masih sederhana (Miller, 1991). Kaitan dua masalah itu menghasilkan teori konsumsi meskipun pada tingkat masyarakat sederhana.

Selanjutnya Celia Lury menggali budaya konsumsi pada masyarakat modern. Ia menjelaskan awal terjadinya budaya konsumsi dan perubahan hubungan antara produksi dan konsumsi dan barang-barang budaya. Konsumsi mulai di-*style*-kan yang sekarang menempatkan diri dalam konteks kreativitas keseharian. Lebih jauh dikatakan bahwa budaya konsumsi adalah cara baru dalam menciptakan identitas sosial dan politik (Lury, 1996). Bagaimana institusi global mempengaruhi produk "Dunia Ketiga" dimuat dalam artikel-artikel tentang modernisasi dilihat dari prisma lokal yang disunting oleh Daniel Miller (Miller, 1995).

Perbedaan interes antara budaya global dengan budaya domestik menyebabkan terjadinya konflik. Budaya global yang mencari konsumsi massa menekan budaya domestik yang sudah mapan maka terjadilah protes terhadap modernitas yang diciptakan oleh kapitalis dengan budaya materialnya (Eisenstadt, 1966). Sebenarnya di Indonesia sendiri, secara historis sudah terjadi kesenjangan sosial. Maraknya budaya material memperkuat lebarnya kesenjangan sosial masyarakat (Beteille, 1976). Kiat dan respon masyarakat ditempuh dengan kombinasi cara tradisional maupun modern. Rupanya cara yang paling ampuh yakni dengan berpegang politik ekonomi dari dalam (*from within*) yang menolak konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan daya beli dan kegunaannya.

3. Modernitas dan Konsumsi

Sebagaimana layaknya dalam menganalisis sebuah istilah dapat dilakukan satu persatu baik pengertian modernitas maupun konsumsi. Pada perkembangan awal dua istilah itu berbeda sekali artinya, tetapi dalam perkembangannya dua istilah itu mempunyai pengertian yang sangat berkaitan. Modernitas ditentukan sendiri

oleh masyarakat yang tinggi moneternya yang terabstraksikan secara kuantitatif dan berhubungan dengan timbulnya industrialisasi (Miller, 1991). Di sisi lain, konsumsi berkaitan dengan makna, yang mempunyai kecenderungan budaya. Konsumsi modern bukan hanya imajinasi, tetapi merupakan permainan, terutama permainan makna, sedangkan budaya adalah bagian dari masyarakat konsumen sendiri (Lury, 1996).

Kehidupan modern ternyata juga tidak tentu menyenangkan dan membahagiakan. Bahkan sangat seringkali tidak memuaskan. Kehidupan modern adalah kehidupan yang dilengkapi oleh seperangkat pelengkap yang memudahkan seseorang untuk bergerak secara dinamis. Dengan perlengkapan itu diharapkan seseorang dapat melakukan sesuatu pekerjaan dengan cepat. Kebutuhan lain sudah dipenuhi dan disuplai oleh pihak lain (spesialis) yang memproduksi barang kebutuhan dan jasa. Namun, kehidupan modern memerlukan imbalan produksi dan jasa yang telah diberikan oleh seseorang atau lembaga. Prinsip kehidupan modern adalah efisien, praktis, cepat, dan lain-lain (Lury, 1996).

Kehidupan modern dengan berbagai spesialisasinya mendorong seseorang tergantung pada orang lain. Hal ini bukan tidak disengaja, tetapi menurut mereka memang suatu keharusan jika seseorang ingin efisien. Model *polymorphic activities* yang semula sangat dominan pada masyarakat tradisional sudah bergeser dan diganti oleh *monomorphic activities* pada masyarakat modern. Memang spesialisasi adalah tuntutan dari modernitas yang memproduksi kebutuhan manusia secara masinal dan massal. Difersifikasi menjadi makin renik, bukan hanya puluhan tetapi ratusan atau ribuan divisi yang memproduksi *spare parts* yang digunakan sebuah mesin besar. Jadi, akhirnya manusia sangat terdepartemensialkan yang memisahkan keakhilan manusia satu dengan lainnya. Kalau boleh dikatakan dalam jangka panjang, manusia persis seperti kuda yang hanya tahu satu arah saja.

Sudah tentu modernitas memiliki simbol-simbol sebagai lambang status. Simbol memang digunakan dimana saja dan kapan saja, sejak manusia primitif sampai zaman global sekarang ini. Mengonsumsi sesuatu sudah mempunyai nilai tersendiri dalam masyarakat, lebih-lebih jika yang dikonsumsi itu barang langka yang otomatis nilainya tinggi. Di sini berlaku hukum ekonomi bahwa barang langka nilainya tinggi. Tentu bahwa konsumennya juga tidak massal tetapi terpilih di antara masyarakat pendukungnya (Lury, 1996).

Pada masa kejayaan feodal Jawa, seseorang mempunyai keris bersarung kayu cendana dengan hiasan berlian, jelas menunjukkan status pemilikinya dari kalangan bangsawan atas. Kekayaan bangsawan tidak terbatas pada keris saja, yang berhubungan dengan status tetapi mencakup rumah, kendaraan, dan burung (*garwa, wisma, turangga, curiga, dan kukila*). Perlu diperhatikan bahwa faktor-faktor pendukung status ini mengkonsumsi barang-barang tambahan yang tak terbatas nilainya. Berapa harganya perhiasan yang dikenakan seseorang wanita, tentu tak terbatas, demikian pula model rumah yang super luks. Kendaraan yang dipakai juga dipilih yang prestisius. Bandingkan seorang bangsawan yang menggunakan kereta kuda untuk bepergian agaknya serupa dengan Mercy atau BMW oleh masyarakat kalangan atas sekarang.

Dari paparan di atas jelas bahwa modernitas adalah daya konsumsi yang berlebihan untuk menunjukkan status seseorang. Makin banyak barang yang dikonsumsi menunjukkan tingginya status. Agar tidak jatuh statusnya, mereka harus meniru dan mengikuti mode konsumtif. Tetapi hal ini pun akan tampak bahwa daya konsumtif sangat tergantung dari kekuatan finansial. Kehidupan para bangsawan yang mengejar gebyar sudah barang tentu tanpa memperhitungkan kekuatan finansial bahwa banyak dari mereka yang *indebted*. Demi status maka dikejarlah mode atau perilaku konsumtif tertentu (Suhartono, 1996).

4. Proses Global dan Identitas Budaya

Sudah disebut di atas bahwa sejak Revolusi Industri, negara-negara Eropa dan Amerika sudah melangkah ke proses global dengan memasarkan produk industrinya. Pemasaran produk berlanjut sampai dengan akhir abad XX. Membanjirnya produk dari negara industri yang merupakan manifestasi kapitalisme makin deras ketika komunisme jatuh pada desena terakhir abad ini. Dari satu sisi dengan jatuhnya komunisme berarti kemenangan ada di pihak kapitalisme yang memperluas sistem pasarnya yang mondial. Lagi pula biaya-biaya yang digunakan untuk membendung komunisme dialihkan untuk memberikan bantuan pada negara-negara sendiri. Ini berarti bahwa kelebihan produksi tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, usaha untuk mencari pasar harus jalan terus, sebab tanpa pasar akan terjadi stagnasi kapital.

Kemenangan kapitalisme harus dilestarikan dengan melegitimasi dalam lembaga dunia yang memperkokoh kapitalisme itu sendiri. Negara-negara lain di dunia makin percaya pada kapitalisme, (baca: Amerika Serikat) bahwa dalam pertarungan ideologi kapitalisme unggul dalam mensejahterakan umat manusia ternyata kapitalisme yang teruji. Oleh karena itu, negara-negara di dunia, terutama negara "Dunia Ketiga" sangat percaya pada kapitalisme. Akan tetapi dampak dari kepercayaan itu kapitalisme menjadi lupa diri, karena itu globalisasi harus segera dilakukan dengan sponsor negara kapitalis (Friedman, 1995).

Sudah barang tentu sepak terjang kapitalisme makin menjadi-jadi karena dukungan politik dan kekuasaan negara kapitalis, terutama Amerika Serikat sebagai negara adikuasa tiada tara. Dalam proses globalisasi Amerika Serikat mempunyai aset besar untuk memaksa agar menyelenggarakan dan mendirikan lembaga penerobos globalisasi. Setelah kemenangan Timur, maka Amerika Serikat dengan Blok Baratnya mendirikan badan dagang dunia yang terhimpun dalam WTO. Lebih dari itu kepentingan kelancaran dagang seolah-olah sudah di-

kapling-kapling, seperti Asia-Pasifik dengan APEC dan Asia Tenggara dengan AFTA. Sebagaimana diketahui bahwa pengkaplingan wilayah perdagangan ini bukan tidak ada yang mengaturnya. Sudah dapat diterka bahwa bos besar yang mengatur adalah Amerika Serikat dengan G7 sekutunya.

Misi politik dan perdagangan yang diemban oleh kapitalisme bukan berarti tidak membawa misi budaya. Sudah tentu di bawah permukaan itu kapitalisme membawa budayanya yang dimanifestasikan dalam produksi industrinya yang berupa segala hal yang bercirikan materialistik. Dengan demikian, budaya materialistik sebenarnya adalah produk kapitalisme yang disebar ke seluruh dunia. Budaya materialistik itu adalah sebuah identitas budaya yang merupakan jiwa pendukung kapitalisme.

Lebih lanjut, misi budaya materialistik yang termanifestasikan dalam produk materialistik itu dimaksudkan agar tersebar ke seluruh dunia. Dengan digunakannya produk itu berarti masuk pula budaya kapitalis. Kalau di seluruh dunia sudah menggunakan budaya mereka berarti sudah tercapai homogenitas budaya, maka tidak terlalu sulit untuk merekayasa segala macam yang berhubungan dengan keuntungan kapitalisme.

5. Struktur Sosial dan Budaya Materialistik

Yang dibahas dalam subbagian ini adalah struktur sosial receiver budaya, sedangkan pihak donor budaya dapat dikategorikan sebagai satu kelompok besar yang sudah homogen. Bagi negara-negara penerima budaya materialistik keadaan masyarakatnya sangat heterogen, bukan hanya dari struktur sosialnya tetapi lapisan-lapisan sosial yang ada dalam setiap struktur itu.

Struktur sosial masyarakat Indonesia tidak berubah sejak prakemerdekaan yang menggambarkan piramida sosial yang menunjuk struktur atas yang kecil, tengah makin besar, dan bawah yang terbesar. Dari tiga struktur ini yang sangat banyak menikmati budaya materialistik hanya struktur atas yang ditempati raja

dan bangsawan yang pada pascakemerdekaan digantikan golongan atas yang terdiri para birokrat atas pemerintahan dan orang kaya atau pemilik modal.

Kalau pada masa feodal struktur atas sudah sangat konsumtif terhadap budaya materialistik yang mengalir dari Barat itu sebenarnya tidak mengherankan jika pada pascakemerdekaan aliran materialistik itu terus dikonsumsi. Akan tetapi bagi struktur tengah dan lebih-lebih bawah khususnya pada masa Orde Baru dengan deregulasi dan fasilitas yang memudahkannya masuknya barang impor dapat merasakan dan mengkonsumsi secara mudah. Nanti dengan persetujuan AFTA yang mempercepat langkahnya pada tahun 2003 dan APEC pada tahun 2020 dipastikan struktur bawah menikmati segalanya yang datang dari luar. Ini bukan tidak berarti bahwa struktur bawah merupakan bangunan dasar yang layaknyanya sebagai konsumen massal.

Dilihat dari demografi, Asia-Pasifik sudah memberikan harapan berupa keuntungan jika perdagangan bebas dilakukan yang berarti globalisasi sudah berjalan sepenuhnya. Dapat dibayangkan bahwa pada tahun-tahun itu Indonesia benar-benar menjadi pasar segala macam barang dari segala penjuru dunia. Mengenai penggunaan budaya materialistik juga tidak sama pengalamannya dari tiga struktur sosial itu. Bagi struktur atas yang sudah lama terbudayakan sudah tentu tidak banyak memberikan kegoncangan. Akan tetapi struktur tengah dan bawah yang baru mengenal itu dipastikan terjadi gejolak jiwa dalam menanggapi budaya materialistik itu. Biasanya mereka mengagungkan sebagai satu-satunya yang baik dan harus dipertahankan demi status sosialnya.

Friedman menegaskan adanya fragmentasi budaya di negara ketiga dan homogenitas demi tujuan modernitas adanya kecenderungan ke arah realitas global (Friedman, 1995). Karena itu, terjadi interdependensi pasar dunia dengan transformasi budaya lokal. Di pihak lain terjadi keterkaitan antara proses sosial berstruktur secara global dengan organisasi-organisasi yang beridentitas.

6. Kondisi Lokal dan Subsistensi

Miller juga menguraikan modernitas dilihat dari kacamata lokal. Temyata dari penelitian etnografisnya banyak memberi sumbangan berharga bahwa modernitas yang dimasukkan secara global itu memunculkan hal-hal baru yang bahkan bertentangan dengan kepentingan masing-masing, baik dari kepentingan modernitas yang internasional dan lokal (Miller, 1995).

Kondisi serba berbeda, baik kondisi ekonomis, politis, dan budaya. Di tempat asalnya sudah terbentuk homogenitas masyarakat yang membentuk masyarakat kapitalis industri dengan perhitungan yang rasional. Padahal dalam proses globalisasi yang menjadi tujuan adalah negara ketiga yang kondisinya serba berlainan. Biasanya negara dunia ketiga dinominasi oleh masyarakat agraris atau yang dalam perubahan ke industrialis. Sudah tentu lembaga-lembaga sosial-politik yang ada di dalamnya juga berbeda. Masyarakat agraris mengutamakan kolektivitas dan ikatan-ikatan desa atau keluarga yang masih kuat, sedangkan unsur-unsur baru yang diintroduksi mengarah pada individualisme dan akan menggantikan lembaga-lembaga yang sudah sejak lama ada dan menjadi naungan masyarakat.

Sebenarnya infiltrasi pasar global ke tingkat lokal tidak lain adalah mencari kekuatan pasar yang mampu mengabsorpsi semua kebutuhan yang disuplai produk impor. Kekuatan lokal sebenarnya sangat terbatas karena daya beli masyarakat agraris juga sangat terbatas bahkan kebutuhan-kebutuhan primer dan beberapa kebutuhan sekunder saja yang harus dipenuhi, sedangkan kebutuhan tertier dan kuarter masih jauh dari jangkauan. Untuk struktur sosial atas memang tidak ada masalah dalam mengkonsumsi produk impor itu, tetapi untuk golongan bawah masih merupakan kendala. Memang sebagian produk impor dapat menembus masyarakat bawah tetapi sebenarnya merupakan daya beli semu karena mereka tidak dapat membayar kontan tetapi hanya dapat dilakukan de-

ngan kredit. Oleh karena sudah sejak lama bahwa untuk mendapatkan produk itu hanya dapat dilakukan dengan kredit maka kredit itu dianggap sebagai "budaya" juga. Budaya kredit pun rupanya tidak hanya terbatas di kalangan bawah tetapi sudah merambah ke lapisan atas.

Bagi pemasok tidak peduli apakah pengkonsumsian dilakukan dengan kredit atau kontan yang perlu adalah keuntungannya tetap memadai. Jadi, kapitalisme sebenarnya tetap tidak mengenal cara apa yang dipakainya, tetapi tujuannya adalah keuntungan sebanyak-banyaknya. Meskipun penduduk miskin di seluruh Indonesia sudah berkurang dari 25% dan mendekati angka yang terus makin rendah tetapi sebenarnya perlu dilihat dari penghasilan per kapita yang masih tidak beranjak dari 600-700 dolar Amerika/tahun. Penjabaran dari upah minimal yang beragam di seluruh Indonesia yang sebenarnya baru sekitar 4.000 rupiah/hari sangat tidak memadai bagi kehidupan yang layak. Beban sosial yang banyak jelas tidak tertutup oleh penghasilan sebagai buruh. Kehidupan subsisten dan tersedianya uang untuk mengkonsumsi produk impor itu masih jauh dari jangkauan. Mungkin ada pertanyaan mengapa sebagian lapisan bawah sudah banyak menikmati budaya materialistik. Rupanya hal ini sesuai dengan hukum pasar. Jika dilihat bahwa daya beli masyarakat selalu rendah tidak mungkin menikmati produk impor itu. Tetapi rupanya terjadi penurunan harga karena produksi massal yang dilakukan negara-negara industri itu. Mereka memerlukan pasar dan lebih-lebih kalau dibarengi dengan over industri, maka tidak ada jalan lain kecuali menurunkan harga pasar. Dari sinilah sebenarnya struktur bawah dapat menikmati produk impor yang baru sebagian.

Namun demikian dengan makin gencarnya lembaga global yang masuk ke pedesaan lewat iklan, radio, TV dan sejenisnya mampu mendongkrak semangat konsumtif. Dari sedikit lembaga tradisional mulai tergeser oleh kepentingan global. Kapitalisme dengan tangan dan jarinya telah menggerayangi pedesaan.

Tentu masyarakat pedesaan dengan caranya sendiri melakukan atrikulasi dan resistensi terhadap budaya materialistik yang tidak senada dengan suasana dan iklim pedesaan yang masih pada tingkat praindustri.

7. Pendapatan dan Kesenjangan

Di antara pertanyaan yang timbul adalah seberapa besar kekuatan atau daya beli masyarakat untuk menikmati budaya materialistik itu? Struktur sosial manakala yang mendominasi budaya materialistik sebagai simbol status sosial? Benarkah sebelum membanjirnya budaya materialistik itu sudah terjadi kesenjangan dan apakah budaya materialistik itu memperlebar jurang kesenjangan? Pertanyaan di atas mesti difahami sesuai dengan konteks interaksi sosial masyarakat.

Pendapatan dan kesenjangan terjadi karena adanya kaitan antara *produser-led* dan *consumer-led*. Pendapatan merupakan selisih antara harga produksi ditambah harga penjualan. Pendapatan produsen yang lebih besar daripada konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan pendapatan. Rendahnya pendapatan merupakan konfigurasi rendahnya kekuatan sosial yang mendorong terjadinya kepincangan sosial.

Sebagaimana diketahui bahwa kehidupan masyarakat memang terus mengalami kenaikan pendapatan per kapita meskipun sudah diusahakan dalam lima kali pelita dapat mendongkrak pendapatan menjadi sekitar 700 dolar/tahun. Untuk dapat mencapai 1.000 dolar/tahun diperkirakan baru dapat dicapai setelah 2010. Perlu diperhatikan bahwa naiknya pendapatan memang secara umum berarti terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa kenaikan pendapatan itu baru digunakan untuk mengkonsumsi kebutuhan primer dan sekunder yang sangat mendesak. Jika mereka ingin mengkonsumsi budaya materialistik yang sebenarnya belum merupakan konsumsi yang sebenarnya mereka terpaksa mengurangi alokasi untuk kebutuhan primer dan sekunder.

Ini berarti bahwa masyarakat diturunkan kalori dan gizinya yang sebenarnya sangat penting bagi pembentukan sumber daya manusia yang kuat. Memang masyarakat dihadapkan pada dilema, di satu pihak diperlukan konsumsi kalori dan gizi tinggi untuk membentuk sumber daya yang tangguh yang baru dinikmatinya dalam waktu lama, sedangkan di pihak lain masyarakat diiming-imingi kebutuhan materialistik yang tersedia di muka mata tanpa harus menunggu waktu dan bersusah payah.

Dalam keadaan yang demikian maka selalu terjadi distansi antara masyarakat dengan dunia materialistik. Bukan tidak disengaja terjadinya distansi ini. Dunia kapitalis menciptakannya agar selalu *fully dependency* dan mengikat agar masyarakat terkurung dalam konsumsi yang tak ada hentinya. Sejalan dengan membunjimya itemisasi budaya materialistik maka masyarakat diajak mengejar semua item yang ditawarkan. Dengan makin tidak terkejutnya kebutuhan yang ditawarkan dan beraneka ragam itu berarti masyarakat makin jauh tertinggal yang dengan perkataan lain budaya materialistik berperan memperlebar kesenjangan masyarakat.

Di sisi lain, struktur atas yang dapat mengkonsumsi produk itu terutama golongan *nouveau riches*. Orang kaya baru ini adalah mereka yang berhasil memanfaatkan kesempatan perubahan ekonomi yang terjadi dalam beberapa kali pelita. Lebih-lebih karena mereka dekat dengan birokrat atas bahkan berkolusi dengan mereka sehingga melancarkan perkembangan usaha yang mengangkatnya sebagai golongan gaya baru.

Dapat dikatakan dunia kehidupan masyarakat sekarang merupakan pergumulan antara kompleksitas global yang dihadapan dengan kompleksitas kehidupan sosial yang masih sederhana. Sudah tentu sebagai pendukung budaya lokal akan dipertahankan oleh masyarakat pendukungnya. Bagaimana cara mempertahankannya dapat muncul dari dalam yakni proteksi pemerintah untuk menghadapi budaya materialistik. Selama ini kita tahu bahwa pasar bebas yang akan dibuka untuk Asia Tenggara dan Asia-

Pasifik dan juga ada proteksi akan sangat sia-sia karena terlanda besarnya gelombang kapitalisme dunia.

8. Global Versus Lokal

Global dan lokal sebenarnya dua polar yang berbeda. Hanya perlu dipertanyakan apakah global dan lokal mau berdiri sendiri-sendiri atau mempererat kemitraan dengan usaha bersama atau polar lokal menciptakan produk lokal yang mampu bersaing dengan produk global.

Memang tidak dapat ditolak bahwa global telah menarik ke atas bagi identifikasi individu ke dalam status sosial tertentu yang presisi dan bergengsi. Orang-orang dari kalangan bawah di bekas jajahan Perancis berusaha keras mempunyai identitas yang ditandai oleh *la haute couture* agar mereka disebut *parisien*. Pakaiannya bukan lagi merupakan simbol pribadi tetapi sudah merupakan manifestasi konkret setiap individu. Penampilan yang prima dan berlaku global berarti mereka sudah menjadi *inner-group* dalam kultur atas yang masuk dalam *les grands*. Selama mereka mempertahankan diri dalam polar global maka mereka tetap sebagai konsumen setia dan mereka makin lama menjadi hiperkonsumsi. Kondisi seperti ini memang diharapkan oleh sistem global dengan *built-up system*. Dalam suasana global, mereka adalah konsumen modernitas yang selalu dirangsang dengan yang serba *glamour*.

Sistem lokal adalah sangat berat menghadapi penetrasi global yang mematikan. Suatu pilihan bagi lokal untuk bereksistensi ialah dengan menjalin kemitraan yang berarti memperluas cakrawala global ataukah menawarkan kreasi sendiri dengan produksi tradisional. Dalam jangka tertentu produksi tradisional yang spesifik dan didukung kualitas sudah tentu dapat bersaing dengan produk lain di pasar global. Bagi Indonesia dapat menghidupkan dan memperkuat budaya tradisional sebagai alat seleksi terhadap budaya materialistik yang terus membajir. Sekurang-kurangnya budaya lokal menjadi filter yang menyaring pengaruh luar.

Sehubungan dengan polar lokal yang mempunyai otonom sendiri untuk melakukan seleksi dan produksi maka sudah selayaknya jika lokal menjadi alternatif terbaik untuk menentukan sikap dan bertindak sesuai dengan kondisi global. Lokal tidak hanyut dalam global tetapi mampu memilih yang sesuai dengan integrasi global. Global *decentralization* merupakan bentuk dari *lokal renaissance* yang memberi jiwa alternatif bagi kekuatan lokal mencari alternatif baru dalam menghadapi globalisasi (Miller, 1995).

9. Menempuh Jalan Tradisional

Sebenarnya ada beberapa pilihan untuk menghadapi budaya materialistik yang akan membanjir. Sudah tentu jika mengikuti transformasi budaya maka akan terjadi penyesuaian budaya atau teknologi yang datang dengan yang ada di suatu tempat. Selama di suatu tempat terdapat *lokal genius* yang terdiri dari elite tradisional maupun modern, maka mereka mempunyai tanggung jawab moral untuk memilih yang terbaik tanpa mengorbankan kepentingan bersama. Memang pihak pemilik budaya materialistik sudah mempunyai agen-agen di seantero dunia yang merupakan mafia kapitalis untuk mempertahankan pemasaran barang-barangnya. Tidak mengherankan kalau mereka di *backed-up* oleh kekuatan terorganisasi atau pemerintahnya. Kolusi multinasional sudah terbentuk untuk kepentingan kapitalis.

Sungguhpun ada kesempatan antara negara industrialis dengan negara yang sedang berkembang untuk melakukan transfer teknologi, maka transfer ini jelas mengandung komersialisasi dalam politik ekonomi. Negara industri tidak dengan cepat mentransfer teknologinya demikian cepat, tetapi teknologi itu sudah merupakan unsur komersial yang harus dipertahankan selama masih memungkinkan. Jika hal itu sudah tidak dapat dijalankan, mereka mencari jalan lain. Kapitalis memang banyak akal untuk *ngakali* negara "Dunia Ketiga".

Sudah disebut di atas bahwa lokal itu mempunyai identitas budaya sendiri yang dapat dipertahankannya sebagai *condi-*

tiosine qua non. Masuknya budaya materialistik dipandang sebagai tekanan dan desakan terhadap eksistensi budaya lokal. Bagaimana budaya lokal menghadapi tekanan global sudah barang tentu dilakukannya dengan cara-cara yang telah berlaku dalam masyarakat, yakni cara tradisional dengan mengumpulkan kekuatan kolektif disertai kekuatan destruktif. Mengapa demikian, karena rekonsiliasi antarpihak yang terlibat konflik tidak menemukan cara yang menguntungkan pihak lokal. Lebih-lebih perasaan antipati terhadap unsur materialistik diperkuat dengan sentimen religius. Dapat dipastikan bahwa sentimen ini mendapat alasan kuat untuk melakukan tindakan kolektif. Para pimpinan mereka sukar mengadakan kontrol dan konsolidasi terhadap massa yang sudah terbawa emosi yang antipati terhadap budaya materialistik. Biasanya mereka melakukan tindakan destruktif terhadap simbol budaya materialistik seperti mobil, rumah, dan bangunan lainnya yang merupakan representasi budaya materialistik.

Massa lokal melakukan destruktif didukung oleh ketidakpuasan. Di satu sisi kesenjangan yang telah ada diperkuat dengan masuknya budaya materialistik yang mau tidak mau makin memperluas jurang kesenjangan. Lebih-lebih jika dilatarbelakangi xenosentrisme yang digerakkan oleh kekuatan religius. Untuk mengantisipasi situasi konflik antarbudaya diperlukan cara-cara untuk mengurangi budaya lokal itu sendiri. Kerjasama yang simbolik diperlukan agar mereka menyadari adanya koeksistensi tanpa mengakibatkan eksploitasi.

Order dan *disorder* dalam *global system* selalu ada dan untuk *order* dalam budaya materialistik tidak pernah dipersoalkan, tetapi masalah *disorder* yang mengganggu kesetabilan pasar global dan budaya materialistik harus ditanggulangi (Friedman, 1995). Namun sejauh yang dapat dilihat bahwa kekuatan kapitalisme makin besar dengan kaki tangannya tersebar di seluruh penjuru dan di setiap segi kehidupan. Para elite birokrat, elite militer dan elite lainnya sudah ada dalam *net work* mereka sehingga memudahkan budaya materialistik yang di

dalamnya terdapat para konglomerat yang menguasai kekuatan politik suatu negara.

10. Catatan Kesimpulan

Runtuhnya komunisme internasional memberi peluang besar bagi kapitalisme untuk berkibrah seluas-luasnya. Perluasan kapitalisme didukung oleh budaya materialistik yang disebarkan ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Dominasi ada pada mereka dan bagaimana pun Indonesia tetap sebagai komitmen, sementara untuk mengejar ketinggalannya sebagai produsen masih memerlukan waktu panjang. Sementara mengejar ketinggalan, negara produsen sudah lebih dulu terjadi over produksi sebelum Indonesia mengembangkan *material culture* sendiri. Jadi, penyebaran budaya materialistik menutup budaya setempat yang ingin bereksistensi. Diperkirakan bahwa kompetisi dalam tempo yang sudah ditentukan dalam pasar bebas yang berarti berekspansinya budaya materialistik dari luar belum sempat tertandingi dan tidak terbendung lagi.

Sebelum meluas budaya materialistik, di Indonesia sudah terjadi kesenjangan sosial yang bersumber dari ketimpangan struktural. Ketimpangan ditandai oleh pendapatan yang berbeda yang dikonsumsi dalam sejumlah barang yang berbeda kualitas dan kuantitasnya. Golongan atas mampu mengkonsumsi produk materialistik berlebihan. Sedangkan golongan bawah pendapatannya dikonsumsi untuk kebutuhan primer.

Sejalan dengan membanjirnya produksi impor yang materialistik, maka yang mampu mengkonsumsi hanya golongan atas saja. Konsumsi yang berlebihan dan dilakukannya terus-menerus sudah merupakan budaya tersendiri yang dipertahankannya dari generasi ke generasi. Mereka mempunyai daya beli lebih yang setiap saat dapat dikonsumsi untuk segala keperluan sebagai tanda modernitas.

Sebaliknya, golongan bawah makin terpuruk dengan banjirnya budaya materialistik itu sebab mereka tidak mempunyai daya beli yang memadai. Kesenjan-

gan sebenarnya lebih tampak dalam bentuk pemilikan budaya materialistik. Akan tetapi mereka sudah mempunyai budaya spiritualistik yang dapat mengendalikan masuknya budaya materialistik. Kekuatan yang artikulatistik menciptakan resistensi terhadap semua yang berbau luar. Di sinilah terdapat bukti bahwa di polar lokal mempunyai otonomi yang mampu mengendalikan diri terhadap serangan global.

Sejalan dengan budaya spiritualistik di atas diperlukan pendekatan untuk mengurangi jurang pemisah di satu pihak antara golongan atas dengan bawah. Lepas dari usaha pendekatan itu, diperlukan etos kerja yang mendorong penciptaan *material culture* sendiri, yang khas dan berkarakter sendiri, sebagai budaya *from within*.

Tentu saja sebenarnya di tingkat yang lebih menentukan adanya kemauan pemerintah untuk melakukan proteksi terhadap masuknya budaya materialistik agar budaya sendiri tidak termakan dalam budaya konsumen yang sudah diincar sejak lama. Rupanya hal ini tidak dapat ditolak selagi *Kotak Pandora* sudah dibuka yang berarti pasar bebas sudah merasuki pasar setempat dan kita disiapkan menjadi konsumen setia. Di sisi lain, budaya materialistik ini jelas-jelas memajukan imitasi, inovasi, dan kreasi yang semestinya harus dibantu untuk mewujudkan *material culture made in Indonesia*.

Daftar Pustaka

- Alfian dan Nazaruddin (eds.). 1991, *Profil Budaya Politik Indonesia*. Jakarta.
- Amin, Samir, 1976. *Unequal Development : An Essay on the Social Formations of Peripheral Capitalism*. Terj. New York dan London : Monthly Review Press.
- Beteille, André (ed.). 1969, *Social Inequality*. Penguin Books.
- Eisenstadt, S.N. 1966, *Modernization : Protest and Change*. Englewood Cliffs N.J.: Prentice Hill.
- Friedman, Jonathan, 1994. *Cultural Identity and Global Process*. London : Sage.
- Hannerz, Ulf, 1996. *Transnational Connections, Culture, People and Places*. London & New York : Rutledge.

Hill, Hal, 1996. *Transformasi Ekonomi Indonesia Sejak 1996*. Terj. Yogyakarta : Tiara Wacana.

Lash, Scott dan John Urry, 1994. *Economies of Signs and Spaces*. London : Sage.

Lauterbach, Albert, 1974. *Psychological Challenge to Modernization*. New York : Elsevier.

Lubis, Mochtar, 1993. *Pendekatan Teknologi atau Kemanusiaan*. Jakarta : Obor.

Lury, Delia, 1996. *Consumer Culture*. Oxford : Blackwell.

Miller, Daniel, 1991. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford : Basil Blackwell.

-----, 1994. *Modernity : An Ethnographic Approach. Dualism and Mass Consumption in Trinidad*. Oxford : Berg.

-----, (ed.), 1995 *Worlds Apart. Modernity through the Prism of the Local*. London : Routledge.

Ribeiro, Darcy, 1971. *The Civilizational Process*. New York : Harper Torchbooks.

Sartono Kartodirdjo, 1987. *Kebudayaan Pembangunan dalam Perspektif Sejarah*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

Sippanondha Ketudat, 1995. *The Middle Path for the Future of Thailand. Technology in Harmony with Culture and Environment*. Bangkok : Thai Watana Press.

Suhartono Wiryopranoto, 1996. *Birokrasi, Kolusi, dan Kejahatan*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.