Modul 5

BUDAYA KONSUMSI

 Masyarakat kapitalis merupakan suatu bentuk masyarakat yang dibangun di atas ekonomi pasar. Masyarakat pascakapitalis juga dibangun di atas ekonomi pasar. Perbedaan antara kedua masyarakat ini terletak pada landasan ekonomi industri yang berdasarkan pada fordisme atau pasca-fordisme (*post-Fordisme*) di mana masyarakat kapitalis berhubungan dengan sistem Fordisme, sedangkan masyarakat pascakapitalis berkait dengan sistem pasca-Fordisme.

 Fordisme dicirikan oleh:

1. Produksi massal untuk produksi sejenis

Fordisme melibatkan produksi homogen massal. Suatu perusahaan memproduksi produk sejenis secara banyak ditunjukan tidak hanya pasar nasional, tetapi juga untuk pasar regional bahkan pasar global. Misalnya sebuah pabrik mobil memproduksi suatu jenis mobil, dalam arti satu model, satu seri, dan satu warna, secara massal.

1. Penggunaan teknologi yang tidak fleksibel

Fordisme menggunakan teknologi yang relatif tidak fleksibel. Salah satu ciri teknologi Fordisme adalah teknologi jalur perakitan (*assembly line*), yaitu suatu teknologi semiotomatis di mana setiap jalur memiliki spesifikasi pekerjaan dengan tingkat keterampilan tertentu seperti tukang pasang baut (mur), pasang pintu, pasang spion, pasang ban dan seterusnya sampai jalur di mana suatu mobil sempurna diproduksi yang kemudian siap dipasarkan.

1. Adopsi rutinitas kerja standar (*Taylorisme*)

Seorang buruh bekerja hanya memiliki keterampilan kerja tertentu yang terstandar. Seseorang yang memang ban mobil, misalnya, melakukan pekerjaan yang sama terus menerus, kurang lebih dengan cara yang sama sepanjang waktu.

1. peningkatan produktivitas berasal dari “ekonomi skala serta penghapusan skill, intensifikasi dan homogenitas kerja.

Untuk mengerti maksud ciri keempat ini, anda perlu memahami beberapa konsep di atas. Ekonomi skala dimaksudkan sebagai perusahaan besar yang menghasilkan sejumlah besar produk bisa memproduksi setiap produk individu lebih murah dibandingkan perusahaan kecil yang menghasilkan barang dalam jumlah kecil. Sedangkan penghapusan skill (keahlian) dipahami sebagai produktivitas meningkat bila banyak pekerja melakukan pekerjaan yang memerlukan sedikit skill bahkan tanpa skill (misalnya, memasang ban mobil) dibandingkan apa yang terjadi pada waktu lalu, sedikit pekerja dengan skill tinggi yang melakukan selurh pekerjaan. Kemudian intensifikasi diartikan sebagai semakin menuntut dan cepat suatu proses produksi, akan semakin tinggi produktivitas. Terakhir, homogenitas kerja berarti bahwa setiap pekerja melakukan jenis kerja khusus yang sama (memasang ban, misalnya).

1. pertumbuhan pasar bagi item produksi massal, yang menimbulkan homogenisasi pola konsumsi.

Fordisme menciptakan pertumbuhan pasar bagi homogen industri produksi massal. Pada gilirannya pertumbuhan pasar seperti ini menimbulkan homogenisasi pola konsumsi. Misalnya dalam industri automobil di Amerika Serikat, Fordisme menciptakan produksi mobil massal Amerika dalam arti satu model, satu seri dan satu warna tersebut mendorong perkembangan pola konsumsi yang seragam atau homogen.

1. meningkatnya pekerja massal dan serikat pekerja yang birokratis.

Fordisme membutuhkan peningkatan pekerja massal seiring dengan kebutuhan dari pertumbuhan industri yang merespon pertumbuhan pasarterhadap produk massal. Peningkatan jumlah pekerja massal tersebut menciptakan serikat pekerja yang birokratis.

1. negosiasi serikat pekerja mengenai keseragaman upah berkaitan erat dengan keuntungan dan produktivitas.

Fordisme melahirkan serikat pekerja yang berfungsi untuk menegosiasi upah yang seragam atas keuntungan dan produktivitas perusahaan yang sebagian disumbangkan oleh aktivitas pekerja.

1. kenaikan permintaan atas kenaikan suplai produk yang diproduksi secara massal, berkaitan dengan unionisasi, menyebabkan kenaikan upah.

Fordisme telah mampu menghasilkan produk massal dalam jumlah banyak oleh para pekerja. Peningkatan permintaan terhadap produk massal tersebut, pada gilirannya, meningkatkan upah para pekerja.

1. pasar untuk produk dipengaruhi oleh kebijakan ekonomi keynesian; pasar untuk tenaga kerja ditangani melalui persetujuan kolektif yang diatur pemerintah.

Kebijakan ekonomi Keynesian, menurut Sumitro Djojohadikusumo (1991), dikenal sebagai *demand management*. Artinya kebijakan yang berpola pengelolaan terhadap pengeluaran agregatif dan pengendalian tentang permintaan efektif.

1. dan lembaga pendidikan umum menyediakan tenaga kerja massal yang diperlukan oleh industri.

Fordisme menciptakan lembaga pendidikan umum yang mampu memasok tenaga kerja massal. Lembaga pendidikan umum memproduksi secara massal lulusan yang mampu menggerakkan industri Fordisme.

 Sedangkan pasca-Fordisme dicirikan dengan minat pada produk massal menurun, pada produk khusus meningkat; produk yang lebih terspesialisasi butuh jangka waktu yang lebih pendek yang dapat dihasilkan dalam sistem yang lebih kecil dan produktif; produksi yang lebih fleksibel menjadi menguntungkan dengan datangnya teknologi baru; teknologi baru perlu tenaga kerja dengan keterampilan yang berbeda, pendidikan yang lebih baik, lebih bertanggungjawab dan otonom; produksi dikontrol melalui sistem yang lebih fleksibel; birokrasi yang sangat besar diubah jadi lebih lentur; munculnya serikat pekerja yang dapat mewakili kepentingan tenaga kerja baru yang sangat terdiferensiasi; perundingan kolektif yang terdesentralisasi; tenaga kerja menjadi semakin terdiferensiasi dan memerlukan komoditas, gaya hidup, dan saluran kultural yang semakin terdiferensiasi; diperlukan lembaga yang lebih terdiferensiasi dan lebih fleksibel untuk memenuhi kebutuhan rakyat yang semakin berbeda.

 Menurut Don Slater budaya konsumen merupakan suatu budaya dari konsumsi, yaitu budaya dari masyarakat pasar yang universal dan impersonal, media bagi hak istimewa dari identitas dan status dalam masyarakat pasca tradisional, merepresentasikan pentingnya budaya dalam penggunaan kekuatan modern, dan sebagai kebutuhan konsumen yang secara prinsip tidak terbatas dan tidak terpuaskan. Featherstone dalam mendiskusikan budaya konsumen terdapat 3 perspektif teoritis utama, yaitu: satu, perspektif teori produksi konsumsi; dua, perspektif teori mode-mode konsumsi; tiga, perspektif teori mimpi, image, dan kesenangan mengonsumsi.

 Budaya konsumen berkembang di masyarakat kapitalis dengan sistem fordisnya dan pascakapitalis dengan sistem pasca-Fordisme. Sementara itu, fenomena McDonaldisasi merupakan perkembangan rasionalitas formal kehidupan masyarakat yang sangat mirip dengan Fordisme, namun tidak persis sama dengan Fordisme karena McDonaldisasi memiliki beberapa ciri dari pasca-Fordisme. Sama antara McDonaldisasi dengan Fordisme ialah produk homogen, teknologi tinggi, rutinitas kinerja standar, penghapusan skill, homogenitas pekerja (dan pelanggan), pekerja massal, serta homogenisasi konsumsi.

 Budaya konsumen di Indonesia terbagi dalam kedua kelompok besar yaitu budaya konsumen masyarakat kapitalis dan budaya konsumen masyarakat non kapitalis. Budaya konsumen berkait-erat dengan mode dan sistem produksi yang digunakan, yaitu Fordisme dan pasca-Fordisme.