

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Konsumerisme adalah sebuah realita yang terjadi di masyarakat sekarang ini. Konsumerisme merebak di berbagai kalangan masyarakat. Kenyataan ini dapat ditemukan dalam berbagai gaya hidup konsumtif manusia sekarang ini. Konsumerisme adalah sebuah kondisi sosial di mana orang-orang dipengaruhi oleh paham yang menggeser makna konsumsi sebagai sebuah alat pemenuh kebutuhan menjadi tujuan yang mesti dikejar. Selain merupakan kondisi sosial yang terpengaruh oleh ideologi atau paham, konsumerisme sendiri merupakan sebuah tindakan aktif yang ditandai dengan perilaku konsumtif.

Konsumerisme berkaitan erat dengan tindakan konsumsi. Konsumerisme ditandai dengan tindakan konsumsi yang berlebihan. Akan tetapi konsumerisme tidak dapat disamaartikan dengan konsumsi. Konsumsi secara khusus merupakan sebuah tindakan ekonomis. Konsumsi berkaitan dengan barang-barang hasil produksi tertentu. Konsumerisme sendiri lebih memiliki makna sosiologis. Konsumerisme dapat dipahami sebagai sebuah ideologi yang memengaruhi suatu masyarakat sehingga masyarakat terjerumus ke dalam perilaku konsumtif.

Konsumerisme nyata dalam masyarakat dengan hadirnya masyarakat konsumeris (*consumer society*). Masyarakat konsumeris ini merupakan suatu sistem tatanan sosial yang telah terpengaruh oleh konsumerisme sebagai sebuah ideologi. Karena dipengaruhi oleh konsumerisme, masyarakat kemudian menciptakan berbagai nilai dari tindakan konsumsi bahkan menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupannya. Masyarakat inilah yang kemudian disebut masyarakat konsumeris (*consumer society*). Hadirnya masyarakat konsumeris ini menandakan bahwa konsumerisme secara khusus telah memengaruhi manusia baik secara individu maupun kelompok.

Konsumerisme adalah paham yang lahir dari munculnya kapitalisme. Kapitalisme menekankan pentingnya produksi dan mengejar keuntungan tertentu.

Sasaran utama dan satu-satunya dari kapitalisme ini ialah masyarakat. Manusia sebagai anggota masyarakat tidak mungkin dapat terlepas dari jeratan ini karena manusia mendasarkan hidupnya pada pemenuhan kebutuhan. Kebutuhan itu dipenuhi lewat barang-barang hasil produksi kapitalisme. Tak heran para pemikir seperti Jean Baudrillard dan Herbert Marcuse melihat peran kapitalisme dalam munculnya konsumerisme.

Konsumerisme yang ditandai dengan munculnya masyarakat konsumeris, lahir pada abad 18 di wilayah Eropa Barat dan kemudian di Amerika Serikat. Lahirnya industrialisasi menjadi tahap awal munculnya konsumerisme. Konsumerisme mengalami perkembangannya yang pesat di Amerika Serikat. Perkembangan tahap kedua kemudian terjadi sekitar tahun 1850 dan menjadi cikal bakal mengglobalnya konsumerisme. Tak dimungkiri bahwa wilayah-wilayah lain seperti Eropa Timur, Asia, Afrika, dan Amerika Latin menjadi tempat baru persebaran konsumerisme.

Perkembangan konsumerisme ini kemudian menjadi semakin pesat di zaman modern ini. Lewat berbagai kemajuan dan perkembangan, konsumerisme menjadi salah satu realita yang tak terhindarkan. Konsumerisme di zaman modern ini bahkan dipandang sebagai 'agama' baru karena konsumerisme telah memengaruhi berbagai sisi kehidupan manusia. Perkembangan konsumerisme di zaman modern ini terutama dipengaruhi oleh perkembangan di bidang teknologi. Perkembangan teknologi ini kemudian memunculkan realitas baru yang disebut *hyper-realitas* yang memanipulasi realitas nyata. Salah satu faktor yang tidak luput ikut memengaruhi perkembangan konsumerisme di zaman modern ini ialah munculnya berbagai iklan yang lebih menarik. Dengan dibantu teknologi yang canggih, iklan didesain sedemikian rupa sehingga menampilkan realitas nyata yang tentu saja memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Perkembangan konsumerisme ini tentu saja membawa dampak yang buruk bagi manusia. Kurang lebih ada dua dampak yang sangat berpengaruh bagi manusia. Dampak pertama yakni konsumerisme mengakibatkan manusia mencari atau menemukan makna identitas dirinya dalam kegiatan konsumsi. Ini berarti seseorang mengonsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, melainkan

kegiatan konsumsi itu menjadi kebutuhan tersendiri terutama dalam pemenuhan kebutuhan akan identitas. Jati diri manusia diukur lewat kemampuannya untuk memperoleh sesuatu.

Dampak lainnya yakni konsumerisme memenjarakan hakikat manusia. Akibat konsumerisme, manusia tidak lagi hidup sesuai dengan hakikatnya sebagai makhluk sosial dan ekologis. Konsumerisme melahirkan sisi individualis dalam diri manusia. Manusia tidak lagi peduli pada sesamanya. Selain tidak memedulikan sesama, manusia juga tidak lagi memedulikan alam sekitar. Hidup manusia tidak pernah terlepas dari alam. Akan tetapi, akibat konsumerisme manusia kemudian hanya mengeruk kekayaan alam tanpa memperhatikan akan kelestariannya.

Berhadapan dengan hal ini seyogyanya manusia memiliki dasar untuk bersikap. Pandangan Thomas Aquinas tentang keutamaan etis terutama keugharian menjadi salah satu kunci bagaimana manusia seharusnya dibuat manusia. Berbeda dengan pandangan etika kewajiban yang menekankan tindakan, pandangan Thomas Aquinas tentang keugharian sebagai sebuah keutamaan lebih menekankan pada menjadi pribadi seperti apakah hendaknya manusia itu.

Berhadapan dengan konsumerisme yang begitu memengaruhi manusia, manusia hendaknya menjadi pribadi yang ughari. Pribadi yang ughari menekankan adanya pengendalian diri terutama dalam mengendalikan dorongan kenikmatan. Pribadi yang ughari mengendalikan dirinya atas pertimbangan kebijaksanaan praktis dan hukum ilahi. Pertimbangan kebijaksanaan praktis dan hukum ilahi inilah yang membuat pribadi yang ughari mampu mengolah berbagai macam kenikmatan termasuk kenikmatan untuk mengonsumsi barang tertentu.

Menjadi pribadi yang ughari tentunya bukan sesuatu yang dapat diperoleh secara gampang melainkan melalui suatu proses pembiasaan. Proses ini dilakukan secara terus-menerus dengan suatu kesadaran atau intensi. Pembiasaan yang dilakukan inilah yang kemudian melahirkan suatu sikap tetap atau disposisi dalam diri pribadi yang ughari. Dengan memiliki sikap tetap inilah, pribadi yang ughari mampu untuk tidak terpengaruh oleh berbagai faktor dari luar.

Pandangan Thomas Aquinas tentang keugaharian sebagai sebuah keutamaan etis agaknya mampu menjawab persoalan konsumerisme yang dihadapi di zaman modern ini. Hal ini terjawab dalam beberapa hal. *Pertama*, keugaharian terutama berkaitan dengan pengendalian diri. Pengendalian diri ini terutama dalam mengendalikan dorongan kenikmatan akan perilaku konsumtif. *Kedua*, menjadi ugahari berarti memiliki sikap tetap atau disposisi. Memiliki sikap tetap ini terutama agar manusia tidak mudah dipengaruhi oleh hal-hal yang mampu menciptakan perilaku konsumtif. Hal-hal tersebut misalnya lewat berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi atau melalui iklan-iklan yang menarik. *Ketiga*, pertimbangan kebijaksanaan praktis dalam keugaharian. Pertimbangan kebijaksanaan praktis ini selalu direfleksikan berdasarkan pada pengalaman nyata, sehingga pertimbangan kebijaksanaan praktis ini akan tetap relevan dalam berbagai zaman. Oleh karena itu, keugaharian bukan sesuatu yang ketinggalan zaman jika disandingkan dengan realita konsumerisme di zaman modern ini. *Keempat*, keugaharian menghasilkan pembebasan. Akibat konsumerisme, manusia kemudian terpenjara. Identitas diri dipengaruhi oleh tindakan konsumsi bahkan manusia terpenjara dari hakikatnya sebagai makhluk sosial dan ekologis. Oleh keugaharian yang membebaskan ini, manusia dapat terbebas dari penjara konsumerisme karena manusia sepenuhnya menjadi tuan atas dirinya.

Konsumerisme adalah realita yang tidak dapat dielakkan di zaman modern ini. Dengan berbagai dampak yang ditimbulkannya, konsumerisme mesti menjadi sesuatu yang dihindari. Pandangan Thomas Aquinas tentang keugaharian sebagai sebuah keutamaan etis dapat menjadi jawaban atas persoalan ini. Seseorang yang ugahari mampu untuk mengendalikan diri atas dorongan kenikmatan termasuk kenikmatan untuk mengonsumsi barang tertentu secara berlebihan.

5.2. Usul dan Saran

Keugaharian sebagai sebuah keutamaan etis dirasa relevan dalam menjawab persoalan konsumerisme di zaman modern ini. Hal ini kemudian berdampak pada pentingnya menjadi pribadi yang ugahari di zaman modern ini. Menjadi pribadi yang ugahari bukanlah sesuatu yang didapat dengan mudah

terlebih dalam menghadapi konsumerisme di zaman modern ini dengan berbagai tawaran kenikmatan. Oleh karena itu, ada beberapa usul-saran yang dirasa perlu untuk dikemukakan.

5.2.1. Bagi Lembaga-lembaga Pengembangan Karakter

Keugharian menjadi sebuah keutamaan yang penting untuk dimiliki. Keugharian ini penting karena mengendalikan diri dari dorongan kenikmatan dengan menyelaraskan keinginan-keinginan tersebut agar bersesuaian dengan pertimbangan kebijaksanaan praktis dan hukum ilahi. Oleh karena itu, keugharian penting untuk dimiliki di zaman modern ini terutama dalam menghadapi konsumerisme.

Sebagai sebuah keutamaan, keugharian tentu tidak dapat lahir dengan sendirinya. Keugharian diperoleh melalui pembiasaan diri lewat latihan terus-menerus. Karena itu, keugharian hendaknya menjadi salah keutamaan yang diajarkan dalam pengembangan karakter seseorang. Pengembangan karakter ini dapat dilakukan secara formal terutama di lembaga-lembaga pendidikan maupun secara informal di dalam keluarga.

5.2.1.1. Keluarga

Keluarga menjadi lembaga pengembangan karakter yang pertama. Dalam keluarga seseorang dibentuk pertama kali untuk mengenal sesama dan terutama untuk membentuk karakter seseorang. Pendidikan di dalam keluarga yang baik tentu saja akan membentuk seseorang yang baik pula.

Sadar bahwa pengaruh konsumerisme di zaman modern ini begitu besar, maka dibutuhkan pendidikan di dalam keluarga yang benar terutama dalam menghindari pengaruh konsumerisme. Keugharian dapat menjadi sebuah keutamaan yang dapat diajarkan terutama kepada anak-anak sebagai calon konsumen untuk mampu melepaskan diri dari pengaruh konsumerisme.

5.2.1.2. Sekolah

Sebagai sebuah lembaga pendidikan resmi, tentu menjadi tanggung jawab sekolah dalam mendidik baik secara intelektual maupun secara kepribadian. Pendidikan yang baik di sekolah menentukan kehidupan seseorang selanjutnya.

Konsumerisme menjadi tak terhindarkan karena berhubungan dengan kebutuhan dasar seseorang. Hal ini hanya mampu dihindari bila seseorang dapat secara bijak mengatur apa yang menjadi kebutuhannya dan apa yang bukan. Sebagai sebuah lembaga pendidikan, sekolah diharapkan mampu menjadi lembaga pengembangan karakter bagi seseorang agar menjadi bijak dalam mengatur kebutuhannya. Dalam hal inilah, keugaharian sebagai sebuah keutamaan menjadi hal yang mesti diajarkan di sekolah.

5.2.2. Bagi Pelaku Konsumsi

Konsumsi merupakan sebuah kebutuhan dasar manusia dan secara natural konsumsi adalah sesuatu yang bersifat positif. Akan tetapi, konsumsi akan berubah menjadi sesuatu yang bersifat negatif apabila konsumsi bukan lagi menjadi alat pemenuh kebutuhan melainkan menjadi kebutuhan itu sendiri. Dengan demikian konsumsi mengendalikan seseorang.

Bahaya konsumerisme ini akan senantiasa hadir karena berhubungan erat dengan kebutuhan manusia. Oleh karena itu, hendaknya pelaku konsumsi memiliki keutamaan-keutamaan terutama keugaharian agar mampu bertindak dengan bijak dalam mengonsumsi barang tertentu. Dengan hadirnya berbagai kemajuan teknologi, kenikmatan akan konsumsi ditawarkan dalam berbagai macam hal. Pelaku konsumsi yang berugahari tentu akan dengan bijak memilah apa yang mesti menjadi prioritas dan apa yang bukan.

DAFTAR PUSTAKA

I. Kamus dan Dokumen

Allen, R. E., ed. *The Concise Oxford Dictionary of Current English*. Edisi VIII. London: BCA, 1990.

Konferensi Waligereja Indonesia Regio Nusa Tenggara. *Katekismus Gereja Katolik*. Cet. ke- 3. Ende: Penerbit Nusa Indah, 2008.

Verhoeven, Th. L. Dan Marcus Carvallo. *Kamus Latin – Indonesia*. Ende: Nusa Indah, 1969.

II. Buku-buku

Aquinas, St. Thomas. *Treatise on the Virtues*. Terj. John A. Oesterle. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 2008.

Atkins, E. M. dan Thomas Williams, ed. *Aquinas: Disputed Questions on the Virtues*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2005.

Atolah, Renanda Yafi. *Filsafat Santo Thomas Aquinas*. Yogyakarta: Basabasi, 2021.

Bertens, K. *Etika*. Cet. ke- 10. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Boden, Sharon. *Consumerism, Romance, and the Wedding Experience*. New York: Palgrave Macmillan, 2003.

Campbell, Colin. "I Shop therefore I Know that I Am: Metaphysical Basis of Modern Consumerism", dalam Karin M. Ekstrom dan Helene Brembeck, *Elusive Consumption*. New York: Berg, 2004.

Durn, Robert G. *Identifying Consumption: Subjects and Objects in Consumer Society*. Philadelphia: Temple University Press, 2008.

Dyson, R. W., ed. *St. Thomas Aquinas Political Writings*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2002.

Kaczor, Christopher dan Thomas Sherman. *Thomas Aquinas on The Cardinal Virtues*. Amerika: The Catholic University of America Press, 2008.

Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pusat Utama Grafiti, 1995.

Kerr, Fergus. *Thomas Aquinas: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press, 2009.

- Kosman, L. A. "Being Properly Affected: Virtues and Feelings in Aristotle's Ethics" dalam Amelie Oksenberg Rorty, ed. *Essays on Aristotle's Ethics*. Berkeley: University of California Press, 1980.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. *Dasar-dasar Periklanan*. Jakarta: Indeks, 2002.
- MacIntyre, Alasdair. *A Short History of Ethics*. Edisi II. London: Routledge & Kegan Paul, 1998.
- Magnis-Suseno, Franz. *13 Tokoh Etika*. Cet. ke- 5. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2001.
- . *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Cet. Ke- 13. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2002.
- . *13 Model Pendekatan Etika*. Cet. ke- 7. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2004.
- Miles, Steven. *Consumerism: as a way of life*. London: SAGE Publication, 1998.
- Oesterle, J. A. *St. Thomas Aquinas: Treatise on the Virtues*. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press, 1984.
- Pieper, Josef. *The Four Cardinal Virtues: Prudence, Justice, Fortitude, Temperance*. New York: Harcourt, Brace, & World, 1965.
- Rhonheimer, Martin. *The Perspective of Morality: Philosophical Foundations of Thomistic Virtue Ethic*. Terj. Gerald Malsbary. Washington, DC: The Catholic University of America Press, 2011.
- Roberts, Robert C. "Temperance" dalam Kevin Timpe dan Craig A. Boyd, ed. *Virtues and their Vices*. United Kingdom: Oxford University Press, 2014.
- Sandur, Simplesius. *Etika Kebahagiaan: Fondasi Filosofis Etika Thomas Aquinas*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2021.
- Soedjatmiko, Haryanto. *Saya Belanja, Maka Saya Ada*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Stearns, Peter N. *Consumerism in World History: the Global Transformation of Desire*. Edisi II. London: Routledge, 2006.
- Stellarosa, Yolanda. *Kecanduan Belanja: Budaya Konsumerisme dalam Teks*. Tangerang: Indigo Media, 2020.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.

III. Jurnal-jurnal

- Bakti, Indrta Setya, Nirzalin, dan Alwi. "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard". *Jurnal Sosiologi USK: Media Pembelajaran dan Aplikasi*, 13:2, Desember 2019.
- Brown, Nuhum. "Aristotle's Doctrine of the Mean and the Circularity of Human Nature". *Kritike*, 10:2, Desember 2016.
- Ceunfin, Fransiskus. "Etika Keutamaan dan Kualitas Hidup Moral". *Jurnal Ledalero*, 1:1, Januari 2002.
- . "Aristotle and Thomas Aquinas: Two Accounts of the Virtues". *Jurnal Ledalero*, 12:2, Desember 2013.
- Chua, Reginald Marry. "Aquinas on Temperance", *New Blackfriars*, 100:1082, Januari 2019.
- Gultom, Andri Fransiskus. "Konsumtivism Masyarakata Satu Dimensi dalam Optik Herbert Marcuse". *Jurnal Filsafat*, 12:1, Januari 2020.
- Haryani, Indah dan Jhon Herwanto. "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi". *Jurnal Psikologi*, 11:1, Juni 2015.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. "Masyarakata Konsumen sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya dalam Realitas Sosial". *Makara: Sosial Humaniora*, 10:2, Desember 2006.
- Losin, Peter. "Aristotle's Doctrine of the Mean". *History of Philosophy Quarterly*, 4:3, Juli 1987.
- Mahamboro, Dionisius Bismoko. "Identitas Keluarga Kristiani di Hadapan Budaya Konsumerisme". *Orientasi Baru*, 12:1, April 2016.
- Nadeak, Largus. "Habitus Operativus Bonus: Keutamaan menurut St. Thomas Aquinas". *Logos: Jurnal Filsafat – Teologi*, 3:2, Juni 2004.
- Octaviana, Rina. "Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse". *JAQFI: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, 5:1, Januari 2020.
- Putra, Andreas Maurenis. "Konsumerisme: 'Penjara' Baru Hakikat Manusia?". *Societas Dei*, 5:1, April 2018.
- Riduwan, Akhmad. "Relevansi Etika Keutamaan Aristoteles bagi Profesi Akuntan". *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 7:4, Desember 2003.
- Saumantri, Theguh. "Konsumerisme Masyarakat Kontemporer dalam Pemikiran Jean Baudrillard". *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 28:2, Juli 2022.

Saumantri, Theguh dan Abdu Zakrillah. "Teori Simulacra Jean Baudrillard dalam Dunia Komunikasi Media Massa". *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11:2, Desember 2020.

Tangen, Karl Inge. "The Need of Temperance: on Organizational Leadership and Temperance". *Scandinavian Journal for Leadership and Theology*, 2:1, Januari 2015.

Young, Charles M. "Aristotle on Temperance". *Philosophical Review*, 97:4, Oktober 1988.

IV. Online

Aquinas, Thomas. *Summa Teologica*. 1981. <<http://www.ccel.org/ccel/aquinas/summa.html>>.

Brainly.co.id. <<https://brainly.co.id/tugas/13552687>>, diakses pada 14 Februari 2023.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi V. 2016. <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>>.

Merriam Webster. *Merriam-Webster.com Dictionary*. <<https://www.merriam-webster.com/dictionary>>.

Piliang, Yasraf Amir. "Postmoderinsme Dan Ekstasi Komunikasi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 2 (2): 166–68 (2001). <<https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v2i2.716>>, diakses pada 3 Maret 2023.

Prabowo, S. M. Nur dan Maslahatur Rohman Yusman. "Etika Keutamaan (Virtue Ethics) sebagai Dasar Filosofis bagi Pengembangan dan Pembangunan Manusia". *Academia: Accelerating the World's Research*. <https://www.academia.edu/31042673/ETIKA_KEUTAMAAN_VIRTUE_ETHICHES_SEBAGAI_DASAR_FILOSOFIS_BAGI_PENGEMBANGAN_DAN_PEMBANGUNAN_KARAKTER_MANUSIA>, diakses pada 22 April 2023.