

MAKNA KONSUMSI BAGI ATLET JUNIOR BALAP SEPEDA DI KOTA MALANG

Yahya Aswad Vairindyanto

Program Studi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya.

yahya_aswad@yahoo.com

Pambudi Handoyo, S.sos, M.A.

Dosen Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

Pam_pam2013@yahoo.co.id

Abstrak

Pola hidup dan pola konsumsipada kehidupan seorang atlet, sangatlah kontras dengan masyarakat pada umumnya. Tujuan penelitian ini untuk memahami pola perilaku konsumtif seorang atlet junior balap sepeda dan memahami makna perilaku konsumtif bagi para atlet balap sepeda di Kota Malang. Teori yang digunakan yaitu teori dari Thorstein Veblen. Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Lokasi penelitiannya berlokasi di mess Balap Sepeda Velodrom Kota Malang. Subyek penelitian dipilih secara *purposive*, diantaranya atlet balap sepeda dan komunitas *bikers* di Kota Malang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, *indepth interview* dan *partisipant observer*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa pola konsumsi atlet balap sepeda kota malang diantaranya adalah konsumsi sebagai prioritas, konsumsi sebagai kualitas diri profesional, konsumsi sebagai sarana motivasi, percaya diri, serta konsumsi timbul dari perilaku senior dan pelatih. Berikutnya adalah makna konsumsi atlet balap sepeda diantaranya adalah konsumsi sebagai *style*, konsumsi sebagai *life style*, konsumsi sebagai gengsi, konsumsi untuk sebuah kesenangan dan konsumsi sebagai status sosial serta gaya hidup yang dibentuk oleh habitus.

Kata Kunci: *Bikers*, Atlet Sepeda, Pola Konsumtif.

Abstract

Lifestyle and consumption patterns in the life of an athlete, is in stark contrast with the public at large. The purpose of this research is to understand the consumer behavior pattern of an athlete junior cycling and understand the significance of consumer behavior for the cyclist in Malang. The theory used is the theory of Thorstein Veblen. The method used is descriptive qualitative approach of phenomenology of Alfred Schutz. Location research located in the mess Cycling Velodrome Malang. The study subjects were selected purposively, including cyclist and biker community in Malang. Data was collected by means of observation, depth interview and partisipant observer. The study says that the consumption patterns of the poor city cyclist include consumption as a priority, as the consumption of professional qualities, consumption as a means of motivation, self-confidence, as well as consumer behavior arising from the seniors and coaches. Next is the meaning of consumption include the cyclist as a styling consumption, consumption as a life style, consumption as prestige, pleasure and consumption for consumption as a social status and lifestyle shaped by habitus.

Keywords : *Bikers*, Bike Athlete, Pattern Consumerist.

PENDAHULUAN

Kota Surabaya merupakan kota kedua setelah Jakarta di Indonesia yang menyediakan fasilitas *car freeday*. Kebersihan udara, dan kenyamanan kota sehingga masyarakat beralih memakai sepeda yang dilakukan setiap kegiatan *car free*. Sepeda merupakan alat transportasi yang perannya diharapkan dapat menggantikan kendaraan bermotor. Berbagai macam variasi sepeda diciptakan sesuai dengan *trend* dan kebutuhan masyarakat, khususnya masyarakat kota.

Dalam kehidupan bermasyarakat banyak masyarakat yang memilih berolahraga sepeda sebagai

gaya hidup yang sehat. Terdapat juga beberapa komunitas sepeda yang ada di kota-kota besar. Misalnya di Kota Malang terdapat komunitas sepeda balap Velodrom Malang. Komunitas tersebut beranggotakan para atlet sepeda balap dari daerah yang ada di seluruh Indonesia. Untuk masuk pada komunitas tersebut melalui tahap seleksi yang diadakan oleh ISSI atau Ikatan Sport Sepeda Indonesia.

Pesatnya perkembangan sepeda yang saat ini sedang *booming* di kalangan masyarakat, sangat mempengaruhi pada tingkat konsumerisme para atlet balap sepeda. Pada umumnya, para atlet sepeda balap khususnya di komunitas Sepeda Balap Velodrom

Malang, memiliki tingkat konsumerisme yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari atribut yang dipakai di luar area sepeda balap. Perbedaan sangat mencolok ketika melihat para atlet mulai mengkonsumsi barang dengan merek dan kualitas tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola perilaku konsumen seorang atlet balap sepeda, serta makna perilaku *konsumtif* bagi para atlet balap sepeda di Kota Malang.

KAJIAN TEORI

Veblen mengemukakan mengenai konsepsi dinamis tentang manusia dan masyarakat. Menurutnya, kelakuan manusia tidak bersifat mekanis dan deterministik. Manusia sendiri menentukan apa yang dibuat olehnya. Jadi, istilah “naluri” atau *instinct* tidak dimengerti dalam arti suatu strukturisasi biologis, terhadap mana manusia tidak bebas. Veblen (dalam Veeger, 1993 : 100) membedakan empat naluri yang berpengaruh atas kelakuan orang, yaitu (a) kecenderungan untuk tahu (*idle curiosity*), (b) Kecenderungan untuk menjadi produktif, yaitu menghasilkan sesuatu (naluri kerja, *instinct of workmanship*), (c) Kecenderungan untuk membajak (*predatory instinct*, yang mendorong orang untuk menikmati barang tanpa bekerja), dan (d) Kecenderungan untuk bersikap baik terhadap kaum kerabat dan sesama. Atlet junior yang suka pameran cenderung untuk menunjukkan keberhasilannya, selain mengkonsumsi barang-barang mewah cara lain untuk menunjukkan keberhasilan adalah dengan menghabiskan banyak waktu mereka untuk bersenang-senang.

Pada dasarnya manusia bebas untuk menentukan isi hidupnya, namun umumnya ia bertindak karena rutin saja. Sebagian besar kelakuannya disebabkan oleh kebiasaan (*habit*). Ia tidak berefleksi atas dirinya. Perbuatan-perbuatan yang permulaannya masih disadari dan dikehendaki, lambat-laun mengalami suatu erosi dan menjadi rutin atau tradisi saja, yang seolah-olah dipaksakan dari generasi yang satu kepada generasi yang lain.

Veblen (dalam Damsar, 2009 : 124) menyatakan, *leisure class* menghambur-hamburkan uang untuk mengembangkan fashion, membuat pesta yang prestis untuk melakukan olahraga yang bergengsi. Mereka hidup dalam alam hedonistic, menurut Veblen merupakan bagian dari rohanimalistik dan memperkuat hasrat barbarian untuk mendominasi. Lebih lanjut, Veblen mengatakan, *leisure class* ini mengembangkan suatu budaya yang ditandai oleh nafsu untuk mengejar kekayaan berupa uang, dikenal dengan *pecuniary culture* serta pola konsumsi yang mencolok (*conspicuous consumption*) yaitu pengeluaran yang sia-

sia untuk kesenangan seata dan hasrat untuk menunjukkan suatu posisi atau status sosial yang lebih terpandang dibandingkan dengan kalangan-kalangan yang lain.

Sehubungan dengan proses evolusi sosial. Veblen membedakan dua tahap. *Pertama*, tahap pertama anggota masyarakat masih dirangsang oleh naluri keempat dan bersikap baik terhadap sesamanya. Masyarakat suka kerja sama. Tidak ada negara, kelas sosial, persaingan dan *organized warfare* (perang resmi). Tiap-tiap orang dianggap bebas dan berkedudukan sama. Juga naluri kerja (*instinct of workmanship*) amat berperan. Bekerja itulah kecenderungan alam dalam tiap-tiap orang dan merupakan tanda bukti kesehatannya atau tetapi yang paling baik, kalau ia mengalami gangguan psikis. Tiga hal dihasilkan oleh kerja, yaitu kepuasan, penghasilan, dan kehormatan. *Kedua*, masyarakat ini orang dirangsang oleh *predatory instinct*. Kerja produktif diganti dengan gaya hidup konsumtif. Kerja tangan dianggap “kasar”, “rendah”, dan “melelahkan”.

Veblen bermaksud untuk menguraikan fungsi-fungsi laten konsumsi dan pemborosan secara berlebihan menjadi simbol status tinggi dan percobaan untuk memperbesar gengsi individual melalui perlombaan. Pemborosan merupakan ciri pokok kelas sosial ini. Mereka memboroskan uang, waktu, tenaga kerja, dan menikmati gengsi serta status tinggi karenanya. Secara lebih terperinci ada empat ciri yang menonjol, yaitu (a) kerja tangan yang kasar dan kegiatan yang sehubungan dengan pencarian nafkah sehari-hari dianggap tabu di kalangan mereka, (b) kemewahan dan kebebasan ditonjolkan secara demonstratif oleh para anggota *leisure class* (kelas pemboros). Mereka melakukan konsumsi yang menyolok mata (*conspicuous consumption*) dan mempunyai waktu luang yang berlebihan (*conspicuous leisure*). Banyak waktu untuk bersantai, (c) sibuk memajukan macam-macam pengetahuan yang tidak relevan, merencanakan dan memamerkan budi bahasa. Oleh gaya hidupnya kelas ini menetapkan norma sopan santun masyarakat, sosial. Gejala seperti snobisme, mode, lagu pop, selera, dan sebagainya, merupakan bagian kultur modern yang berasal dari anggota *leisure class* yang mencari uang dan popularitas tanpa memajukan masyarakat dengan usaha produktif apapun.

METODE PENELITIAN

Secara metodologi, penelitian ini menggunakan model kualitatif bersifat deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Hal tersebut bertujuan untuk menggambarkan, dan meringkaskan berbagai kondisi

dan berbagai situasi atau berbagai fenomena yang timbul di masyarakat. Terutama yang menjadi obyek penelitian tersebut adalah para atlet balap sepeda yang mempunyai gaya hidup berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang sebuah kondisi, situasi atau fenomena tertentu (Bungin, 2001:48), dan yang kedua, untuk mengetahui dan memahami gambaran secara menyeluruh mengenai pandangan komunitas penggemar sepeda di Kota Malang.

Menggunakan pendekatan fenomenologi, yakni dengan cara memahami serta mempelajari arti sebuah peristiwa dan mengajukan sebuah pertanyaan terhadap masyarakat maupun obyek secara langsung dalam sebuah situasi tertentu, serta memasuki ranah kehidupan para atlet balap di Kota Malang. Lokasi penelitian adalah pada mes balap sepeda Velodrom Kota Malang dan beralamat di Jl. Danau Jonge No. 12 Velodrom Kota Malang. Mes yang berlokasi di Komplek Perumahan Sawojajar 1 tersebut, ditempati oleh para atlet balap sepeda junior Kota Malang. Subyek tidak ditentukan sebelumnya dan dari mana atau dari siapa memulai tidak menjadi sebuah masalah karena pemilihan bergantung pada keperluan peneliti dengan kata lain dipilih secara *purposive* (Moleong, 2006: 166-165). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, *indepth interview* dan *participat observation*.

Pola Konsumsi Atlet Balap Sepeda Junior Kota Malang

Para atlet balap sepeda di kalangan atlet junior Kota Malang menempatkan pola konsumsi mereka sebagai kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan para atlet tersebut, dan adanya pola perilaku konsumtif pada para atlet junior balap sepeda Kota Malang. Fenomena pola konsumtif para atlet balap sepeda merupakan salah satu contoh di dunia balap sepeda, yang tentunya semakin hari semakin banyak para atlet balap sepeda yang gila akan *lifestyle* penampilannya dengan barang-barang bermerek, banyak alasan yang membuat para atlet untuk membeli barang-barang bermerek yang serba mahal ini, dibandingkan dengan produk-produk tidak bermerek. Konsumsi non-kebutuhan dalam pandangan seperti itu harus dipahami sebagai akibat dari tipu daya yang secara psikologis dimanipulasi oleh para peneliti pasar dan pengiklanan yang ingin memikat produsen ke dalam proyek peningkatan produksi dan arena keuntungan yang diperoleh dari permintaan mereka sendiri.

Pertama, konsumsi menjadi kebutuhan yang diprioritaskan. Para atlet balap sepeda junior Kota

Malang selalu menempatkan kebutuhan konsumsi pada barang-barang bermerek sebagai kebutuhan yang sangat diprioritaskan. Perilaku para atlet tersebut berkaitan dengan teori Veblen tentang gaya hidup. Pada teori gaya hidup Veblen yang memperhatikan perilaku beberapa subyek terkait dengan adanya mekanisme pencapaian pemahaman mengenai kebutuhan dan menjadi sesuatu hal yang diprioritaskan oleh subyek penelitian.

Perilaku tersebut juga mempunyai dampak positif, diantaranya ketika mereka mengikuti gaya hidup tersebut, maka akan merubah gaya hidupnya dari yang *katrok* menjadi seseorang yang modern serta bergaya, dan banyak dari mereka berubah dalam cara berpikir yang *kolot* menjadi lebih maju terutama di bidang *fashion*. Dampak negatif yang akan muncul pada atlet tersebut adalah mereka akan terkesan lebih boros dalam membelanjakan uangnya hanya untuk mengkonsumsi serta mendapatkan barang-barang bermerek seperti yang mereka inginkan.

Kedua, konsumsi sebagai kualitas diri atlet profesional. Sikap konsumtif terhadap barang-barang bermerek, tidak lain adalah untuk menunjukkan kualitas dirinya sebagai atlet yang profesional terhadap sesama atlet, maupun kepada masyarakat di lingkungan mereka seperti teman sekolah, saudara, tetangga mereka di tempat asal mereka dan lain sebagainya. Dalam hal ini, adanya konsumsi sebagai kualitas diri seorang atlet balap sepeda yang profesional, menunjukkan adanya keterkaitan pola konsumsi dengan teori Thorstein Veblen. Adanya pengaruh modal pada perilaku konsumsi yang dianggap oleh para atlet sebagai kualitas diri sebagai atlet balap sepeda yang profesional. Pengaruh modal simbolis terjadi karena dengan perilaku konsumtif termasuk barang-barang apa saja yang digunakan oleh para atlet balap sepeda tersebut, untuk memaknai atau memberikan sebuah simbol terhadap para atlet balap sepeda lainnya, bahwa dirinya adalah atlet balap sepeda yang profesional.

Ketiga, konsumsi sebagai sarana penambah semangat dan rasa percaya diri. Memiliki barang-barang yang bagus sedikit banyak akan membuat para atlet menjadi jauh lebih semangat serta percaya diri ketika mereka mengikuti sebuah perlombaan, karena ketika mereka menjadi juara pada suatu perlombaan, mereka akan dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan konsumsi mereka lainnya. Pada praktek sosial yang terjadi pada kalangan atlet balap sepeda Velodrom kota Malang tersebut, terdapat sebuah gambaran mengenai adanya konsumsi sebagai sarana penambah semangat dan rasa percaya diri para atlet balap sepeda di Velodrom kota Malang. Dalam hal ini, dapat dijelaskan bahwa teori Veblen mengenai gaya hidup yang

mengkonseptualisasikan tindakan para atlet balap sepeda tersebut, dengan mengandaikan adanya suatu keadaan dunia seperti sebagai sebuah sarana dalam hal penambah semangat dan rasa percaya diri yang timbul pada atlet balap sepeda tersebut, karena adanya perilaku konsumtif.

Keempat, pola konsumsi yang timbul dari para perilaku konsumsi senior dan pelatih. Pola konsumsi yang terjadi pada para atlet balap sepeda junior kota Malang, secara langsung mereka mencontoh daripada para senior serta pelatihnya sebelum mereka mencontoh dari teman-teman tim mereka. Hal tersebut terjadi karena aktivitas interaksi antara atlet dengan senior maupun pelatihnya yang sering terjadi. Pada pembahasan kali ini mengenai adanya sebuah pola konsumsi yang timbul dari para perilaku konsumsi senior dan pelatih, dapat dijelaskan bahwa adanya keterkaitan modal sosial dimana teori Thorstein Veblen sangat berpengaruh pada pembahasan tersebut. Modal sosial yang dimaksud adalah sebuah modal non-materi, modal yang berasal dari hubungan antara para subyek dengan relasi pada sebuah lingkungan yang menyebabkan adanya peniruan perilaku subyek kepada relasi, senior, maupun pelatihnya dimana setiap harinya mereka selalu berinteraksi, bertemu dan mempunyai aktivitas yang hampir sama dengan para subyek.

Makna Konsumsi Atlet Balap Sepeda Junior Kota Malang

Makna konsumsi para atlet balap sepeda di kalangan atlet junior kota Malang, adalah dimana perilaku konsumsi terhadap barang-barang bermerek tersebut sangatlah diutamakan oleh para atlet. Hal tersebut yang akhirnya mendorong para atlet balap sepeda junior kota Malang lebih giat, lebih semangat dalam berlatih terutama untuk mendapatkan juara serta prestasi agar nantinya mereka dapat menambah lagi koleksi barang-barang bermerek lain yang mereka inginkan. Berdasarkan data yang didapat peneliti selama hasil penelitian, untuk mempermudah dalam analisis data, peneliti membedakan karakteristik atlet balap sepeda junior sesuai dengan beberapa bagian yaitu latar belakang Atlet balap sepeda, makna dari gaya konsumsi atlet balap sepeda, dan fungsi dari apa saja yang dikonsumsi oleh para atlet balap sepeda.

Pertama, konsumsi sebagai *lifestyle*. Dua aspek mengenai perihal konsumsi sebagai *lifestyle*, yang pertama konsumsi sebagai *stylist* dan yang kedua konsumsi sebagai *lifestyle*, adapun perbedaan dalam dua kategori tersebut yakni yang dimaksud sebagai *stylist* adalah konsumsi yang subyek gunakan adalah bertujuan digunakan untuk status sosial pada diri seorang atlet terhadap lingkungan sesama atlet balap

sepeda, sedangkan konsumsi sebagai *lifestyle* dimaksudkan adalah sebagai gaya hidup mereka yang sengaja mereka ubah, dan menunjukkan kepada lingkungan asal para atlet balap sepeda itu sendiri.

Kedua, konsumsi sebagai gengsi. Rasa gengsi yang dimiliki para atlet balap sepeda ini juga berkaitan dengan modal sosial, yakni hubungan subyek terhadap teman, senior, saudara dan lain sebagainya, dimana para subyek tidak ingin kalah atau terlihat lebih rendah daripada teman atau rekan dilingkungan mereka. Pola konsumsi sebagai rasa gengsi juga berbenturan dengan adanya modal ekonomi mereka yang dimana pola perilaku subyek dibatasi oleh adanya batasan dana yang subyek punya sehingga menimbulkan kegiatan berbelanja subyek tidak stabil. Modal budaya juga berpengaruh karena rasa gengsi mereka akan terlihat sangat besar ketika barang konsumsi yang subyek gunakan kalah bagus, kalah merek, kalah harga dengan yang digunakan oleh rekannya, terutama rekan sebaya subyek. Hal tersebut dapat terjadi apabila pengetahuan subyek tentang barang yang mereka konsumsi tersebut salah, misalnya mengenai keorisinalan sebuah barang yang sangat harus diperhatikan, agar subyek tidak salah dalam membeli dan memilih barang yang diinginkannya.

Ketiga, konsumsi untuk kesenangan. Konsumsi untuk sebuah kesenangan merupakan salah satu hal atau pembahasan yang termasuk didalam kategori dalam teori Thorstein Veblen, dimana perilaku konsumsi ini dilakukan oleh subyek karena semata-mata mereka ingin mendapatkan sebuah kesenangan, yang tidak akan mereka dapatkan tanpa melakukan perilaku konsumsi tersebut. Dalam hal ini modal ekonomi sangat berpengaruh bagi subyek, alasannya adalah dimana ketika subyek menginginkan suatu barang yang dirasa subyek barang tersebut adalah sebuah kesenangan bagi mereka. Modal ekonomi menjadi penting peranannya bagi para perilaku konsumsi untuk mendapatkan kesenangan, ketika para perilaku konsumsi terkendala masalah modal ekonomi atau uang, maka subyek serta para perilaku konsumsi tidak akan mendapatkan serta memperoleh kesenangan bagi dirinya.

Keempat, konsumsi sebagai status sosial pada diri seorang atlet balap sepeda. Konsumsi sebagai status sosial pada diri atlet balap sepeda karena subyek merasa bahwa dengan perilaku konsumsi yang mereka lakukan tersebut, menjadikan pribadi subyek pada sebuah status yang diharapkan oleh para subyek atau para atlet balap sepeda Velodrom Kota Malang tersebut. Status pada diri seorang atlet balap sepeda berkaitan dengan teori Veblen yang menjelaskan bahwa status pada diri seorang atlet balap sepeda

tersebut tergolong sebagai simbolis bagi dirinya. Simbol yang diharapkan oleh para subyek atau atlet balap sepeda sebagai sebuah status pada dirinya, melibatkan adanya modal simbol yang terjadi pada para pelaku konsumsi tersebut. Dengan modal simbol tersebut dapat menentukan status mereka berada di atas, ditengah, bahkan dibawah sekaligus. Status yang nantinya dapat merubah pandangan seseorang terhadap dirinya dengan adanya simbol barang, kualitas barang dan merek barang yang subyek gunakan.

PENUTUP

Kesimpulan

Pola konsumsi atlet balap sepeda junior kota malang dapat dikategorikan menjadi empat. *Pertama*, konsumsi menjadi kebutuhan yang diprioritaskan. *Kedua*, konsumsi sebagai kualitas diri atlet professional. *Ketiga*, konsumsi sebagai sarana penambah semangat dan rasa percaya diri. *Keempat*, pola konsumsi yang timbul dari para perilaku konsumsi senior dan pelatih.

Makna konsumsi para atlet balap sepeda di kalangan atlet junior Kota Malang juga diklasifikasikan menjadi empat. *Pertama*, konsumsi sebagai *lifestyle*. *Kedua*, konsumsi sebagai gengsi. *Ketiga*, konsumsi untuk kesenangan. *Keempat*, konsumsi

sebagai status sosial pada diri seorang atlet balap sepeda.

Saran

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, maka diharapkan bagi para atlet balap sepeda junior Kota Malang lebih selektif dalam mengkonsumsi barang-barang dan disesuaikan dengan kebutuhan. Pola konsumsi yang tergolong cukup mewah diharapkan dapat diseimbangkan dengan prestasi di lapangan. Selain itu juga mengurangi konsumsi barang-barang yang sifatnya tidak menguntungkan dan tidak ada hubungannya dengan kebutuhan pokok seorang atlet.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Damsar. 2009. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, J. Lexi. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kuswarno, Engkus, M.S. 2009. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Veeger, K.J. 1993. *Realitas Sosial : Refleksi Filsafat atas Hubungan individu Masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.