DINAMIKA MASYARAKAT KONSUMTIF BALI DALAM UPACARA AGAMA (GEBOKAN PERSPEKTIF EKONOMI)

I Made Sujana
Universitas Teknologi Indonesia, Bali
Email : tax.madesujana@gmail.com

ABSTRACT

There are 3 (three) economic issues regarding Production, distribution and consumption, and to overcome them must also be from that problem, namely how to produce more and better and diverse, and then from the production how to distribute it evenly and thoroughly to consumers or society and further is how to consume to be more useful and beneficial to society. A good and right consumption if consumers can use it effectively means that it is right on target and is fully beneficial and this can improve economic growth and people's welfare will be better, but if used consumptive or even excessive consumerism will be able to reduce economic growth. The basic framework of the teachings of Hinduism, especially in Bali is divided into 3 (three) parts, namely Tattwa (philosophy), Susila (ethics) and Ceremony (yadnya) all are integrated and related to one another. Tattwa means "that" whose deeper meaning is "truth and belief" about God, Susila which means the basis of moral or good behavior or actions, the third is the Hindu concept of ceremony which can be interpreted by all movements around human life or activities in connecting with God, in a ceremony requires a facility called upakara which in Bali is often called Banten which one form is Gebogan or Pajengan whose contents consist of various products of the earth and is presented sincerely before God. In the present era, the form and content of gebogan has shifted which was originally filled from agricultural produce and arranged according to ability, has now shifted to an even excessive lifestyle called consumerism and consumerism. Life, with the hope of the results of this study would certainly be known to be the cause and how to overcome them.

Keywords: dynamics, consumerism and ceremonies.

ABSTRAK

Ada 3 (tiga) masalah ekonomi mengenai produksi, distribusi dan konsumsi, dan untuk mengatasinya juga harus dari masalah itu, yaitu bagaimana memproduksi lebih banyak dan lebih baik dan beragam, kemudian dari produksi bagaimana mendistribusikannya secara merata dan menyeluruh kepada konsumen dan selanjutnya adalah bagaimana cara mengkonsumsinya agar lebih bermanfaat bagi masyarakat. Konsumsi yang baik dan benar apabila konsumen dapat memanfaatkannya secara efektif berarti tepat sasaran dan sepenuhnya bermanfaat dan hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat akan lebih baik, namun jika digunakan konsumtif atau bahkan konsumerisme yang berlebihan akan dapat menurunkan pertumbuhan ekonomi. Kerangka dasar ajaran Hindu khususnya di Bali terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yaitu Tattwa (Filsafat), Susila (Etika) dan Upacara (Yadnya) yang semuanya terintegrasi dan berhubungan satu sama lain. Tattwa artinya "bahwa" yang lebih dalam maknanya adalah "kebenaran dan keyakinan" tentang Tuhan, Susila yang artinya landasan moral atau tingkah laku atau perbuatan baik, yang ketiga adalah konsep upacara Hindu yang dapat dimaknai oleh semua gerakan di sekitar

kehidupan atau kegiatan manusia. Dalam berhubungan dengan Tuhan, dalam suatu upacara membutuhkan fasilitas yang disebut upakara yang di Bali sering disebut Banten yang salah satu bentuknya adalah Gebogan atau Pajengan yang isinya berupa berbagai hasil bumi dan dipersembahkan dengan ikhlas di hadapan Tuhan. Pada era sekarang, bentuk dan isi gebogan telah mengalami pergeseran yang semula diisi dari hasil pertanian dan ditata sesuai kemampuan, kini bergeser ke gaya hidup yang bahkan berlebihan yang disebut konsumerisme. Harapan dari hasil penelitian ini tentunya dapat diketahui penyebab dan cara mengatasinya.

Kata kunci: dinamika, konsumerisme dan upacara.

A. Pendahuluan.

Kalau orang-orang puritan memandang dirinyasendirisebagaiupaya guna menjalankan berbagai kegiatan demi kemuliaan Tuhan Yang maha esa, kualitas pribadinya, karakternya terhadap hasil produksi merupakan modalinvestasi yang baik untk dikelola tanpa spekulasi, tanpa kepentingan untuk dihambur-hamburkan demi sebuah identitas diri maupun kelompok, namun disisi lain pada masyarakat komsumen menganggap dirinya sebagai sisi depan kenikmatan dan kebahagiaan ibarat sebuah proyek kebahagiaan dan kenikmatan, tidak ada persoalan bagi konsumen atau penduduk modern saat ini untuk menghindarkan diri dari paksaan kebahagiaan dan kenikmatan yang padanan *lifestyle*. Konsumsi merupakan sebuah prilaku aktif dan kolektif yang dapat dipaksakan , sebuah moral , keseluruhan dari nilai dan integrasi social.

Persoalan ekonomi memang dari dulu hingga sekarang menyangkut Produksi, Distribusi dan Kunsumsi, karena ini merupakan persoalan atau masalahnya maka cara untuk mengatasinya juga dimulai dari Produksi yaitu bagaimana cara menghasilkan produk baik barang maupun jasa dalam jumlah dan kualitas tertentu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau masyarakat, selanjutnya dapat disebar luaskan atau didistribusi ke konsumen atau masyarakat yang mengalami kekurangan serta pada akhirnya dapat dikonsumsi oleh konsumen pula sehingga bisa bermanfaat dan bernilai guna dan bilamana ini dilakukan secara terus menerus maka akan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, namun bila dilakukan secara konsumtif bahkan konsumerisme selain akan mengurangi value editnya juga dapat berakibat pada pertumbuhan ekonomi.

Konsep dasar agama Hindu ada tiga kerangka yaitu Tattwa, Susila dan Upacara, ketiga hal ini saling berkaitan dan berintegrasi, namun dalam hal ini pada seminar dan kajiannya kami mengangkat hal upacara. Dalam kegiatan upacara Hindu di Bali terutama berkaitan dengan Banten yang salah satu sarananya disebut Gebogan atau Pajengan. Di zaman now telah terjadi pergeseran dari isinya yang awal mulanya isi dari gebogan diambil

dari hasil tumbuh2an atau hasil bumi dan diaturkannya secara tulus ikhlas, tapi sekarang sudah bergeser isinya ke pola gaya hidup , bahkan tidak jarang berlebihan yang disebut konsumtif dan konsumerisme. Permasalahan yang dapat kami angkat (1) Apa itu Gebogan atau Pajegan. (2) bagaimana dinamika atau perubahan isi gebogan. (3) Apakah isi gebogan mengikuti konsumerisme.

B. Telaah Pustaka

Ada beberapa telaah pustaka yang perlu disajikan yang nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pegangan atau pedoman sekaligus bahan kajian dalam penelitian dan penulisan ini. Dinamika itu adalah sebuah perubahan dari beberapa komponen dalam kehidupan masyarakat, tiada yang kekal selain perubahan, demikian pula dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat berkaitan dengan kebutuhan primer dan sekunder. Konsumen menurut pengertian pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang yang memakai produk yang tersedia dalam masyarakat baik kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan atau secara ilmu ekonomi konsumen masyarakat yang berkemauan dan berkeinginan hasil produk baik itu barang atau jasa dengan memakai akhir, konsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dengan tujuan memperoleh kepuasan yang dapat berakibat mengurangi ataupun menghabiskan nilai guna suatu produk, orang atau masyarakat yang menggunakannya, konsumtif hal ini biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya, saat ini gaya hidup dan pola hidup yang menganggap kepuasan materi sebagai sesuatu penggunaan konsumsi yang berlebihan, sedangkan konsumerisme adalah paham atau ideology yang menjadikan seseorang atau kelompok melakukan atau menjalankan proses konsumsi atau pemakaian produk secara berlebihan atau kurang sepiantasnya secara sadar dan berkelanjutan, konsumerisme juga dapat diartikan paham atau gaya hidup yang menganggap barang barang atau jasa sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan, dan saat ini kita hidup di dalam alam komoditas yang memberikan banyak pilihan untuk dikonsumsi.

Ciri-ciri konsumerisme seperti : pembeli atau memakai ingin tampak berbeda dari yang lain, kebanggaan penampilan, sekedar ikut-ikutan (pengikut), ingin menarik perhatian.

Ajaran agama Hindu dapat dibagi menjadi tiga bagian kerangka dasar yang saling mengisi dan satu kesatuan yaitu : Tatwa (filsafat), Susila (etika), Upacara (yadnya).

Tatwa berasal dari kata Tat dan twa, Tat=itu dan twa= itu berarti secara leksikal berarti “ ke ituan “ dan makna yang lebih mendalam berarti “kebenaran itu” dan Tatwa kerap

kali disamakan dengan Filsafat tentang Tuhan dan keyakinan yang mencakup 5 (lima) hal yang sering disebut Panca Sradha yaitu Widhi Tatwa, Atmatatwa, karmapala tatwa, Punarbawa tatwa dan Moksa tatwa)

Susila berasal dari kata Su dan sila, Su berarti baik, sila berarti dasar perilaku atau tindakan, dapat juga disamakan dengan "Etika". Susila tidak saja diajarkan tentang moral atau cara berperilaku yang baik, tetapi juga mengenai landasan filosofinya.

Upacara berasal dari kata acara, tingkah laku atau perbuatan yang baik, jadi upacara merupakan kelakuan, tindak tanduk yang baik, adat atau suatu praktek dalam pelaksanaan hindu. Adapula yang mengatakan upacara berarti sekeliling atau penunjuk segala dan cara, gerak gerak atau aktivitas sehingga upacara dapat dimaknai gerakan sekeliling kehidupan manusia dalam upaya menghubungkan dengan Tuhan, aktivitas ini dilakukan berlandaskan kitab suci Weda dan Sastra Agama Hindu.

Sarana upacara adalah disebut upakara dan di Bali upakara disebut juga dengan istilah Banten yang mana berarti Wali, maka dari upakara dewa yadnya sering disebut Puja wali yang berarti wakildari segala sumber alam semesta ciptaan Tuhan.

Gebogan merupakan sesajen yang digunakan untuk upakara keagamaan hindu dan dibuat pada saat piodalan, gebogan sendiri diisi dengan berbagai macam buah, jajan, daging yang dihiasi dengan janur dan disusun menggunakan dulang.

C. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode atau pendekatan deskriptif kualitatif dengan melihat sikap dan perilaku masyarakat atau konsumen terhadap pergeseran terutama mengenai isi dari gebogan tersebut, dan data sekunder yang diperoleh dengan membuka beberapa media yang menyajikan isi dari gebogan pada beberapa fase atau waktu.

Selanjutnya akan disampaikan tentang jenis kajian atau penelitian pada penulisan ini adalah mix atau penggabungan antara kajian teoritis dengan kasus yang terjadi pada pola masyarakat hindu dalam pengisian atau penandingan gebogan, demikian pula tentang objek kajiannya adalah isi gebogan, sedangkan subyeknya adalah konsumen atau masyarakat yang membuat gebogan dengan mengambil beberapa sample dalam studi kasusnya. Selanjutnya dianalisis secara deskriptik. Adapun definisi operasionalnya seperti : dinamika adalah sesuatu yang selalu berubah dalam hal ini perubahan bentuk dan isi gebogan, konsumerisme adalah sebagai paham atau gaya hidup yang menganggap barang barang sebagai ukuran kebahagiaan atau kesenangan, gebogan adalah salah satu sarana banten yang berisi berbagai hasil bumi dan industry.

D. Pembahasan

Derasnya arus globalisasi dan intensif membuat masyarakat Bali yang kini berada dalam pergeseran atau perubahan yang juga begitu cepat baik dibidang social, ekonomi dan Budaya, tentu perubahan ni tidak saja dapat bernampak positif tapi juga dapat berdampak negative terlebih lagi Bali yang telah ditetapkan sebagai kawasan wisata bagian Timur indosenia bahkan pusat pariwisata di Indonesia yang mau tidak mau, suka atau tidak suka maka perubahan atau pergeseran ini harus dihadapi dan bukan dihindari dengan berbagai sharing sehingga dapat memilah mana yang baik dan buruk , mana yang dipergunakan dan tidak. Masyarakat Bali yang keberadaan penduduknya bersifat hitrogen dengan mayoritas beragama Hindu serta hidup selalu harmonis dengan suku dan agama lainnya.

Dalam ajaran agama Hindu yang memiliki tiga kerangka dasarnya yaitu ; *a).Tattwa* yang merupakan inti sari ajaran dalam agama Hindu yang termuat dalam sarascamuscaya, *b). Susila* yang merupakan aturan yang memuat hal kebaikan dan keburukan dalam arti mana yang harus dan wajib dilakkan serta *c). upacara* adalah prasarana dan sarana berupa pengorbanan yang tulus ikhlas dalam wujud dan bentuk bebantenan dan kenyataan ini lebih diwarnai jalan bhakti dan karma, dan dalam hal pembahasan nanti dari ketiga dasar ajaran Hindu akan lebih ditekankan pada Upacara yang bersifat kekinian sebagai akibat tuntutan berbagai hal baik ekonomi, social dan Budaya dalam bingkai masyarakat konsumtif.

1. Arti dan makna gebogan

Salah satu kelengkapan dalam bebantenan bagi umat Hindu di Bali adalah gebogan atau pajengan yang isi terdiri dari berbagai hasil tumbuhan mulai dari buah local seperti pisang, nenas, manggam jeruk, hasil makanan seperti nasi tumpeng besar, berbagai jenis jajandan hewan terutama daging ayam atau bebek, yang semuanya dibuat diatas dulang berbentuk bulat kemudian disusun menyerucut keatas dan paling atas diisi canang.

Makna dari pembuatan dan isi gebogan atau pajengan sebagai ungkapan syuhkur umat manusia kepada Tuhan Yang Maha Esa atau Hyang Widhi atas segala anugrah yang diberikan kepada kita semua, walupun isinya banyak terjadi pergeseran namun dari segi arti dan maknanya adalah tetap.

2. Dinamika atau pergeseran isi gebogan

Di era tahun 1980 hingga tahun 1990 proses pembuatan gebogan dilakukan secara konvensional yang artinya dibuat sendiri oleh masing masing keluarga dan isinya pun pada umumnya diambil dari hasil local mulai dari buah-buahan seperti pisang, jeruk, selekaya,

manggis, mangga, demikian pula jajannya juga hamper semuanya jajan local mulai dari jaje gine, jaje rete, cucur, jaje kukus, dan daging ayam yang satu ekor yang dipanggang, susunannya selain ada unsure etika juga ada unsur estetikanya, dan di era tahun 1990- 2000 telah terjadi sedikit pergeseran dari isinya yang sudah terisi tidak saja muatan local tapi juga buah dan jajan dari luar. Buah dari luar seperti buah apel, pir, anggur demikian pula dari jajan modern seperti roti bolu dll dan era tahun 2000 hingga sekarang isinya lebih moder dan praktis seperti yang bisa kita lihat dalam isi gebokan selain buah juga terisi berbagai minuman kaleng tapi semuanya ini adalah bagian dari banten. Upacara “ *ngebokan* “ sebagai manipestasi dari apa yang kita dapatkan dan miliki dan di haturkan kehadapanNya secara tulus ikhlas telah mengalami perubahan dan pergeseran tentang isinya di dalam Gebokan tersebut dengan berbagai modifikasi dan full variasi bahkan hiperalitas. Isi gebokan selalu mengalami perubahan yang pada awalnya dibuat secara konvensional dari berbagai hasil bumi local dan berbagai jenis jajan local pula. Jenis jajan local seperti jaje begine, jaje uli, jaje gipang, jaje satuh, jaje iwel dan di rangkai dengan buah local seperti buah pisang, munde, sotong, sentul, semaga, jeruk, nanas, poh, tebu manis, lambat laun jenis buah dan jajan local bergeser ke buah impor seperti apel, pir, sakis, markisa, kiwi, anggur dan jajan modern seperti roti, bolu, dll. Terlebih saat ini isi dari gebokan semakin ramai dengan berbagai isian dan hiasan dari berbagai jenis minuman kalengan seperti paku, bir, coca cola, spirit kesemuanya itu isinya seperti isi didalam “ parsel”

3. Isi gebokan dan konsumerisme.

Konsumsi adalah suatu upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan/hasrat (*want*). Kebutuhan adalah upaya untuk dapat mengisi keperluan pokok umpamanya kebutuhan makan, sedangkan keinginan adalah alternative-alternatif untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut umpamanya tentang kebutuhan makan, mau makan nasi campur, nasi goreng, bubur dan makanan yang lainnya hal itu merupakan keinginan, dan bilamana kebutuhan dan keinginan yang berlebihan inilah yang dikatakan konsumtif. Masyarakat yang berkonsumsi saat ini saja tidak hanya melihat batas nilai dan kegunaan tapi sangat terjaga dan terpengaruhi oleh unsure-unsur: Simbolik dalam arti bisa memberikan makna terhadap orang yang menggunakan dan memiliki sehingga akan terlihat seperti dan fiksi naik kelas, naik status dimata masyarakat. Gaya hidup dan pola hidup memang penting tapi yang terpenting adalah bagaimana kita bias dan mampu menyikapinya sehingga kita tidak terbawadengan istilah 3 S (sakit, stroke, seme). Sifat konsumtif dalam kegiatan upacara di Bali

saat ini tidak saja karena untuk aktif dan kreatif individu tapi lebih karena unsure paksaan dan kolektif. Satu contoh dalam suasana dan prasarana dalam upacara adalah membuat “ngebokan”, karma /masyarakat akan membuat gebokan atas hasil paruman dan kesepakatan agar membuat tinggi, besar serta ukuran maupun bahan dan eteh-etehnya terdiri dari ini dan itu dan ada unsure paksaan demi kebersamaan atau kolektifitas, dan kesemuanya ini juga dari hasil pembandingan dengan karma di desa lainnya juga membuat “ngebokan” yang sama . Pola konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi awal dari produsen dalam artian pihak produsen menghasilkan produk sesuai dengan kemampuannya , namun sekarang telah terjadi pergeseran ke konsumen dalam arti pihak produsen akan menghasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar sebab kalau tidak demikian maka perusahaan akan merugi, demikian pula pola konsumtif saat ini memang ada beberapa factor yang sangat mendorong keberadaannya yaitu; capital, produsen dan Media massa. **a). Kapital**, dalam artian kepemilikan uang, pengetahuan teknologi dan kekuatan. Terjadinya transaksi produk antara produsen dan konsumen sangat dipengaruhi capital hal mana bagi pihak produsen akan selalu mengembangkan berbagai jenis dan tipe produk dengan kemampuan dana yang dimiliki untuk berekspansi/perluasan usaha dan wilayah penjualan, demikian pula dengan menggunakan pengetahuan teknologi untuk dapat menghasilkan produk dalam jumlah yang banyak dan kualitas yang tinggi (efisien dan efektif), demikian pula dengan menggunakan kekuatan /power untuk bekerjasama serta mempengaruhi birokrat sehingga terbuka peluang pasar. Sedangkan capital dari pihak konsumen adalah uang/dana yang diperoleh dari aktivitas sekarang ini telah terjadi peningkatan pendapatan dan penghasilan masyarakat sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat . **b). Produsen**, adalah orang yang memproduksi produk tentu memiliki jiwa wiraswasta (entrepreneurship) dalam jiwa tersebut terkandung orang yang berani mengambil resiko dengan menghadapi berbagai rintangan dan membuka berbagai kesempatan, produsen saat ini harus jeli dan cekatan serta mampu untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pasar saat ini dan terus menerus melakukan perubahan demi kepuasan konsumen sekaligus mendapatkan penjualan serta profit yang besar. **c). Media Massa**, salah satu kekuatan yang penting saat ini adalah media karena fungsi media bukan saja hanya bersifat informatif dalam arti menyampaikan berita kepada masyarakat namun juga bersifat bujukan atau rayuan kepada masyarakat agar tanpa disadari masyarakat percaya dan mau untuk melakukan transaksi atau pembelian, bahkan sekarang dalam mass media hal yang komoditi bisa berubah menjadi komodifikasi. Mass media seperti periklanan melalui televisi, radio, surat kabar dan internet, sales promotion, personal selling dan publisitas. Kembali pada persoalan konsumtif dalam upacara di Bali contoh dalam pembuatan penjor yang pada intinya merupakan simbol gunung

agung dengan berbagai manifestasinya dan dalam perkembangan saat ini dalam pembuatan dan isi pada contoh sarana upacara “ **ngebokan** “sebagai manipestasi dari apa yang kita dapatkan dan miliki dan di haturkan kehadapanNya secara tulus ikhlas telah mengalami perubahan dan pergeseran tentang isinya di dalam Gebokan tersebut dengan berbagai monifikasi dan full vaiasi bahkan hyperalitas. Isi gebokan selalu mengalami perubahan yang pada awalnya dibuat secara konvensional dari berbagai hasil bumi local dan berbagai jenis jajan local pula. Jenis jajan local seperti jaje begine, jaje uli, jaje gipang, jaje satuh, jaje iwel dan di rangkai dengan buah local seperti buah pisang, mundeh, sotong, sentul, semaga, jeruk, nanas, poh, tebu manis, lambat laun jenis buah dan jajan lokan bergeser ke buah impor seperti apel, pir, sankis, markisa, kiwi, anggur dan jajan modern seperti roti, bolu, dll. Terlebih saat ini isi dari gebokan semakin ramai dengan berbagai isian dan hiasan dari berbagai jenis minuman kalengan seperti pokari, bir, coca cola, sprit kesemuanya itu isinya seperti isi didalam “ parsel” . Parsel pada umumnya diberikan kepada atasan, teman atau sahabat yang lainnya, tapi sekarang maaf “ apakah parsel juga untuk kita haturkan “, kesemuanya ini dapat dikaji pola konsumtif ini dari dua perspektif yaitu ; **a). Perspektif individu**, tidak jarang orang ingin mengikuti hasil aktivitas orang lain bahkan kalau bisa tampil lebih beda sehingga akan terangkat berbagai status social sebagai contoh dalam pembuatan ngebokan beberapa bulan terakhir ini ada individu masyarakat yang membuat tingginya lebih dari 1 meter dengan isi beraneka ragam, bahkan awalnya gebokan itu berisi hasil bumi seperti buah-buahan, berbagai jajan dan daging ayam panggang, tapi sekarang telah terjadi pergeseran dari isinya mengikuti perilaku gaya hidup hal mana tidak jarang isi gebokan itu sudah berganti yang didalamnya berisi berbagai jenis minuman kaleng, dan kalau kita telusuri lebih mendalam yang harus dipikirkan setelah kita menghaturkan (*surutan*) untuk apa, bukan kemampuan dan kemauan yang diperlukan tapi keberlanjutannya. **b). Perspektif kelompok/ kolektif**, dalam hal ini agar kelihatan tidak nista/alit jika dibandingkan dengan masyarakat yang lain maka kita berlomba-lomba untuk membuatnya atau mengaturnya minimal seperti orang atau masyarakat di desa yang lain bahkan mengapa tidak kalau bisa lebih banyak dan lebih besar sehingga ada pembandingan dan penanding bahwa kita lebih dan melebihi dari masyarakat atau desa yang lain, dan dalam hal ini persoalannya keberadaan masyarakat disuatu desa tidak merata terutama dari sisi ekonomi dan kalau itu dipaksakan demi kolektifitas atau kebersamaan tidakkah kedepan akan semakin suram dengan berbagi utang dan menjual tanah bahkan melakukan pekerjaan yang nekat dapat merusak citra Bali.

E. Penutup.

Gebogan adalah salah satu sarana dalam bebentenan bagi umat Hindu di Bali yang isinya selalu mengalami perubahan, sebagian masih menggunakan local dan juga telah dikombinasikan dengan hasil modern dan kesemuanya arti dan maknaya adalah tetap kita bersyukur dan haturkan kehadapan Tuhan dan apa yang kita haturkan itulah yang akan kita lungsur atau tunas untuk kita makan. Konsumsi adalah sesuatu yang wajar untuk dapat mempertahankan hidup dan kehidupan, namun kalau konsumtif atau mengkonsumsi yang berlebihan (hiperrealitas) maka hal ini perlu dicerna lebih mendalam terlebih lagi konsumerisme, hanya karenagengsi untuk mendapatkan status social dengan cara yang berlebihan, akan lebih baik jika kita memiliki sesuatu yang lebih dapat disalurkan lewat bentuk yadnya yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Ahyari, 1990, Manajemen Operasi/produksi, BPFE, Yogyakarta

Baudrillard Jean P, 2009, Masyarakat Konsumsi, kreasi wacana, Yogyakarta.

Chase. Aquilano, Jacobs, 2001, Operation Management for Competite Advantage: McGraw Hill.

Etta Mamang Sangadji, 2013, Prilaku konsumen, pendekatan praktis, Penerbit Andi Yogyakarta.

Kotler Philip, Amstrong, 2009, Manajemen Pemesaran jilid I, II, edisi ke 12, PT.Mancanan Jaya.

Tambunan, R, 2001, Remaja dan Prilaku Konsumtif, www.E.psikologi.com.