

# **ANALISIS PENGARUH POST-KOLONIAL DI INDONESIA TERHADAP PERILAKU HEDONISME DALAM MENGGUNAKAN PRODUK ASING**

Muhammad Rayhan Syauqii<sup>1</sup>, Diandra Primurdia Nalindry<sup>2</sup>, Kinasih Triambawani<sup>3</sup>, Elisa Betary Agustin<sup>4</sup>

Email: diandraprimurdianalindry@gmail.com

Universitas Lampung

## ***Abstract***

Indonesian people in using a product in fulfilling their needs tend to use foreign products, such as clothes, clothing and gadgets. This has even become a lifestyle and social status for people, resulting in the habit of competing to buy foreign products on the basis of pleasure or hedonism. This research elaborates the phenomenon of hedonism towards products with a view of post-colonialism. The research uses a qualitative approach and secondary data with a literature study method. This research aims to uncover the habit of hedonism as a result of the construction of post-colonialism thought in influencing the culture of Indonesian society. By analyzing the historical, social and cultural contexts, this article identifies the factors that shape consumers' perceptions and preferences towards foreign products, as well as how these are reflected in hedonic consumption practices. In addition, it discusses the implications of hedonic consumption behavior for domestic cultural and economic identity, as well as the challenges faced in promoting more sustainable and locally-based consumption. As such, this article provides a better understanding of the complexity of consumer dynamics in Indonesia in a post-colonial context.

**Keywords:** *Post-colonial, Hedonism, Foreign products*

## ***Abstrak***

Masyarakat Indonesia dalam menggunakan suatu produk dalam pemenuhan kebutuhan cenderung lebih memakai produk asing, seperti baju, pakaian dan gawai. Hal ini bahkan menjadi gaya hidup dan status sosial orang-orang, sehingga munculnya kebiasaan untuk berlomba-lomba membeli produk asing atas dasar kesenangan atau hedonisme. Penelitian ini mengelaborasi fenomena hedonisme terhadap produk dengan pandangan post-kolonialisme. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan data sekunder dengan metode studi literatur. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar kebiasaan hedonisme sebagai hasil konstruksi pemikiran post-kolonialisme dalam mempengaruhi budaya masyarakat Indonesia. Dengan menganalisis konteks historis, sosial, dan budaya, artikel ini mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk asing, serta bagaimana hal ini tercermin dalam praktik konsumsi hedonis. Selain itu, artikel ini juga membahas implikasi dari perilaku konsumsi hedonis terhadap identitas budaya dan ekonomi domestik, serta tantangan yang dihadapi dalam upaya mempromosikan konsumsi yang lebih berkelanjutan dan berbasis lokal. Dengan demikian, artikel ini

memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas dinamika konsumen di Indonesia dalam konteks pasca-kolonial.

**Kata Kunci:** *Post-kolonial, Hedonisme, Produk asing*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi, Indonesia dihadapkan dengan berbagai arus budaya dan produk asing yang dengan mudah masuk dan memengaruhi masyarakat. Salah satu fenomena yang marak terjadi adalah perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing. Fenomena ini memicu berbagai pertanyaan kritis, terutama dalam konteks sejarah kolonialisme yang pernah dialami Indonesia. Pemikiran post-kolonial menawarkan perspektif kritis untuk memahami konstruksi perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing di Indonesia. Pendekatan ini memandang bahwa perilaku tersebut tidak hanya semata-mata sebagai pilihan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur dan relasi kekuasaan yang terjalin akibat kolonialisme.

Di era globalisasi, Indonesia dihadapkan dengan berbagai arus budaya dan produk asing yang dengan mudah masuk ke dalam negeri. Hal ini memicu munculnya fenomena konsumerisme dan hedonisme, di mana masyarakat cenderung mengonsumsi produk asing secara berlebihan demi memuaskan hasrat dan gaya hidup. Fenomena ini tidak hanya berdampak kepada ekonomi saja, akan tetapi juga pada aspek sosial dan budaya bangsa. Pemikiran post-kolonial berpendapat bahwa kolonialisme telah meninggalkan trauma dan kompleksitas identitas pada bangsa-bangsa yang dijajah, termasuk Indonesia. Trauma ini

memanifestasikan diri dalam berbagai bentuk, salah satunya adalah rasa rendah diri dan ketergantungan pada budaya dan produk asing. Hal ini membuat masyarakat Indonesia mudah tergoda oleh produk-produk asing yang diidentikkan dengan kemajuan dan prestise

Fenomena konsumerisme dan hedonisme dalam mengonsumsi produk asing dapat dilihat sebagai bentuk penjajahan budaya. Budaya dan nilai-nilai lokal terpinggirkan oleh budaya asing yang dianggap lebih modern dan prestisius. Hal ini dapat berakibat pada hilangnya identitas budaya dan nasionalisme bangsa.

Gelombang konsumsi produk asing di Indonesia semakin marak dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didorong oleh berbagai faktor, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, kemudahan akses informasi dan teknologi, serta gencarnya strategi marketing dari perusahaan multinasional. Produk-produk asing, mulai dari pakaian, gadget, hingga makanan, menjadi simbol status dan gaya hidup modern yang digemari oleh banyak orang.

Konsumsi produk asing secara berlebihan dapat membawa dampak negatif bagi berbagai aspek kehidupan di Indonesia. Dampak ekonomi terlihat dari ketergantungan pada produk impor, yang dapat memperburuk defisit neraca perdagangan dan memperlemah daya saing produk lokal. Dampak sosial dan budaya terlihat dari. Salah satu dampak yang mengkhawatirkan dari konsumsi produk

asing adalah munculnya perilaku hedonisme. Perilaku ini ditandai dengan kecenderungan individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan sesaat melalui konsumsi berlebihan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan konsekuensi jangka panjang.

Pemikiran post-kolonial melihat bahwa perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing memiliki hubungan erat dengan sejarah kolonialisme. Kolonialisme telah menanamkan benih mentalitas inferioritas dan ketergantungan pada produk Barat, yang kemudian memicu keinginan untuk meniru gaya hidup dan budaya Barat. Penting untuk memperkuat kesadaran kritis masyarakat terhadap dampak negatif dari konsumsi produk asing berlebihan. Kesadaran ini dapat dibangun melalui berbagai program edukasi dan kampanye publik yang menekankan pentingnya konsumsi produk lokal, menghargai budaya bangsa, dan membangun kemandirian ekonomi. Upaya mengatasi perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing memerlukan kolaborasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, aktivis, dan masyarakat sipil. Setiap pihak memiliki peran penting dalam mendorong perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat agar lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman dan hukum yang tersembunyi terkait konstruksi pemikiran postkolonial pada individu dalam konteks konsumerisme masa kini di wilayah

Indonesia dan keserumpunan yang sama-sama merupakan negara jajahan menggunakan data sekunder.

Data sekunder merupakan suatu sumber data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung dapat melalui media penghubung pihak lain seperti video, audio dan catatan orang lain. Sehingga peneliti tidak terjun langsung ke lapangan karena data berasal dari pustaka berupa dokumen dan buku yang dibaca, dipahami, diacatat dan dianalisis.

Dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan mengkaji konteks melalui referensi-referensi yang sudah ada ada terkait sejarah, nilai norma dan budaya yang ada pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*John locke* menggambarkan kolonialisme sebagai suatu "kebijakan dan praktik kekuatan dalam upaya memperluas kontrol pada masyarakat lemah atau daerah". Kolonialisme merupakan sebuah sistem di mana suatu negara dapat menguasai rakyat serta sumber daya negara lain tetapi masih tetap berhubungan dengan negara asalnya. Ahli teori ketergantungan seperti *Andre Gunder Frank*, berpendapat bahwa kolonialisme sebenarnya tertuju pada pemindahan kekayaan dari daerah yang dikolonisasi kearah daerah pengkolonisasi, serta menghambat kesuksesan dalam pengembangan ekonomi. Adapun pengkritik post-kolonialisme, *Franz Fanon* juga berpendapat bahwasanya kolonialisme merusak politik, psikologi, serta moral negara yang telah terkolonisasi

Di tengah perubahan zaman yang terus berlangsung, Indonesia sebagai negara

yang pernah mengalami masa kolonialisme telah membuktikan kekuatannya dalam menjaga identitas dan budayanya. Setelah merdeka pada tahun 1945, Indonesia mengalami fase transisi yang tidak hanya mencakup aspek politik dan ekonomi, tetapi juga perubahan budaya yang mendalam.

Pada masa kolonial, selama beberapa dekade Indonesia terbiasa dengan penindasan atau bentuk kekerasan lainnya. Bahkan rakyat Indonesia sendiri pada zaman Kolonial dianggap sebagai golongan ketiga di negara Indonesia, yang pertama adalah golongan Belanda, yang kedua adalah pedagang China dan Arab dan yang ketiga adalah masyarakat Pribumi. Hal tersebut membuat masyarakat Indonesia pada zaman itu merasa bahwa mereka adalah yang paling bawah dibanding golongan lainnya. Pemikiran itu terus berlanjut selama tiga abad bahkan lebih dan terus berlanjut hingga saat ini. Sebagian besar masyarakat di Indonesia masih berpikir bahwa Indonesia masih berada dibawah bangsa lain khususnya Eropa. Kondisi ini menciptakan pola konsumsi yang mengagungkan produk asing sebagai simbol status dan kemajuan. Pengaruh ini terbawa hingga era pasca-kolonial, di mana masyarakat masih cenderung melihat produk asing sebagai lebih superior dan eksklusif.

Pengaruh post-kolonial ini juga tercermin dalam perilaku hedonisme masyarakat dalam mengonsumsi produk asing. Hedonisme, yang menekankan pada kepuasan pribadi dan kesenangan sensorik, tercermin dalam keinginan masyarakat untuk memuaskan diri dengan produk-produk yang dianggap mewah dan eksklusif. Masyarakat yang terbiasa dengan produk asing selama masa kolonial cenderung mengonsumsi produk asing

sebagai cara untuk memenuhi keinginan hedonis mereka.

Perilaku hedonisme terhadap produk asing sebagai pengaruh post-kolonial dapat memiliki beberapa alasan yang mendasar. Berikut adalah beberapa alasan utama:

1. **Sebagai Standar Hidup dan Status Sosial:** Selama masa kolonial, produk asing sering kali dianggap sebagai simbol kemewahan dan status sosial yang tinggi. Masyarakat yang terbiasa dengan produk asing ini cenderung menganggap konsumsi produk asing sebagai cara untuk meningkatkan status sosial dan merasakan kemewahan yang diasosiasikan dengan masa kolonial. Hal tersebut masih terus menerus dilakukan hingga pada saat ini, penggunaan barang-barang fashion branded seperti Gucci, Dior, Louis Vuitton, bahkan penggunaan alat komunikasi ternama seperti iPhone menjadi standar kekayaan yang dimiliki oleh seseorang.
2. **Ketergantungan pada Standar Kecantikan dan Mode Barat:** Pengaruh post-kolonial juga dapat terlihat dalam pandangan masyarakat terhadap standar kecantikan dan mode yang didominasi oleh budaya Barat. Masyarakat cenderung menganggap produk asing sebagai lebih modern, trendi, dan sesuai dengan standar kecantikan dan mode yang diikuti oleh masyarakat Barat.
3. **Kekuatan Ekonomi dan Globalisasi:** Keterbukaan ekonomi dan proses globalisasi juga memainkan peran dalam meningkatkan konsumsi produk

asing. Kemudahan akses terhadap produk asing dan pertumbuhan ekonomi yang pesat dapat mendorong masyarakat untuk lebih mengkonsumsi produk asing sebagai bagian dari gaya hidup yang modern dan global.

4. **Kurangnya Kepercayaan pada Produk Lokal:** Akibat dari pengaruh kolonialisme dan masa transisi pasca-kolonial, produk lokal seringkali dianggap kurang berkualitas atau kurang menarik dibandingkan dengan produk asing. Hal ini dapat membuat masyarakat lebih condong untuk mengonsumsi produk asing daripada produk lokal. Padahal pada zaman sekarang ini sudah banyak produk produk lokal yang memiliki kualitas yang terjamin mutunya dan memiliki tampilan yang modis dan modern yang jika di apresiasi dengan baik produk lokal mampu untuk bersaing dengan brand brand luar negeri.

Oleh karena itu pada proses pembangunan ekonomi dan budaya, penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk memahami bahwa konsumsi berlebihan terhadap produk asing tidak selalu membawa kebahagiaan yang berkelanjutan. Sebaliknya, membangun kebanggaan terhadap produk dalam negeri dan mempromosikan nilai-nilai lokal dapat menjadi langkah yang lebih baik dalam mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

Dengan memahami akar sejarah dari pola konsumsi ini, diharapkan pemerintah dan masyarakat dapat mengembangkan strategi yang lebih baik dalam mempromosikan kesejahteraan dan kebanggaan nasional. Dengan demikian, Indonesia dapat terus mempertahankan identitas dan budayanya

di tengah arus globalisasi yang terus berkembang.

Salah satu contoh usaha yang sudah dilakukan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk lokal merupakan program Tokopedia. Tokopedia, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan minat daya tarik masyarakat terhadap produk lokal. Melalui berbagai upaya dan inisiatifnya, Tokopedia telah berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan eksposur produk-produk lokal di pasar digital. Salah satu strategi yang dilakukan oleh Tokopedia adalah dengan aktif mempromosikan produk lokal melalui berbagai kampanye pemasaran yang kreatif dan inovatif. Mereka juga memberikan eksposur lebih besar bagi produk lokal melalui fitur-fitur khusus seperti "Produk Lokal Asli" yang memudahkan konsumen untuk menemukan dan membeli produk lokal dengan mudah.

Tak hanya itu, Tokopedia juga menjalin kolaborasi dengan produsen lokal untuk mengembangkan produk eksklusif yang hanya tersedia di platform mereka. Hal ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga membantu memperkuat citra Tokopedia sebagai pendukung produk lokal. Selain itu, Tokopedia juga memberikan dukungan dan bantuan kepada produsen lokal dalam hal pemasaran, logistik, dan teknologi. Mereka menyediakan program-program dan pelatihan untuk membantu produsen lokal meningkatkan kualitas produk dan daya saingnya. Selain berfokus pada aspek bisnis, Tokopedia juga aktif dalam meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya mendukung produk lokal. Mereka melakukan kampanye edukasi dan sosialisasi melalui berbagai saluran,

termasuk media sosial dan acara komunitas.

Dengan semua upaya ini, Tokopedia telah berhasil menjadi salah satu motor penggerak utama dalam mengangkat produk-produk lokal Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi. Dukungan dan komitmen Tokopedia terhadap produk lokal tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga membantu memperkuat identitas budaya Indonesia di kancah global.

Pembisnis lokal juga memiliki peran penting dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk lokal. Berikut merupakan beberapa langkah yang sepatutnya dapat dilakukan oleh pembisnis lokal untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk lokal:

1. **Inovasi Produk:** Pembisnis lokal dapat terus melakukan inovasi dalam produk mereka untuk menjaga daya tarik dan relevansi produk di mata konsumen. Inovasi dapat berupa pengembangan produk baru, peningkatan kualitas, atau penambahan fitur yang membedakan produk lokal dengan produk sejenis dari luar.
2. **Pemasaran Kreatif:** Pembisnis lokal dapat menggunakan strategi pemasaran kreatif untuk memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat. Ini dapat meliputi penggunaan media sosial, kolaborasi dengan influencer atau selebriti lokal, atau mengikuti acara pameran dan bazaar untuk meningkatkan eksposur produk.
3. **Membangun Citra dan Identitas Brand:** Membangun citra dan identitas brand yang kuat dapat membantu produk lokal bersaing

dengan produk luar. Pembisnis dapat fokus pada cerita dan nilai-nilai unik yang terkandung dalam produk mereka untuk menarik perhatian konsumen.

Sebagai salah satu contoh adalah Brand pakaian “Rucas” yang hanya memproduksi sedikit di setiap tipe produknya. Hal ini membuat kesan dan citra yang eksklusif dan berhasil membuat brand nya digemari oleh masyarakat. Bahkan pada saat ini brand tersebut sangat diperebutkan (war) oleh anak-anak muda.

4. **Peningkatan Kualitas dan Layanan:** Menjaga kualitas produk dan layanan pelanggan yang baik dapat membantu mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Pembisnis dapat terus memperbaiki proses produksi dan meningkatkan kualitas layanan agar konsumen merasa puas dan kembali membeli produk.

Dengan langkah-langkah ini, pembisnis lokal dapat membantu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk lokal, sehingga dapat memberikan suatu kontribusi yang positif pada pertumbuhan ekonomi lokal. Sehingga diharapkan produk lokal dapat bersaing dengan produk-produk luar negeri lainnya dan dapat membuat Indonesia lebih dipandang sebagai negara yang berpotensi tinggi dan memiliki identitas yang kuat.

## KESIMPULAN

Pemikiran post-kolonial melihat bahwa perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing memiliki hubungan erat dengan sejarah kolonialisme. Kolonialisme telah menanamkan benih mentalitas

inferioritas dan ketergantungan pada produk Barat, yang kemudian memicu keinginan untuk meniru gaya hidup dan budaya Barat. Penting untuk memperkuat kesadaran kritis masyarakat terhadap dampak negatif dari konsumsi produk asing berlebihan. Kesadaran ini dapat dibangun melalui berbagai program edukasi dan kampanye publik yang menekankan pentingnya konsumsi produk lokal, menghargai budaya bangsa, dan membangun kemandirian ekonomi. Upaya mengatasi perilaku hedonisme dalam mengonsumsi produk asing memerlukan kolaborasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, aktivis, dan masyarakat sipil. Setiap pihak memiliki peran penting dalam mendorong perubahan pola pikir dan perilaku masyarakat agar lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Proses pembangunan ekonomi dan budaya, penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk memahami bahwa konsumsi berlebihan terhadap produk asing tidak selalu membawa kebahagiaan yang berkelanjutan. Sebaliknya, membangun kebanggaan terhadap produk dalam negeri dan mempromosikan nilai-nilai lokal dapat menjadi langkah yang lebih baik dalam mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

Dengan memahami akar sejarah dari pola konsumsi ini, diharapkan pemerintah dan masyarakat dapat mengembangkan strategi yang lebih baik dalam mempromosikan kesejahteraan dan kebanggaan nasional. Dengan demikian, Indonesia dapat terus mempertahankan identitas dan budayanya di tengah arus globalisasi yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.

Artawan, I. G. A. I. G. (2015). Mimikri dan stereotipe kolonial terhadap budak dalam novel-novel Balai Pustaka. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(1).

Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87-98.

Dermawan, R. N., & Santoso, J. (2017). Mimikri dan resistensi pribumi terhadap kolonialisme dalam Novel Jejak Langkah karya Pramoedya Ananta Toer: tinjauan poskolonial. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajarannya*, 4(1), 33-58.

Setiawan, E. (2014). Analisis sikap konsumen terhadap produk fashion lokal dan impor. *Jurnal Economia*, 10(1), 38-47.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.