

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada zaman ini banyak sekali fenomena-fenomena yang muncul yang ada di masyarakat luas, seperti badai *El Nino* yang mengakibatkan masyarakat mengalami kekeringan dan kemarau yang berkepanjangan. Selain itu juga ada harga sembako yang selalu naik. Kurs rupiah terhadap dollar juga naik secara drastic dan yang terakhir adalah menguaknya kembali tren batu mulia atau yang di masyarakat dikenal sebagai batu akik.

Dilansir media online Sindo, Akik kini sudah menjadi gaya hidup, termasuk bagi warga Surabaya. Meski di sejumlah daerah fenomena batu akik mulai sedikit meredup, tidak demikian di Kota Pahlawan. Masih cukup banyak warga yang tergila-gila dengan keindahan batu akik. Peluang inilah yang ditangkap sejumlah komunitas batu akik untuk menggelar pameran sekaligus reuni sesama penggemar akik. Untuk bulan ini, ada tiga event pameran akik dengan komunitas yang beda. Mereka menggelar pameran di Darmo Trade Center (DTC), Tunjungan Electronic Center (TEC), dan JX Surabaya. Dalam pameran ini, para anggota komunitas ini menunjukkan keunikan batu akik yang mereka miliki untuk memikat penggemar akik (Arief, 2015). Lee Hendro, Ketua Panitia Pameran batu akik di mall DTC mengatakan, penyuka batu akik masih cukup banyak. Dalam pameran yang diadakan di DTC, beliau menargetkan nilai transaksi setiap harinya mencapai Rp80 juta. Karena, bisnis ini bersentuhan langsung dengan masyarakat lapisan bawah

Secara historis singkat, batu akik adalah mineral yang terbentuk dari pembentukan magma gunung berapi. Tren batu akik dimulai ada pada tahun

1980 akan tetapi kemunculannya tidak terlalu berkembang hingga saat ini (Purnawan, 2014). Pada tahun 2013 sebuah artikel dari majalah Indonesia Gemstone membuat demam batu akik mulai menguat lagi. Pada tahun 2015 fenomena batu akik kembali naik daun menguak dan membuat semua orang berbondong-bondong membeli, menjual sebagai pedagang batu akik maupun memakainya secara personal (Mochnasir, 2015). Menurut *Indonesia Gemstone* di sebuah artikel majalahnya bahwa batu akik dianggap memiliki nilai estetika, nilai jual yang tinggi, dan sebagai nilai spiritual yang kuat, itulah yang menyebabkan orang-orang berbondong-bondong memiliki batu akik dan membuat tren batu akik menguak kembali (Angela, 2015).

Dalam media cetak terbesar di Surabaya seperti Jawa Pos, pada tanggal 14 Agustus 2015 mereka membuat halaman khusus yang mengulas tentang fenomena batu akik di Indonesia sampai sekarang. Dalam suatu halaman yang berjudul “Khazanah Batu Khatulistiwa” yang memuat seluk-beluk batu mulia yang ada di Indonesia, termasuk batu akik yang sedang *booming*. Redaksi berharap halaman tersebut dapat menjadi rujukan bagi kolektor maupun penghobi segala jenis batu akik.

Tidak hanya masyarakat kecil ada di pedesaan yang memakai maupun menawarkan dagangan batu mereka akan tetapi yang terjadi sekarang banyak warga perkotaan juga membeli batu tersebut dan memakainya dengan alasan yang beragam. Harga yang ditawarkan untuk membeli batu akik tergolong bervariasi, dimulai pada harga 100 ribu sampai ratusan juta dengan berbagai bentuk dan keunikan batu akik tersebut. Penikmat dan penggemar batu juga tidak hanya ada di kalangan masyarakat biasa, akan tetapi banyak tokoh dunia yang memakai batu mulia asli

Indonesia, semisal: Presiden Amerika Serikat Barack Obama, Mantan Presiden Indonesia ke VI Susilo Bambang Yudhoyono (Patricia, 2014).

Fenomena merebaknya batu akik itu bisa dilihat dari banyaknya kios-kios maupun pedagang yang tiba-tiba muncul menjajakan dagangan mereka yang tidak hanya di *mall* besar akan tetapi di sudut jalan kota. Batu akik memang menjadi *trend* baru di hati masyarakat, di setiap golongan masyarakat baik kaya maupun miskin dipastikan menjadikan batu akik sebagai sarana bercengkrama dan bersosialisasi untuk menyenangkan diri.

Dilansir harian Kompas, Guru besar sosiologi UI Mustofa berpendapat, nilai akik di Indonesia tak sebatas nilai kebendaan saja akan tetapi juga tentang mitos, tradisi, sugesti dan gaya hidup yang disebut juga dengan rasionalitas tradisional. Sementara menurut psikolog sosial Sarlito Wirawan berpendapat, momentum akik dapat segera dimanfaatkan memperluas ekonomi kreatif dan pariwisata. Beliau juga mengatakan bahwa wabah akik jangan hanya sekedar tren semata (Adi, 2015)

Demam batu akik terjadi dalam tiga tahun terakhir. Saat ini, batu akik tak hanya monopoli orang tua, namun juga digandrungi anak muda. Orang ramai berburu dan menjajakan batu mulia ini. Batu akik dijajakan mulai dari ruang-ruang pameran dan etalase mewah hingga emperan di pinggir jalan. Pengamat sosial Musni Umar mengatakan, tren batu akik ini merupakan fenomena musiman layaknya fenomena yang lain. Menurut dia, batu akik saat ini *booming* karena masyarakat, khususnya masyarakat menengah ke bawah masih percaya dengan mitos batu akik yang bisa membawa keberuntungan. Mereka percaya, batu akik bisa membuat pemakainya kebal, bisa sebagai pengasih dan sekian mitos yang lain. Ia mengatakan, batu akik menggila karena motif ekonomi. Artinya, masyarakat banyak membeli dan menggunakan batu akik karena percaya

benda tersebut akan membawa keberuntungan dan rejeki bagi yang menggunakan. Pengguna berharap mendapat pekerjaan, dibantu orang lain dan sejumlah harapan lain (Mustakim, 2014).

Sosiolog Musni Umar ini menjelaskan, masyarakat menengah ke bawah yang tak memiliki pekerjaan tetap memiliki waktu lebih banyak untuk berkomunikasi dengan warga yang lain. “Nah di situlah proses transfer informasi dan kepercayaan terhadap mitos batu akik terjadi,” ujarnya. Menurut Umar, jika ada warga yang bercerita soal khasiat tertentu dari batu akik akan langsung didengar dan diterima oleh warga yang lain.

Tingginya animo masyarakat serta adanya unsur ekonomi dalam batu akik ini membuat sejumlah kalangan meminta pemerintah turun tangan. Agustono Dwi Rahadi misalnya. Gemolog ini berharap, pemerintah mengambil peran untuk memasarkan potensi lokal ini. Publikasi bisa dilakukan melalui pameran, baik di dalam maupun di luar negeri. Ia mengatakan, sejumlah kementerian dan lembaga terkait harus mengemas kekayaan alam ini dengan apik, misalnya memasukkannya ke dalam program *Discovery Channel*. “Kalau ingin memajukan ya pemerintah ngomong di luar, di negeri kami ini kaya dengan batu,” ujarnya. Agus percaya, fenomena batu akik ini akan berusia panjang. Menurut Agus, *booming* batu akik berbeda dengan daun gelombang cinta yang pernah tren beberapa tahun lalu. Sementara bisnis batu mulia adalah bisnis kelangkaan. “*Wong* terbentuknya saja jutaan tahun kok. Nggak bisa seratus saja nggak bisa,” ujarnya menjelaskan. Menurut dia, suplai batu juga akan semakin menipis. Kondisi itu secara otomatis akan membuat harga batu akan menanjak naik. Untuk itu, ia yakin bisnis batu akik akan terus naik. Karena ini sumber yang sulit diperbaharui, sama dengan minyak. Jadi bukan musiman (Mustakim, 2014)

Tren menggunakan cincin batu akik begitu merebak akhir-akhir ini. Peminatnya pun kini sudah meluas ke kawula muda dan kalangan menengah, bahkan mereka tak segan-segan mengeluarkan uang hingga ratusan juta rupiah hanya untuk mendapatkan sebuah batu akik. Hal tersebut mendorong perajin dan penjual batu akik semakin menjamur di seluruh kota di Indonesia. Omset yang menggiurkan juga menjadi alasan para penjual batu akik semakin banyak menggelar dagangan batu cincinnya, baik di pinggir jalan, pusat perbelanjaan, pusat penjualan batu akik dan permata, bahkan bermunculan situs-situs *online* yang khusus menjajakan batu akik. Salah satunya adalah situs [www.akikmurah.com](http://www.akikmurah.com) yang dikelola Rizki Muliono.

Namun seiring perkembangan zaman, harga batu permata mulia semakin tinggi dan tak terjangkau oleh masyarakat. Kondisi ini menyebabkan masyarakat mulai memburu batu permata akik nusantara, apalagi popularitas batu akik kian terdongkrak dengan banyaknya pejabat yang mempromosikan dan menjadikan batu akik sebagai cendera mata (Mahribi, 2015). Menurut Detik.com dan Liputan6.com, Pada tahun 2015 di Purbalingga misalnya belakangan makin identik dengan batu akik. Hal tersebut tak terlepas dari kebijakan pada tahun 2013 Bupati Purbalingga Sukento Ridho Marhaendrianto yang mewajibkan PNS dan pegawai BUMN di lingkungan Pemkab Purbalingga untuk memakai produk batu akik yang berasal dari Purbalingga sendiri. Bupati Purbalingga mengatakan bahwa kebijakan tersebut mempunyai tujuan agar mendorong penghasilan pengrajin batu akik lokal dan menambah wawasan akan batu akik sendiri. Manakala ini hanya sebuah himbaun semata bukan terkait adanya peraturan resmi yang diterbitkan oleh pemerintah, masyarakat lokal sangat menghargai dan mendukung hasil batu akik lokal mereka.

Senyatanya sekarang bahwa pencinta maupun penggemar batu akik ini tidak hanya kalangan yang tua maupun laki-laki, tetapi merambah ke dunia perempuan. Dikuip dari media online Tempo, dunia perempuan yang dimaksud adalah fenomena batu akik bisa dilihat dalam pengaplikasian batu akik ke dalam dunia fashion kebanyakan perempuan memanfaatkan batu untuk diikat menjadi satu paket gelang, kalung, anting dan cincin. Bahkan saat ini banyak yang menggunakan batu sebagai bros yang disematkan di baju atau jilbab. Jenis batu yang banyak digunakan sebagai perhiasan perempuan adalah batu alam jenis Agate dengan warna cenderung merah. Oleh karena itu sekarang batu akik sudah merupakan gaya hidup ataupun *lifestyle* dari seseorang itu sendiri, menggunakan batu akik merupakan suatu aksesoris yang menarik bagi orang yang melihat dan ada kesan keindahan bagi orang yang memakainya. Lalu didukung hasil wawancara awal/*preliminary study* subjek berinisial A dan berjenis kelamin perempuan mengatakan bahwa informan mempunyai sepasang batu akik yang digunakan untuk menambah aksesoris *fashionnya*, selain dia menggunakan kalung dan gelang untuk beraktivitas sehari-hari. Dia juga mengatakan bahwa sekarang banyak kaum wanita yang juga menggunakan batu akik dikarenakan mengikuti zaman yang ada, yang terbaru batu akik juga dapat diaplikasikan ke dalam busana *fashion* perempuan guna menambah faktor keindahan dan keunikan dari suatu busana yang dipakai oleh perempuan.

Secara sosial psikologis, perilaku membeli batu akik tampaknya bukan hanya didasarkan pada keindahan dari jenis batu akik yang tersebar di seluruh daerah, maupun hal-hal gaib atau magis yang dipercayai oleh suatu persepsi masyarakat tertentu, tetapi juga batu akik memiliki fungsi kegunaan, makna, nilai dan budaya yang terdahulu. Batu akik adalah benda

budaya yang bersifat simbolik. Batu akik mempresentasikan makna, nilai, dan kegunaan tertentu. Meskipun simbol bukanlah makna itu sendiri, namun simbol sangatlah dibutuhkan untuk kepentingan penghayatan akan nilai-nilai dan kegunaan, atau makna yang diwakilinya. Melalui simbol, makna seakan menjadi nyata, bahkan bisa menjadi benar-benar nyata. Simbol juga sangat diperlukan dalam ilmu pengetahuan, kehidupan sosial, juga keagamaan. Simbol yang paling umum ialah tulisan, yang mempresentasikan kata-kata dan suara. Dapat juga berupa warna yang mempresentasikan sifat dan watak tertentu. Tidak kalah seringnya juga, simbol berbentuk benda nyata, seperti tanda salib, bulan bintang dan batu akik (Ahmad, 2015).

Bagi masyarakat luas, yang memakai ataupun yang tidak, tetap mempercayai, setidaknya memahami bahwa batu akik tertentu memiliki makna tertentu yang konotatif, berorientasi kepada nilai dan kegunaan. Makna konotatif bersumberkan cerita yang berkembang di masyarakat, dari mulut ke mulut, dan sangat samar asal muasalnya. Makna konotatif inilah batu akik menjadi sebuah mitos, yang dianggap mempunyai kebenaran yang pernah berlaku pada suatu masa dahulu, yang kebenarannya belum tentu benar adanya. Makna-makna tersebut antara lain: pertama keindahan dan keunikan batu akik itu sendiri, kedua nilai/*value* yang ada ketika seseorang mempunyai batu akik, ketiga kepercayaan/*belief* yang timbul ketika seseorang memakai batu akik tersebut. Lalu yang terakhir, ada kesan budaya atau *cultural* yang ada di suatu batu akik sendiri karena setiap daerah mempunyai jenis batu akik yang berbeda-beda (Ahmad, 2015).

Sutopo (2002: 78) mengatakan bahwa dalam memandang suatu benda bilamana hanya menggunakan satu perspektif, maka hanya akan melihat satu bentuk. Jika benda tersebut dilihat dari beberapa perspektif

yang berbeda, maka dari setiap hasil pandangan akan menemukan bentuk yang berbeda, maka dari setiap hasil pandangan akan menemukan bentuk yang berbeda dengan bentuk yang dihasilkan dari pandangan lain.

Emosi keagamaan menyebabkan bahwa sesuatu benda, suatu tindakan atau gagasan, mendapat suatu nilai keramat atau *sacred value*, yang dianggap keramat. Tatkala bergejolaknya emosi keagamaan dalam diri seseorang maka muncullah konsep sistem kepercayaan dalam diri manusia, sebagaimana jelaskan dalam teori asal-usul agama. Dalam masyarakat primitif sistem kepercayaannya menganut konsep *politeisme*, sedangkan masyarakat maju mempercayai bentuk *monoteisme*, kepercayaan pada Tuhan. Semenjak itu emosi keagamaan mulai beraksi dalam diri manusia berbentuk getaran-getaran jiwa sebagai sumber tingkah laku keagamaan untuk mencari penyalurannya ke unsur-unsur agama lain (Koentjaraningrat, 1985).

Hasil wawancara awal yang dilakukan terhadap lima orang informan yang berusia 30-40 tahun berjenis kelamin laki-laki yang tinggal di Surabaya, menyebutkan bahwa mereka membeli dan mempunyai batu akik dengan alasan batu akik memiliki keindahan dan keunikan yang berbeda dengan aksesoris yang lainnya. Lalu mereka juga mengatakan bahwa mereka mempercayai bahwa batu akik memiliki khasiat bagi kesehatan mereka dan membuat mereka bertambah percaya diri karena menurut mereka setiap batu akik dari setiap daerah berbeda dan jenisnya mempunyai khasiat dan kepercayaan, dikarenakan juga bahwa setiap informan memiliki makna yang berbeda-beda dalam menentukan batu akik yang akan dipakainya, manakala dibuat hanya sekedar kepercayaan diri, kesehatan, budaya yang ada di daerah mereka, maupun mengikuti tren yang saat ini sedang berkembang. Artinya adalah ada seperangkat nilai yang dihayati oleh subjek

ketika memilih dan menggunakan batu akik. Nilai adalah dorongan, tujuan yang bersifat trans situasional, yang berbeda-beda pada tingkat kepentingan, yang berfungsi sebagai penuntun bagi seseorang dalam menjalani hidupnya (Schwartz, 1992). Sementara menurut Rokeach (1986 dalam Gari dkk, 2005) mendefinisikan nilai sebagai ide-ide abstrak baik positif maupun negative yang mempresentasikan keyakinan tentang suatu kondisi yang ideal dan tujuan-tujuan yang ideal.

Berdasarkan hasil pengamatan, wawancara, dan kajian teoritis singkat tersebut di atas, mengkaji sistem nilai pada batu akik menjadikan sesuatu yang menarik. Untuk kepentingan tersebut peneliti juga melakukan *preliminary study*.

Hasil Penelitian yang dilakukan Muslihatin (2014) tentang *Nilai-Nilai Psychological Well-Being dalam Budaya Madura dan Kontribusinya Pada Pengembangan Kesiapan Karier Remaja* mengatakan bahwa dalam budaya Madura terdapat nilai-nilai kesejahteraan psikologis yang mencakup enam aspek yaitu penerimaan diri atau *self-acceptance*, pengembangan pribadi (*personal growth*), hubungan yang positif dan berkualitas dengan orang lain (*positive relations with others*), kemandirian (*autonomy*), kemampuan mengelola hidup dan alam lingkungan sekitar secara efektif penguasaan lingkungan (*environmental mastery*), dan tujuan dan kebermaknaan hidup (*purpose in life*). Semua aspek itu tercermin dalam ungkapan dan kata-kata bijak dalam bahasa Madura yang sering digunakan dalam kehidupan orang Madura sehari-hari.

Hasil penelitian tersebut di atas diperkuat oleh jurnal penelitian lainnya, misalnya kajian Hermawan (2015) yang berjudul “Sikap Terhadap Batu Akik: Studi Psikologis Survei Kuantitatif”. Kajian tersebut menunjukkan bahwa evaluasi subjek terhadap batu akik cenderung positif.

Cenderung positif dalam konteks ini maksudnya adalah sikap subjek tertarik terhadap objek dalam hal ini batu akik.

Hasil penelitian yang dilakukan Herawati (2007) tentang *Makna Simbolik Sajen Tingkeban* menyatakan bahwa berdasarkan simbol dan makna beberapa *sajen slametan tingkeban*, maka tujuan utama adalah untuk memohon atau mengharapkan keselamatan kepada wanita yang mengandung, dan calon bayi yang dikandungnya akan lahir dengan selamat. Dengan adanya *sajen-sajen* untuk menginterpretasikan melalui makna dan symbol tersebut, kita dapat melihat bagaimana masyarakat Jawa mengartikan simbol-simbol itu dalam kehidupan mereka.

h

## **1.2. Batasan Masalah**

Untuk memperjelas penelitian ini maka peneliti akan memfokuskan pada 1 variabel yaitu tentang sistem nilai pada batu akik bagi penggemarnya. Subjek yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki batu akik di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kuantitatif deksriptif.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran sistem nilai pada batu akik yang dihayati oleh penggemar batu akik?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara kuantitatif deksriptif tentang sistem nilai batu akik pada penggemarnya.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Oleh karena itu jika tujuan penelitian ini tercapai, peneliti berharap dapat memberi manfaat-manfaat sebagai berikut:

### **1.5.1. Manfaat Teoritik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi yang cukup kuat untuk pengembangan teori Psikologi Sosial khususnya dalam teori nilai/*value*.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi peneliti dan peneliti semakin mengerti tentang nilai batu akik bagi penggemarnya. Setelah itu diharapkan juga agar peneliti dapat lebih mengkritisi nilai batu akik bagi penggemarnya dan bagi orang lain.

#### 2. Bagi subjek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi subjek tentang nilai batu akik bagi penggemarnya. Setelah itu diharapkan agar subjek dapat mempertimbangkan faktor sistem nilai dalam memilih batu akik di Surabaya.