

Teras Ramadhan

Puasa dan Model Konsumsi Islami

FENOMENA ekonomi yang lazim terjadi ketika memasuki sepuluh terakhir bulan Ramadhan adalah naiknya tingkat kunjungan masyarakat ke pusat-pusat perbelanjaan. Pasar-pasar baik modern maupun tradisional "diserbu" bak semut mengelilingi gula. Permintaan (*demand*) meningkat tajam karena perilaku konsumtif.



Asyari

Wakil Rektor 1
IAIN Bukittinggi

Menurut catatan BPS, hampir di setiap Ramadhan dan Idul Fitri, kurva permintaan atas barang-barang kebutuhan naik. Sehingga, inflasi menunjukkan kenaikan. Rata-rata tingkat inflasi bulanan biasanya jarang mencapai di atas 1%, kecuali hanya terjadi di bulan suci Ramadhan dan Lebaran. Bahkan, para ekonom memperkirakan angka inflasi bulanan di Bulan Suci Ramadhan

dan Lebaran menembus di atas 1,5% hingga 2%. Ramadhan tidak hanya sebagai bulan suci yang di dalamnya muslim melaksanakan ibadah puasa sebulan penuh, namun juga sebagai bulan yang memiliki efek ekonomi dalam bentuk munculnya perilaku konsumtif.

► Baca *Puasa...* Hal 4

Puasa dan Model Konsumsi Islami

Sambungan dari hal. 1

Akar Konsumtif

Gaya hidup masyarakat kita cenderung hedonistik dan serba par-lente. Dalam berkonsumsi, masyarakat lebih mempertimbangkan gaya (*style*) daripada manfaat (*utility*). Lihat saja, aksi sebagian masyarakat yang gonta-ganti mobil dengan produk terbaru dan gaya yang lagi tren. HP diganti dengan keluaran terbaru dengan fitur yang lebih bervariasi dan canggih. Penampilan dibuat lebih par-lente meskipun semuanya dengan utang dan serba kredit.

Masyarakat kita masih sangat jauh dengan pola hidup sederhana dan hemat. Fauziah Fauzan (2008) menuturkan bahwa masyarakat telah terbiasa dalam makan selalu ada tersisa dan banyak yang terbuang. Dalam berbagai acara seminar, *workshop*, diskusi dan forum, banyak makanan dan *snack* yang tersisa dan kemudian terbuang. Jika dikalkulasikan lebih kurang 50 ton makanan per hari yang tersisa dan terbuang oleh masyarakat kita. Kemudian ada ratusan ribu botol air minum yang tersisa dan terbuang setelah diminum beberapa sedot.

Suburnya pola hidup konsumtif dan hidup boros (*extravagance*) di masyarakat kita, menurut penulis, banyak hal yang memberikan kontribusi; pertama, tiap hari tayangan di TV banyak yang menyuguhkan sesuatu yang hedonis. Pola kehidupan yang dipertontonkan adalah serba material; rumah besar bertingkat, mobil keluaran baru, dan pakaian dengan model terbaru, serta harga yang melangit. Sebagai

media edukatif, tentunya secara tak langsung tayang di TV mendidik masyarakat bergaya hidup serba material dan hedonis, serta menaikkan "*libido*" konsumtif masyarakat.

Kedua, keluarga sebagai unit masyarakat terkecil, sejak dini, sadar atau tidak, telah "membesarkan" generasi bangsa ini dengan gaya hidup konsumtif. Waktu anak mena-ngis, sang ibu atau ayah selalu mem-bujuk dengan kata-kata, "*Jangan mena-ngis nanti ayah akan beli ini dan itu*". Dalam berbelanja, atas nama dan dalih sayang kepada anak, sang ibu dan ayah membelikan tiga atau sampai empat pasang sandal dan puluhan baju baru yang semua itu melebihi kebutuhan. Berbeda dengan masyarakat Vietnam dan Jepang, anak-anak mereka sejak kecil dididik dengan kesederhanaan dan menumbuhkan sikap hidup hemat dan prihatin. Sehingga generasi mereka tumbuh dan hidup dengan kesederhanaan namun memiliki etos kerja yang tinggi.

Ketiga, pemimpin dan pejabat juga ikut "*mendidik*" masyarakat untuk hidup serba *lux* dan hedonis. Setiap ada acara dan kunjungan ke masyarakat selalu diikuti dengan iring-iringan rombongan yang panjang dengan mobil-mobil berkilat dan berkelas. Birokrat disambut dan dijamu serba wah. Kadang terkesan kemeriahan dan kesuksesan acara diukur dengan gaya penyambutan dan penyamuhan yang disuguhkan ke sang pejabat.

Puasa dan Edukasi Kesederhanaan

Hidup sederhana dan hemat bukanlah sebuah tindakan reaktif dan responsif sesaat. Hidup hemat merupakan sebuah budaya dan per-

adaban yang "*suci*" yang mesti dibangun dalam ruang dan waktu sepanjang kehidupan manusia. Untuk menumbuhkan sikap hidup ber-hemat, Alm Prof Nuchalish Madjid (2006), menyatakan perlu didikasi yang tinggi dan komitmen yang sangat kuat. Paham dan pandangan masyarakat yang mengkultuskan *prestise* yang tidak rasional menyumburkan perilaku konsumtif dan semakin menjauhkan masyarakat dari hidup hemat dan sederhana. Paham ini akan melahirkan pribadi-pribadi yang kurang memiliki percaya diri jika tampil apa adanya sesuai kemampuan. Untuk mengdongkrak percaya diri dan harga diri, serta kehormatan dipoleslah penampilan dengan serba material dan *lux*.

Puasa Ramadhan yang tengah dilaksanakan oleh kaum muslimin memiliki muatan edukasi hidup sederhana dan hemat. Edukasi hidup sederhana dan hemat itu melalui pengendalian hawa nafsu dorongan ke hal-hal material yang berlebihan. Hawa nafsu dalam diri manusia harus dikendalikan agar tidak muncul sifat tidak pernah puas dan ektra-vagansi (mubazir). Rasulullah SAW menganalogikan perilaku manusia yang hidup tanpa kontrol dan mengikuti hawa nafsu dalam sabda Rasulullah SAW bersabda: "*Andaikan seorang anak Adam (manusia) mempunyai lembah emas, pasti ia ingin mempunyai dua lembah, dan tiada yang dapat menutup mulutnya (menghentikan kerakusannya) kecuali tanah (maut), dan Allah berkenan memberi taubat kepada siapa saja yang bertaubat.*" (HR. Bukhori dan Muslim) Di kalangan ahli sufi pun juga diungkapkan, *manusia yang hidup mengikuti hawa nafsu-*

nya maka seperti minum air lain. Semakin diminum maka semakin dahaga.

Hawa nafsu dikendalikan melalui pengalaman perintah dan keimanan kepada Allah. Luqman Faurani (2007), menyimpulkan ada tiga karakteristik perilaku konsumsi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi. (1), ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik maka motif berkonsumsi akan didominasi oleh tiga motif; *mashlahah* kebutuhan dan kewajiban, (2) ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi oleh tiga hal tadi juga; kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh *ego*, rasionalisme (materialisme) dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis. (3) ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berkonsumsi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*); *ego*, keinginan dan rasionalisme.

Dalam perspektif Islam, kepuasan (*utility*) bukan hanya terbatas pada benda-benda konkret (materi), tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat amal shaleh. Kepuasan timbul dan dirasakan oleh seorang muslim ketika harapan mendapat ridha dari Allah SWT melalui amal shaleh.

The last but not the least, dari paparan di atas jelas bahwa model konsumsi Islami tidak didominasi oleh nilai-nilai materi dan mengejar kepuasan dengan menempatkan hawa nafsu sebagai panglima namun kebutuhan dan maksimalisasi kepuasan didasarkan oleh landasan rasional berdasarkan keimanan dan moral. Keimanan dan moral menjadi bagian *inheren* dalam perilaku konsumsi. Semoga! (*)