

**PERILAKU HEDONIS DALAM PERAYAAN IDUL FITRI
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)**



TESIS

**Disusun dan Diajukan Kepada Pascasarjana IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar
Magister Hukum (M.H)**

**Oleh:
PURBATIN FUAD ACHMADI
NIM. 1717621002**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553
Website : www.pps.iaipurwokerto.ac.id Email : pps@iaipurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: 178/In.17/D.Ps/PP.009/12/2020

Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa:

Nama : Purbatin Fuad Achmadi
NIM : 1717621002
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Perilaku Hedonis dalam Perayaan Idul Fitri Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)

Telah disidangkan pada tanggal **9 November 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Hukum (M.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.



Purwokerto, 4 Desember 2020

Direktur,

Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.
NIP. 19681008 199403 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PASCASARJANA

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, 53126 Telp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553
Website: pps.iaipurwokerto.ac.id E-mail: pps@iaipurwokerto.ac.id

PENGESAHAN TESIS

Nama : Purbatin Fuad Achmadi
NIM : 1717621002
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Judul Tesis : PERILAKU HEDONIS DALAM PERAYAAN IDUL FITRI
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi pada
Masyarakat di Kecamatan Banyumas)

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. NIP. 19681008 199403 1 001 Ketua Sidang/ Penguji		20/11 - 2020
2	Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. NIP. 19741217 200312 1 006 Sekretaris/ Penguji		Des 2020
3	Dr. H. Syufa'at, M.Ag. NIP. 19630910 199203 1 005 Pembimbing/ Penguji		20/11 2020
4	Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.A.g. NIP. 19750720 200501 1 003 Penguji Utama		20/11 2020
5	Dr. Nawawi, M.Hum. NIP. 19710508 199803 1 003 Penguji Utama		20/11 20

Purwokerto, 2-12-2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. H. Syufa'at, M. Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.
Direktur Pascasarjana IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan koreksi serta perbaikan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa:

Nama : Purbatin Fuad Achmadi

NIM : 1717621002

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Tesis : PERILAKU HEDONIS DALAM PERAYAAN IDUL FITRI
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi pada
Masyarakat di Kecamatan Banyumas)

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian Bapak saya sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, Oktober 2020
Pembimbing



Dr. H. Syufa'at, M. Ag
NIP. 19630910 199203 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul **PERILAKU HEDONIS DALAM PERAYAAN IDUL FITRI PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)** seluruhnya merupakan karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ternyata seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Purwokerto, 9 Oktober 2020
Hormat Saya



Purbatin Fuad Achmadi
NIM 1717621002

**PERILAKU HEDONIS DALAM PERAYAAN IDUL FITRI
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)**

Purbatin Fuad Achmadi

email: purbatinfuad123@gmail.com

HP: 085747917436

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Di Indonesia ada dua hari besar agama Islam yang selalu dirayakan dengan meriah dan kesibukan yang tinggi yaitu hari raya Fitri (Idul Fitri) dan hari raya Qurban (Idul Adha). Hampir setiap orang dari semua kalangan masyarakat di negeri ini ikut menyibukan diri menghadapi dua peristiwa tahunan ini. Dari dua hari raya ini, Idul Fitri adalah yang paling ramai dan paling spektakuler dirayakan. Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Bagaimana praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh sebagian masyarakat muslim di Kecamatan Banyumas. 2) Bagaimana praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri perspektif hukum ekonomi syariah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *legal sociology*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah observasi, interview dan dokumentasi. Metode analisis data dilakukan secara kualitatif.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan mengenai perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi kasus di Kecamatan Banyumas), maka dapat disimpulkan: 1) Perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas antara lain adalah: adanya tradisi membeli baju baru, barang baru dan serba baru, selain itu juga menghidangkan makanan istimewa, memberikan THR, piknik dan bersilaturahmi, namun untuk memenuhi tradisi tersebut sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas rela melakukan apa saja bahkan sampai berhutang dan menjual barang-barang yang dimiliki demi untuk memenuhi tradisi perayaan lebaran tersebut. 2) Ekonomi syariah memandang praktik yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas merupakan sikap *Israf* atau berlebih-lebihan yang diharamkan dalam Islam sehingga bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Namun meskipun demikian budaya pop atau berlebih-lebihan dalam merayakan Idul Fitri tidak hanya memiliki dampak negatif tapi juga dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi daerah yaitu karena derasnya aliran uang dari kota ke desa, adanya tradisi silaturahmi dan bersedekah sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT.

Kata Kunci: Hedonis, Idul Fitri, Perspektif, Hukum Ekonomi Syariah

HEDONIST BEHAVIOR IN CELEBRATION OF IDUL FITRI PERSPECTIVE LAW OF ECONOMIC LAW

(Study of Communities in the District of Banyumas)

Purbatin Fuad Achmadi

e-mail: purbatinfuad123@gmail.com

Mobile: 085747917436

Sharia Economic Law Study Program

Postgraduate Program at the State Islamic Institute of Religion (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

In Indonesia, there are two major Islamic religious days which are always celebrated with great fanfare and high activity, namely Fitri (Idul Fitri) and Qurban (Idul Adha). Almost everyone from all walks of life in this country is busy attending these two annual events. Of these two holidays, Eid al-Fitr is the busiest and the most spectacular. The formulations of the research problems are: 1) How is the practice of hedonic behavior in the celebration of Eid al-Fitr carried out by some Muslim communities in Banyumas District. 2) How is the practice of hedonic behavior in the celebration of Eid in the perspective of Islamic economic law.

This type of research used in this research is a type of field research (field research). The research approach used in this research is the legal sociology approach. Sources of data used in this study are primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques are observation, interview and documentation. The data analysis method was carried out qualitatively.

Based on the analysis that has been carried out regarding hedonic behavior in the celebration of Eid Al-Fitr from the perspective of Islamic Economic Law (Case study in Banyumas District), it can be concluded: 1) Eid celebrations carried out by part of the people of Banyumas District include: new and all-new items, besides serving special food, giving THR, picnics and staying in touch, but to fulfill this tradition, the people of Banyumas District are willing to do anything, even go into debt and sell their belongings to fulfill the tradition of the Eid celebration. . 2) Islamic economics views the practices carried out by part of the community in Banyumas District as an attitude of *Israf* or exaggeration which is forbidden in Islam so that it is contrary to the principles of Islamic economics. However, even so, pop culture or exaggeration in celebrating Eid al-Fitr does not only have a negative impact but also a positive impact on regional economic growth, namely due to the heavy flow of money from cities to villages, the tradition of hospitality and giving alms as a form of gratitude to Allah SWT.

Keywords: Hedonism, Eid, Perspective, Islamic Economic Law

MOTTO

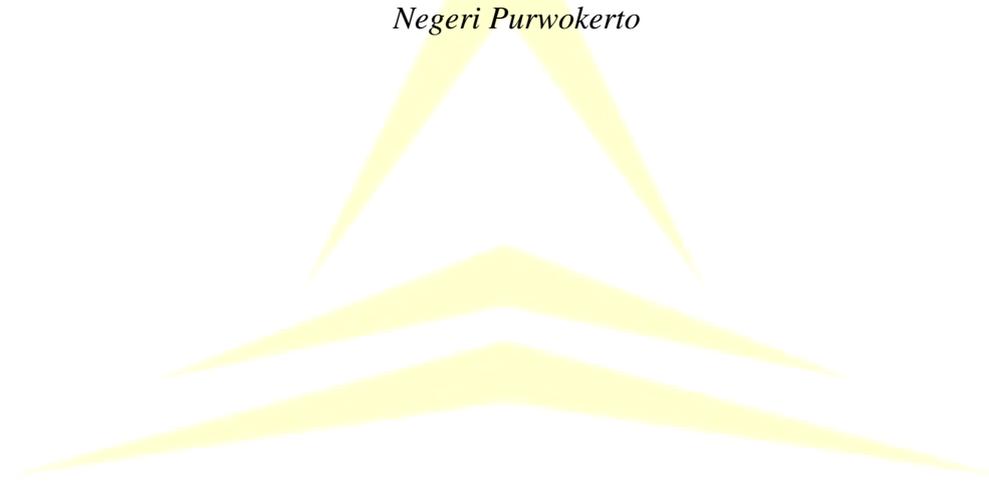
وَلَا تُسْرِفُوا، إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*Jangan Berlebihan
Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan
(Q.S. Al-An'am: 141)*



PERSEMBAHAN

*Keluarga Besarku...
Keluarga Besar LBH SAKA Keadilan Cabang Banyumas
Keluarga Besar SMK Muhammadiyah Somagede
Keluarga Besar Pascasarjana Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam
Negeri Purwokerto*



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

الحمد لله على ما ختمناه من الدراسة، ونسأل نفعها لننذر بها أهل القرية ولندعوهم إلى سبيل ربنا بالحكمة. والصلاة والسلام على سيدنا محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه ومن تبع هداه. أما بعده.

Segala puji bagi Allah Azza Wa Jalla, Dzat Pemberi petunjuk, Pembuka kabus kelamnya kebodohan dalam proses *tafaqquh fi ad-dīn*. Atas berkat rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, setiap aktifitas dapat terlaksana, termasuk diantaranya yakni dapat terselesaikannya penulisan tesis ini. Tak lupa salawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sang pendidik sejati, beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman.

Dengan hidayah dan pertolongan Allah SWT, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: *Perilaku Hedonis Dalam Perayaan Idul Fitri Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)*. Tesis ini penulis susun sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi diprogram pascasarjana IAIN Purwokerto.

Bersamaan dengan selesainya tesis ini, penulis hanya bisa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan sumbang sarannya, terutama kepada yang terhormat:

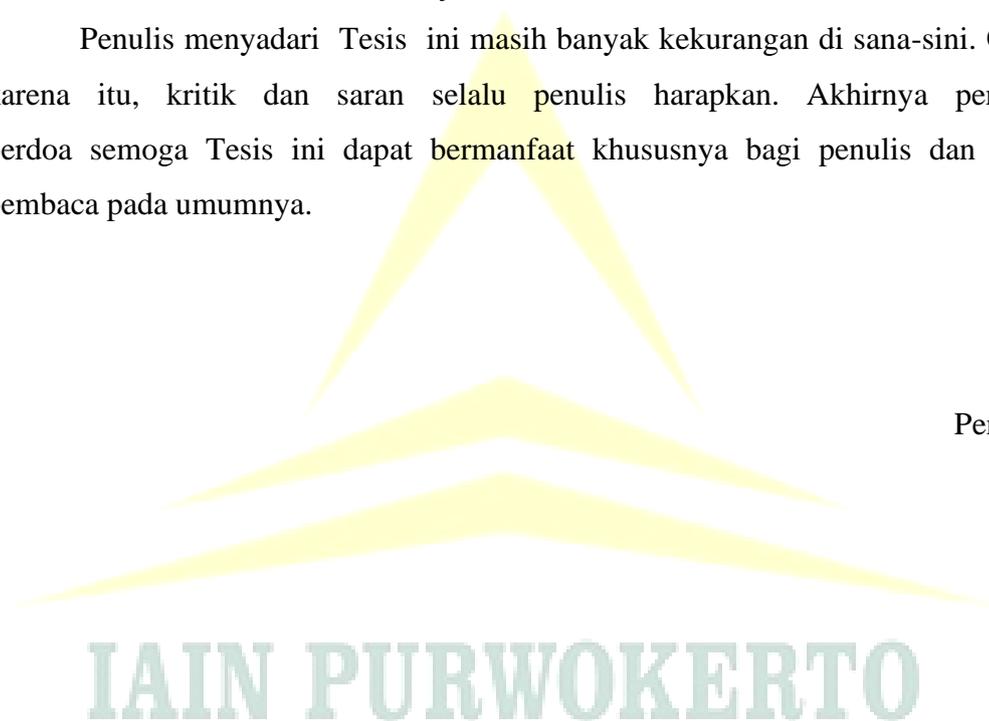
1. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Direktur Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto atas kebijakan dan kebijaksanaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
2. Dr. H. Syufaat, M.Ag, Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah sekaligus pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan untuk membimbing penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
3. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Selaku Pembimbing Akademik, yang telah membimbing dan memberikan arahan sehingga penulis mampu membuat dan menyelesaikan pembuatan proposal tesis.

4. Segenap dosen dan staff administrasi Pascasarjana IAIN Purwokerto yang telah memberikan bimbingan dan pelayanan terbaik.
5. Rekan-rekan HES angkatan 2017 yang telah berjuang bersama, semoga kita semua diberi kesuksesan.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tesis ini yang tidak disebutkan satu persatu.

Tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya, semoga amal serta budi baik yang telah diberikan dengan ikhlas kepada penulis mendapatkan balasan pahala berlipat dari Allah SWT. *Jazakumullah ahsanal jaza'*.

Penulis menyadari Tesis ini masih banyak kekurangan di sana-sini. Oleh karena itu, kritik dan saran selalu penulis harapkan. Akhirnya penulis berdoa semoga Tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Penulis



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi adalah tata sistem penulisan kata-kata bahasa asing (Arab) dalam bahasa Indonesia yang digunakan oleh penulis dalam tesis. Pedoman transliterasi didasarkan pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain '	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

1. Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	ḍammah	U	U

2. Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
◌َ ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌َ و	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ = kaifa

هَوْلَ = haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf dan tanda	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ	fathah dan alif	Ā	a dan garis di atas
يِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	ḍammah dan wawu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ = qāla

قِيلَ = qīla

رَمَى = ramā

يَقُولُ = yaqūlu

D. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1. *Ta marbūṭah* hidup

Ta marbūṭah hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah, kasrah, dan ḍammah* transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*, namun apabila pembacaannya disambung maka *ta marbūṭah* ditransliterasikan dengan /t/.

Contoh:

روضۃ الأطفال = rauḍah al-aṭfah *atau* rauḍatul aṭfal

المدينة المنورة = al-madinah al-munawwarah *atau* al-madinatul munawwarah

طلحة = Ṭalḥah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

نَزَّلَ = nazzala

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan bisa atau tidak dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung. Penulis lebih memilih menghubungkannya dengan tanda sambung.

Contoh:

الرجل = ar-rajulu

القلم = al-qalamu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan.

Contoh:

أبو بكر = Abū Bakr

H. Ya' Nisbah

Ya' nisbah untuk kata benda muzakkar (masculine), tanda majrur untuk *al-asmā' al-khamsah* dan yang semacamnya ditulis /ī/.

Contoh:

البخاريّ = al-Bukhārī

أبي = Abī

أبوه = Abūhu

I. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain dalam transliterasi ini tidak dipisah.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

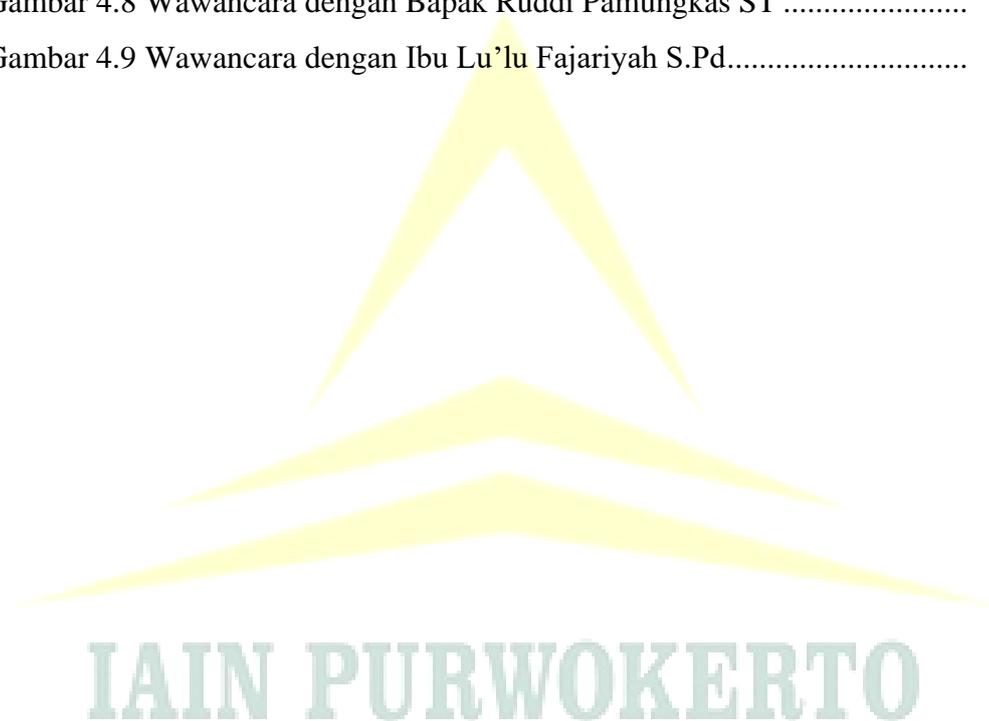
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN HASIL VERIFIKASI TESIS	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
E. Metode Penelitian	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	12
B. Hasil Penelitian Relevan	67
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Paradigma Penelitian	70
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	70
C. Lokasi Penelitian	70
D. Subyek dan Obyek Penelitian	71
E. Teknik Pengumpulan Data	71
F. Teknik Analisis Data	72

BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	74
	B. Hasil Penelitian.....	80
	C. Pembahasan	97
BAB V	: PENUTUP	
	A. Simpulan.....	115
	B. Saran-saran	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kondisi Ketinggian Lahan di Kabupaten Banyumas	81
Gambar 4.2 Wawancara dengan Saudara Singgih Candra Pradana.....	84
Gambar 4.3 Wawancara dengan Saudara Ari Suhendra	85
Gambar 4.4 Wawancara dengan Ibu Maemunah	86
Gambar 4.5 Wawancara dengan Ibu Munjiyah.....	87
Gambar 4.6 Wawancara dengan Rizki Puput Saputri	88
Gambar 4.7 Wawancara dengan Ibu Septi Rina Pujiyatni SE	89
Gambar 4.8 Wawancara dengan Bapak Ruddi Pamungkas ST	90
Gambar 4.9 Wawancara dengan Ibu Lu'lu Fajariyah S.Pd.....	91



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Matriks Isu Mudik.....	112
----------------------------------	-----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia ada dua hari besar agama Islam yang selalu dirayakan dengan meriah dan kesibukan yang tinggi yaitu hari raya Fitri (Idul Fitri) dan hari raya Qurban (Idul Adha). Hampir setiap orang dari semua kalangan masyarakat di negeri ini ikut menyibukan diri menghadapi dua peristiwa tahunan ini. Dari dua hari raya ini, Idul Fitri lah yang paling ramai dan paling spektakuler dirayakan. Bagaimana tidak, semua tenaga dan waktu terkuras dalam menyongsong hari raya Idul Fitri. Tidak hanya umat Islam saja yang disibukan dengan Idul Fitri, tetapi hampir semua orang baik secara langsung maupun tidak langsung. Semua instansi pemerintah maupun swasta di negara ini juga menjadikan Idul Fitri sebagai momentum untuk saling berbagi dan membina tali komunikasi (silaturahmi) antar warganya, juga dengan masyarakat sekitarnya. Hal ini terlihat bagaimana instansi-intansi tersebut menyediakan parcel atau bingkisan lebaran (THR), menyediakan kendaraan gratis untuk mudik para karyawan, serta mengadakan acara syawalan (*halal bi halal*) sebagai bentuk syukur kepada Allah atas selesainya pelaksanaan ibadah puasa di bulan Ramadhan.

Idul Fitri merupakan momen yang sangat istimewa. Idul Fitri sering dijadikan ajang untuk pamer kemewahan dan kesuksesan dalam meraih prestasi-prestasi duniawi yang jauh dari nilai-nilai karakter mulia yang mengharuskan kesederhanaan dan kesantunan yang dipandu dengan peningkatan kualitas iman dan takwa. Pada perayaan Idul Fitri sebagian masyarakat terkadang pulang kampung untuk memamerkan keberhasilan mereka bekerja di kota dengan cara berfoya-foya dan berlebih-lebihan di kampung halaman. Sehingga tidak aneh jika pada akhir bulan Ramadhan, pusat-pusat perbelanjaan, pasar-pasar atau *mall-mall* banyak dikunjungi pengunjung yang berbelanja untuk kebutuhan Idul Fitri, sehingga sering kali

kemacetan lalu lintas menjadi pemandangan yang sering ditemui di pusat-pusat kota.

Di Indonesia Idul Fitri sering di tandai dengan adanya tradisi mudik. Mudik dianggap fenomenal, karena mudik terjadi secara serentak dan searah yaitu terjadi mobilisasi jutaan manusia dari pusat kota menuju daerah-daerah pedesaan dan kota-kota kecil lainnya.¹ Jumlah pemudik setiap tahunnya terus meningkat. Menurut Menteri Perhubungan (Menhub) Budi Karya Sumadi memprediksi akan adanya lonjakan pemudik di tahun 2019 ini dibanding tahun 2017 dan tahun 2018. Pada tahun 2017 ada sekitar 20 juta pemudik, lalu ditahun 2018 ada 21,6 juta pemudik, dimana pada tahun 2018 terjadi kenaikan sebesar 6 persen dan kenaikan akan terjadi pada musim mudik tahun 2019 ini, tahun ini ada kurang lebih 23 juta pemudik.²

Umat Islam pada umumnya merayakan lebaran dengan berbagai ungkapan kegembiraan tidak terkecuali masyarakat di Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas. Sebagian dari mereka merayakan lebaran dengan cara yang sedikit berlebihan, seperti merental atau menyewa mobil untuk keperluan piknik atau darmawisata dan keperluan mudik atau pulang kampung, serta membagi-bagi uang jajan kepada saudara dan tetangga. Sehingga terkesan bahwa mereka telah berhasil ketika merantau atau sukses di tempat bekerja. Padahal uang yang mereka pakai untuk berlebaran adalah uang hasil tabungan selama ini. Banyak juga di antara mereka yang terpaksa menunda pulang kampung di karenakan tabungan yang akan dibagi-bagikan kepada saudara dan tetangga dirasa belum cukup, sehingga terpaksa harus menabung lagi untuk berlebaran pada tahun berikutnya.

Sebagian dari masyarakat Kecamatan Banyumas, seolah tak masalah jika harus merogoh kocek dalam-dalam demi memuaskan perilaku konsumtif

¹ Ali Rama, Mudik Lebaran & Instrumen Redistribusi Kekayaan, *Bisnis Indonesia*, 21 Mei 2019, 1.

² Dwi Bowo Raharjo, Pemudik Tahun 2019 Akan Meningkat, Menhub: Jadi 23 Juta Orang <https://www.suara.com/news> diakses Sabtu 25 Mei 2019 Pukul 09.50 WIB.

menjelang lebaran. Bahkan tak sedikit yang akhirnya kehilangan rasionalitas, berhutang kepada teman, menggadaikan barang berharga, meminjam uang di bank berrente, semata-mata demi memenuhi “tradisi serba ada dan serba baru” di saat Idul Fitri.

Selain itu yang menjadi fenomena menjelang hari raya Idul Fitri, atau masuk akhir pekan di bulan Ramadhan di sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas yaitu menggunakan petasan dan pesta kembang api roket untuk meramaikan suasana. Mereka tidak segan-segan mengeluarkan banyak uang hanya untuk membakar petasan, petasan gasing, menyalakan kembang api roket dan kembang api stik, dan tidak ragu-ragu mengeluarkan uang ratusan ribu rupiah untuk bersenang-senang, berpesta pora membakar petasan dan menyalakan kembang api sehari-hari.

Idul Fitri terkadang dijadikan sebagai kesempatan atau *momen* bagi sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas untuk memiliki hal-hal yang baru. seperti sepatu baru, baju baru, tas baru, jam tangan baru dan lain-lain yang serba baru. Sudah menjadi kebudayaan di hari lebaran Idul Fitri untuk membeli kebutuhan yang serba baru. Bahkan dalam anggapan sebagian orang “*kalau tidak baru bukan lebaran namanya*”.

Berikut ini ada beberapa catatan tentang pengakuan dari warga Kecamatan Banyumas, Singgih Candra Pradana (29 Tahun, Pekerja Seni) misalnya menyebutkan bahwa memiliki barang baru menjelang hari raya Idul Fitri sudah menjadi tradisi, kalau ada uang kenapa tidak digunakan untuk membeli barang-barang tersebut.³ Selanjutnya Ari Suhendra (23 Tahun, Wiraswasta) menyebutkan bahwa lebaran itu identik dengan segala sesuatu yang baru. Selain itu juga harus ada acara piknik keluarga karena kalau lebaran semua keluarga kumpul bersama dan juga harus ada momen untuk foto-foto untuk kenang-kenangan dan *diupload* di media sosial. Selain itu pada saat

³ Wawancara dengan Singgih Candra Pradana (29 Tahun, Pekerja Seni) di Rumah Saudara Singgih Candra Pradana pada Tanggal 25 Mei 2019.

lebaran biasanya membagi-bagikan THR kepada sanak-saudara, orang tua dan tetangga.⁴

Selanjutnya menurut Munaenah (63 Tahun, Pedagang) adanya tradisi membeli dan membelikan baju baru atau barang baru pada saat lebaran adalah menyenangkan hati anak dan cucu, dan diri sendiri. Selain itu sebagai bentuk perwujudan rasa senang dan syukur masih bertemu dengan bulan penuh ampunan. Uang yang digunakan untuk membeli barang-barang baru adalah hasil dari uang tabungan hari raya selama satu tahun bahkan ada juga mereka yang sampai meminjam ke Bank Desa untuk memenuhi kebutuhan hari raya.⁵

Selanjutnya Munjiyah (66 Tahun, Pensiunan PNS) menyebutkan bahwa merayakan lebaran dengan hal-hal yang baru merupakan suatu tradisi. Lebaran dengan segala sesuatu yang baru, baju baru, dan semua yang serba baru, di samping itu ketika lebaran suka dibelikan baju baru oleh anak. Lebaran juga biasanya diisi dengan kegiatan piknik bersama keluarga bersenang-senang menikmati suasana lebaran seperti ke pantai, ke Baturraden ataupun ke Mall.⁶ Hal senada juga disampaikan oleh Rizki Puput Saputri (18 Tahun, Pelajar), menurut Rizki Puput Saputri menyebutkan bahwa tradisi lebaran dengan membeli baju baru adalah suatu keharusan agar ketika bersilaturahmi dengan keluarga terlihat baru selain itu juga harus ada kegiatan piknik pada saat lebaran karena saat lebaran merupakan saat yang tepat untuk bersenang-senang bersama keluarga.⁷

Dari hasil wawancara didapat berbagai pendapat bahwa sebagian umat muslim di Kecamatan Banyumas menikmati kegembiraan berlebaran Idul Fitri

⁴ Wawancara dengan Ari Suhendra (23 Tahun, karyawan) di Rumah Saudara Ali Suhendra pada Tanggal 25 Mei 2019 .

⁵ Wawancara dengan Munaenah (63 Tahun, pedagang) di Rumah Ibu Munaenah pada Tanggal 25 Mei 2019.

⁶ Wawancara dengan Munjiyah (66 Tahun, pensiunan PNS) di Rumah Ibu Munjiyah pada Tanggal 25 Mei 2019.

⁷ Wawancara dengan Rizli Puput Saputri (18 Tahun) di Rumah Saudari Rizli Puput Saputri pada tanggal 24 Juni 2019.

sepenuhnya dengan cara sengaja menabung, meminjam dan menggunakan gaji ke -13 untuk merayakan lebaran Idul Fitri.⁸

Dalam ajaran Islam ada perintah untuk selalu hidup sederhana, dan larangan berlaku boros, berlebih-lebihan dan pesta pora. Aturan dan kaidah berkonsumsi dalam sistem ekonomi Islam menganut paham kesederhanaan dan keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Selain itu tidak diperbolehkannya mendikotomikan antara kenikmatan dunia dan akhirat. Bahkan sikap ekstrim pun harus dijauaskan dalam berkonsumsi. Larangan atas sikap *Israf* (berlebihan) dan boros, bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap bakhil dan kikir. Akan tetapi mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah tengah-tengahnya.⁹

Perilaku boros yaitu 1) Sikap berlebihan dan bermewah-mewah dalam berbelanja atau berkonsumsi, 2) Menghambur-hamburkan harta untuk tujuan yang tidak prioritas, 3) Menuruti hawa nafsu yang tidak terkendali dalam berkonsumsi, dan 4) Lebih berorientasi pada kebutuhan konsumsi masa sekarang atau jangka pendek (*in the short run*), dan kurang bahkan tidak memperhatikan kepentingan konsumsi masa mendatang.¹⁰

Agar tercipta mentalitas yang baik yang berhubungan dengan gaya hidup itu, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam pemenuhan kebutuhannya dilakukan secara bersahaja, sederhana, dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman dalam Surat Al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ

⁸ Kesimpulan hasil wawancara.

⁹ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), 70.

¹⁰ Muhardi, "Paradigma Boros Dalam Kegiatan Ekonomi", *Jurnal Al-Mimbar*, Volume XXI No. 1 Januari – Maret 2005 : 81 – 92.

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Selain itu ada juga larangan suka terhadap kemewahan dan bersikap angkuh terhadap hukum karena memiliki kekayaan,¹¹ sebagaimana Firman Allah dalam QS, Al-Israa (17) ayat 16 :

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَسُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ
فَدَمَّرْنَاَهَا تَدْمِيرًا

Artinya: “Dan jika kami hendak membinasakan suatu negeri, maka kami perintahkan kepada orang-orang yang hidup mewah di negeri itu (supaya menaati Allah) tetapi mereka melakukan kedurhakaan dalam negeri itu, Maka sudah sepantasnya berlaku terhadapnya perkataan (ketentuan kami), kemudian kami hancurkan negeri itu sehancur-hancurnya.”

Manusia mempunyai kecenderungan untuk memiliki, menguasai dan menikmati harta. Sebagai perhiasan hidup, harta sering menyebabkan keangkuhan, kesombongan dan kebanggaan,¹² sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-‘Alaq ayat 6-7.

كَلَّا إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنَّاظٍ . أَن رَّآهُ اسْتَعْزَى
Artinya: “Ketahuilah, Sesungguhnya manusia benar-benar melampaui batas, karena dia melihat dirinya serba cukup.”

Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pandangan Islam tentang fenomena berlebaran yang cenderung dijadikan sebagai ajang foya-foya, pamer kekayaan dan pesta pora dengan judul : **“Perilaku Hedonis Dalam Perayaan Idul Fitri**

¹¹ Mustava Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 28-29.

¹² Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori dan Konsep* (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), 179.

Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh sebagian masyarakat muslim di Kecamatan Banyumas?
2. Bagaimana praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri perspektif hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Agar dapat diperoleh data yang benar-benar diperlukan dan diharapkan dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh sebagian masyarakat muslim di Kecamatan Banyumas.
 - b. Untuk mengetahui dan menganalisis praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri perspektif hukum ekonomi syariah.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Kegunaan teoritis
Diharapkan hasil penelitian ini berguna bagi perguruan tinggi sebagai bahan masukan khususnya program studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Purwokerto.
 - b. Kegunaan Praktis
Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi umat muslim pada umumnya dan praktisi pada khususnya seperti guru atau pengajar agar dapat berguna menambah ilmu pengetahuan atau memberikan pengetahuan kepada anak didiknya tentang bagaimana menyikapi perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri.

D. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks atau dimensi waktu). Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yaitu memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial tentang perilaku hedonis pada perayaan Idul Fitri pada masyarakat di Kecamatan Banyumas.

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kritis. Pendekatan kritis pendekatan yang menekankan pada kreativitas manusia dan berusaha mencatat secara cermat realitas kehidupan manusia yang dikonstruksi melalui komunikasi. Pendekatan ini lebih menekankan pada konteks makro seperti realitas sosial, politik, dan isu-isu ekonomi yang mempengaruhi komunikasi antar budaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu sebuah penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lokasi yang menjadi tujuan penelitian guna memperoleh fakta-fakta dan data yang valid¹³. Apabila dilihat berdasarkan datanya penelitian ini merupakan penelitian *kualitatif*.

3. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi lokasi penelitian adalah Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas.

4. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

¹³ Leky J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), 6.

Subjek penelitian adalah benda, orang atau tempat untuk mendapatkan data variabel yang dipermasalahkan. Sedangkan menurut Syaifuddin Azwar, subjek penelitian adalah sumber utama dan penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.¹⁴ Subyek penelitian dari penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Banyumas yang melakukan perayaan Idul Fitri secara berlebihan.

2. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang penting dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable.¹⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh masyarakat di Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan dan penataan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang terjadi secara alamiah di tempat yang sedang diteliti.¹⁶ Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk melakukan studi pendahuluan tentang praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh masyarakat di Kecamatan Banyumas. Setelah peneliti melakukan observasi, kemudian hasil pengamatan tersebut dicatat dan dianalisis untuk menjawab masalah penelitian.

¹⁴ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, t.th), 8.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 41).

¹⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 19.

b. Interview

Interview adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.¹⁷ *Interview* ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang perayaan Idul Fitri. Teknik yang digunakan dalam memperoleh informasi dengan *interview* ini adalah *to dept interview* yaitu interview yang tidak struktur. *Interview* dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai bagaimana perilaku hedonis masyarakat Banyumas dalam perayaan Idul Fitri, faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat berperilaku hedonis dan lain sebagainya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan data berupa catatan atau peninggalan tertulis termasuk arsip, buku, surat kabar, majalah, buku agenda yang erat hubungannya dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi data-data pendukung dari penelitian seperti: data geografis dan topografis Kecamatan Banyumas, buku-buku tentang etika ekonomi dalam Islam, sosiologi hukum Islam dan lain sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, dilakukan analisis secara kualitatif yaitu dengan cara menganalisis data tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka melainkan mempergunakan sumber informasi yang relevan untuk melengkapi data yang penyusun inginkan.¹⁸ Pada penelitian ini, setelah peneliti memperoleh data melalui metode *interview*, maka peneliti menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data secara kualitatif

¹⁷ *Ibid*, 67.

¹⁸ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM, 1987), 42.

dengan menggunakan induktif, yaitu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta khusus dan peristiwa-peristiwa konkrit untuk kemudian digeneralisasikan. Metode ini digunakan dalam menyelidiki faktor apa yang secara umum melatarbelakangi masyarakat melakukan perayaan Idul Fitri secara berlebih-lebihan.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan, penulis membagi penelitian ini ke dalam lima bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab yaitu:

Bab I, Bab I diawali dengan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II, Dalam Bab ini penulis akan membahas beberapa hal yang merupakan landasan teori (*grand theory*) yaitu mengenai teori tentang Perilaku hedonis, Budaya populer, Etika bisnis islam, *Israaf* dalam Kegiatan Ekonomi, Idul fitri dan tradisi mudik dan Sosiologi hukum islam.

Bab III, Berisi tentang Metode Penelitian yang meliputi: Paradigma penelitian, pendekatan dan jenis penelitian dan lokasi penelitian, Data dan sumber data, Teknik Pengumpulan data dan Teknik Analisis data.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan, Dalam hal ini yang menyajikan tentang gambaran umum tentang lokasi penelitian. Hasil penelitian dalam bentuk penjelasan-penjelasan yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner.

Bab V Penutup, Berisi mengenai kesimpulan dan saran, dimana ini merupakan hasil kristalisasi hasil penelitian dan pembahasan. Uraian dan kesimpulan diorientasikan dan difokuskan pada pokok permasalahan.

BAB II

BUDAYA POPULER PERILAKU HEDONIS

A. Landasan Teori

1. Perilaku Hedonis

a. Pengertian Perilaku Hedonis

Hedonisme pertama kali dikemukakan oleh seorang filsuf dari Yunani yaitu Aristippos (433-335 S.M), ia mengatakan hal terbaik bagi manusia adalah kesenangan. Aristippos menekankan bahwa kesenangan harus dimengerti sebagai kesenangan aktual, bukan kesenangan dari masa lampau dan kesenangan dimasa lampau. Akan tetapi, ada batas untuk mencari kesenangan. Aristippos mengakui perlu adanya pengendalian diri, dimana pengendalian diri tidak sama dengan meninggalkan kesenangan¹⁹

Menurut Salam hedonisme berasal dari bahasa *Grik* yaitu *hedone*, yang berarti kesenangan, *pleasure*. Kelompok hedonis cenderung akan membelanjakan uangnya, kelompok ini cenderung konsumtif dan berbeda dengan kelompok utilitarian dimana kelompok ini berbelanja sesuai manfaat atau keperluannya.²⁰

Menurut Kartono, hedonis berasal dari kata *hedonisme* yang berarti gaya hidup atau pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Ketika ada hal baik dan sesuai dengan tujuan individu pasti akan meningkatkan kesenangan individu itu sendiri, sebaliknya jika tujuan yang dibuat tidak terwujud akan mengurangi kesenangan individu

¹⁹ Karl Bertens, *Etika* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), 236.

²⁰ B. Salam, *Etika Sosial: Asas Moral dalam Kehidupan Manusia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 81.

tersebut. Kesenangan juga identik dengan uang dan berbelanja sesuai kebutuhan maupun keinginan.²¹

Hedonisme juga telah didefinisikan sebagai keadaan pikiran di mana kesenangan adalah keindahan tertinggi, dan pencarian kesenangan adalah doktrin yang merupakan gaya hidup yang ditujukan untuk pencarian kesenangan. Orang yang memiliki gaya hidup hedonis memiliki beberapa atribut yaitu lebih mengarahkan segala aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup dengan main di luar rumah dan membeli barang-barang mahal untuk memenuhi kesenangannya.²²

Perilaku hidup hedonis yaitu sikap hidup yang cenderung foya-foya dan lebih berkonotasi materi. Kenikmatan diukur dari sisi materi dan masih berdasar dari kondisi lingkungan sekitar demi memuaskan keinginan untuk dapat berada dalam kelas atau status sosial tertentu.²³

Perilaku hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang dengan keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukainya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian, walaupun untuk mendapatkan berbagai hal tersebut harus dengan menghalalkan berbagai macam cara.²⁴

Perilaku hidup hedonis memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan keseluruhan kehidupan penuh dengan kesenang-senangan yang bisa dirasakan dan memuaskan keinginan, sehingga tujuan akhir dari kehidupan ini adalah kesenangan.

²¹ Kartini Kartono, *Patologi Sosial 2* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 1997), 43.

²² R, Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targetingm Positioning*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 242.

²³ Sudarsih, S, *Konsep Hedonisme Epikuros Dan Situasi Indonesia Masa Kini* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2007), 42.

²⁴ Idi Subandy Ibrahim (Ed), *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, 56.

Hedonis muncul dari paham hedonisme yang memandang kehidupan atas dasar kenikmatan dunia dan orientasi hidupnya adalah untuk mencari kenikmatan dan kebahagiaan duniawi berupa materi sebanyak-banyaknya. Pada dasarnya perbedaan dari hedonisme dan hedonis ialah, hedonisme merupakan suatu paham hidup seseorang yang sudah mendarah daging dan tidak dapat dipisahkan pada diri seseorang yang sudah menganutnya. Tetapi hedonis ialah suatu sikap atau perilaku yang timbul atau muncul dari paham hedonisme. Jadi orang yang memiliki paham hedonisme sudah pasti berperilaku hedonis, tetapi tidak semua orang yang berperilaku hedonis memiliki paham hidup hedonisme.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku hedonis adalah perilaku yang menganggap bahwa tujuan dari hidup adalah untuk mencari kesenangan.

b. Ciri-ciri Perilaku Hedonis

Ciri gaya hidup hedonis adalah kebahagiaan diperoleh dengan mencari perasaan-perasaan menyenangkan dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang tidak enak. Contohnya ialah, makan akan menimbulkan kenikmatan jika membawa efek kesehatan, tetapi makan yang berlebihan akan menimbulkan penyakit.²⁵

Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan, orang yang semulanya tidak boros (hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang yang boros. Atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi lebih senang mengisi waktu luang di *mall*, *cafe* dan restoran-restoran makanan siap saji (*fast food*), serta memiliki sejumlah barang-barang dengan merk prestisius.²⁶

Adapun ciri-ciri perilaku hidup hedonis yaitu:

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Sudarsih, S, *Konsep Hedonisme Epikuros Dan Situasi Indonesia Masa Kini*, 1-7.

- 1) Memiliki pandangan gaya instan, melihat sesuatu perolehan harta dari hasil akhir bukan proses untuk membuat hasil akhir. Hal ini membawa ke arah sikap selanjutnya yaitu, melakukan rasionalisasi atau pembenaran dalam memenuhi kesenangan tersebut.
- 2) Menjadi pengejar modernitas fisik. Orang tersebut berpandangan bahwa memiliki barang-barang berteknologi tinggi adalah kebanggaan.
- 3) Memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata yang tinggi. Relativitas ini berarti sesuatu yang bagi masyarakat umum sudah masuk ke tataran kenikmatan atau dapat disebut enak, namun baginya itu tidak enak.
- 4) Memenuhi banyak keinginan-keinginan spontan yang muncul. Dalam penjabaran benteng penahan kesenangan yang sangat sedikit sehingga ketika orang menginginkan sesuatu harus segera dipenuhi.
- 5) Ketika mendapat masalah yang dia anggap berat muncul anggapan bahwa dunia begitu membencinya.
- 6) Berapa uang yang dimiliki akan habis dan atau tersisa sedikit dengan skala uang yang dimiliki berada di hidup orang menengah dan tidak ada musibah selama memegang uang tersebut. Untuk masalah makanan saja begitu kompleks dan jenisnya banyak belum termasuk pakaian, rumah, barang-barang mewah dan lain sebagainya.²⁷

c. Aspek-aspek Perilaku Hedonis

Ada tiga aspek dalam gaya hidup hedonis di antaranya adalah:²⁸

- 1) Minat. Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut dalam memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekan

²⁷ Rahardjo W., dan Silalahi, Y.B. Perilaku Hedonis Pada Pria Metroseksual Serta Pendekatan dan Strategi yang Digunakan untuk Mempengaruhinya. *Pesat*. Vol.2 (9). 2007: 51-67

²⁸ Misbahu Nadzir dan Tri Muji Ingarianti, Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang, *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 2015, 586.

pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah *fasion*, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

- 2) Aktivitas. Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat pembelanjaan dan *café*.
- 3) Opini. Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pernyataan-pernyataan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

Menurut Martha dkk sebagaimana dikutip oleh Misbahu Nadzir dan Tri Muji Ingarianti aspek perilaku hedonis yaitu terdiri dari tiga yaitu aktivitas, minat, dan pendapat, kemudian aspeknya diwujudkan dalam bentuk suka mencari perhatian, boros, memilih-milih teman, dan waktu luang dihabiskan dengan bersenang-senang.²⁹

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Hedonis

Menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Novita Trimartati menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku hedonis seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal):³⁰

- 1) Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dengan penjelasannya sebagai berikut:
 - a) Sikap. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Novita Trimartati, Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan, *Psikopedagogia*, Vol. 3, No.1, 2014, 22.

dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

- b) Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- c) Kepribadian. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Beberapa jenis kepribadian dapat menentukan bagaimana individu bertindak terhadap lingkungan sekitarnya. Contohnya ketika seseorang yang cenderung berkepribadian *ekstrovert* maka individu tersebut lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman-temannya serta lebih terbuka dengan lingkungan sekitar.
- d) Konsep diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.
- e) Motif. Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

- f) Persepsi. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.
- 2) Adapun faktor eksternal sebagai berikut:
- a) Kelompok referensi. Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya, saling berinteraksi, saling mengikuti dan menyesuaikan diri. Sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu untuk mengikuti dan menyesuaikan diri, perilaku dan gaya hidup tertentu. Beberapa contoh kelompok referensi adalah kelompok minat dan bakat, kelompok teman sebaya, kelompok diskusi, kelompok pekerjaan, dan lain sebagainya.
 - b) Keluarga. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
 - c) Kelas sosial. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang

sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

- d) Kebudayaan. Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Dari uraian tersebut disimpulkan terdapat 2 (dua) faktor perilaku hedonis yaitu faktor internal yang meliputi sikap, pengalaman, kepribadian, dan konsep diri, dan faktor eksternal yang meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

2. Budaya Populer

a. Pengertian Budaya Populer

Perubahan budaya seiring dengan perkembangan zaman membuat definisi budaya populer menjadi semakin kompleks. Adorno dan Horkheimer, menjelaskan bahwa budaya kini sepenuhnya saling berpautan dengan ekonomi politik dan produksi budaya oleh kapitalis.³¹

Menurut Burton budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptaannya didorong oleh motif laba.³²

Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan

³¹ R. Hafiz Chaniago & Fauziah Kartini H.B. Budaya Populer dan Komunikasi: Impak Kumpulan Slank Terhadap Slankers di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication* Jilid 27(1), 2011: 91-100

³² *Ibid.*

keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya.

Definisi budaya populer sangat bervariasi. Istilah budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktik, atau objek yang tersebar luas dimasyarakat seperti dikatakannya bahwa:

Popular culture refers to the beliefs and practices and objects through which they are organized, that are widely shared among a population. This includes folk beliefs, practices and object generated and political and commercial centers.

(budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktek-praktek dan objek yang menyatu dalam kesatuan yang hidup dalam masyarakat. Hal ini termasuk kepercayaan adat, praktek-praktek, dan objek yang diproduksi dari pusat-pusat komersial dan politik).³³

Jadi, kata populer yang sering disingkat “pop”, mengandung arti “dikenal dan disukai orang banyak (umum)”, “sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami orang banyak, disukai dan dikagumi orang banyak”. Istilah populer ini memiliki 4 makna: “ banyak disukai orang”, “jenis kerja rendah”, “karya yang dilakukan untuk menyenangkan “orang”, dan “budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri”.³⁴

Subandy menyatakan bahwa budaya pop adalah budaya yang berasal dari “rakyat”. Melalui pendekatan yang beranggapan bahwa budaya pop adalah sesuatu yang diterapkan pada “rakyat” dari atas. budaya pop adalah budaya otentik “rakyat”. Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan dari rakyat untuk rakyat. Definisi pop dalam hal ini seringkali dikait-kaitkan dengan konsep romantisme budaya kelas buruh yang kemudian ditafsirkan sebagai

³³ Ida Rochani Adi, Fiksi Populer Teori dan Metode Kajian (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 10.

³⁴ *Ibid.*

sumber utama protes simbolik dalam kapitalisme kontemporer. Namun ada satu persoalan dengan pendekatan ini yakni pertanyaan tentang siapa yang termasuk dalam kategori "rakyat". Persoalan lainnya adalah hakikat wacana dari mana asal-usul budaya itu terbentuk. Tidak peduli berapa banyak kita memakai definisi ini, fakta membuktikan bahwa rakyat tidak secara spontan mampu menghasilkan budaya dari bahan-bahan material yang mereka buat sendiri.³⁵

Budaya populer tidak dapat dilepaskan dari pola masyarakat. Selain itu istilah budaya massa (*mass culture*) sering disaling pertukarkan dengan budaya populer (*popular culture*). Hiburan massa berkaitan dengan pola reaksi masyarakat yang mencakup tiga aspek. *Pertama*, media rekreasi yaitu fasilitas yang memungkinkan warga masyarakat mendapatkan produk budaya massa. *Kedua*, produsen media rekreasi, yaitu individu atau institusi yang menciptakan atau sebagai fasilitator. *Ketiga*, konsumen yang menggunakan produk kebudayaan untuk tujuan psikologis atau sosial.³⁶

Istilah "budaya populer" (*culture popular*) sendiri dalam bahasa latin merujuk secara harfiah pada "*culture of the people*" (budaya orang-orang atau masyarakat). Mungkin itulah sebabnya banyak pengkaji budaya yang melihat budaya yang hidup (*lived culture*) dan serangkaian artefak budaya yang bisa kita temui dalam kehidupan sehari-hari orang kebanyakan.

Budaya populer adalah budaya yang berasal dari masyarakat. Budaya dari rakyat untuk rakyat, istilah ini digunakan hanya untuk menunjukkan otentik dari budaya masyarakat tersebut.³⁷

Adapun definisi budaya populer menurut Storey adalah sebagai

³⁵ Idi Subandy Ibrahim (Ed), *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, 13-14.

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Jhon Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, 25.

berikut:

- 1) Budaya populer merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang.
- 2) Budaya populer adalah budaya sub standar yang mengakomodasi praktek budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi. Budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai luhur, terhormat dan dimiliki oleh golongan elit, seperti para seniman, kaum intelektual dan kritikus yang menilai tinggi rendahnya karya budaya. Sedangkan budaya populer adalah budaya komersial (memiliki nilai jual) dampak dari produksi massal.
- 3) Budaya populer merupakan budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi oleh massa untuk dikonsumsi massa. Budaya ini dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak.
- 4) Budaya populer berasal dari pemikiran postmodernisme. Hal ini berarti pemikiran tersebut tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan budaya populer dan menegaskan bahwa semua budaya adalah budaya komersial.³⁸

Popular Culture atau sering disebut budaya pop mulai mendapat tempat dalam kehidupan manusia Indonesia. Budaya pop sebagai “lokasi pertarungan, di mana banyak dari makna ini (pertarungan kekuasaan atas makna yang terbentuk dan beredar di masyarakat) ditentukan dan diperdebatkan. Tidak cukup untuk mengecilkan budaya pop sebagai hanya melayani sistem pelengkap bagi kapitalisme dan patriarkhi, membiarkan kesadaran palsu membius masyarakat. (budaya pop) juga bisa dilihat sebagai lokasi di mana makna-makna dipertandingkan dan ideologi yang dominan bisa saja diusik. Antara pasar dan berbagai ideologi, antara pemodal dan produser, antara sutradara dan aktor,

³⁸ *Ibid.*, 10.

antara penerbit dan penulis, antara kapitalis dan kaum pekerjaan antara perempuan dan laki-laki, kelompok heteroseksual dan homoseksual, kelompok kulit hitam dan putih, tua dan muda, antara apa makna segala sesuatunya, dan bagaimana artinya, merupakan pertarungan atas kontrol (terhadap makna) yang berlangsung terus-menerus”.³⁹

Budaya populer adalah budaya pertarungan makna dimana segala macam makna bertarung memperebutkan hati masyarakat. Dan sekarang ini, model praktis dan pemikiran pragmatis mulai berkembang dalam pertempuran makna itu. Budaya pop sering diistilahkan dengan budaya McDonald atau budaya MTV.

Kepraktisan, pragmatisme, dan keinstanan dalam pola kehidupan menjadi salah satu ciri khasnya. Disini, media, baik cetak atau elektronik, menjadi salah satu ujung tombak *public relation* untuk menerjemahkan budaya pop ala MTV langsung ke jantung peradaban masyarakat itu. Televisi, misalnya, adalah media yang efisien dalam mengkomoditaskan segala sesuatu dan menjualnya dalam bentuk praktis agar dapat dengan mudah dicerna dan ditelan oleh masyarakat.⁴⁰

Budaya populer sendiri secara mudahnya dapat didefinisikan sebagai budaya yang berkembang masyarakat pada umumnya. *“Budaya Populer adalah segala hal yang ada di sekeliling hidup kita sehari-hari. Ia adalah budaya yang menjadi pedoman kita dalam memilih busana, mode, dan seluruh kegiatan yang kita lakukan Budaya Populer yang juga disebut dengan Budaya Massa, sebagai lawan dari budaya elit. Budaya elit yang dahulu hanya terbatas pada orang-orang tertentu saja kini menjadi produk budaya massal lewat penyebaran*

³⁹ Bing Bedjo Tanudjaja. Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap popular Culture dalam Kajian Budaya/ Cultural Studies. *Jurnal Nirmana* Vol. 9, 2007: 96.

⁴⁰ *Ibid.*

media Massa."⁴¹

Budaya populer yang muncul dari proses urbanisasi, akibat terjadinya revolusi industri masuk kewilayah pedesaan di barengi oleh angin modernisasi dan globalisasi. Budaya Populer selalu berubah dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu. Budaya populer membentuk arus dan pusaran, dan mewakili suatu perspektif simbiosis-mutualisme yang kompleks, dan nilai-nilai yang mempengaruhi masyarakat serta lembaga-lembaganya dengan berbagai cara. Budaya populer yang masuk pada masyarakat pedesaan cenderung berubah sifatnya menjadi kebudayaan massa atau *mass culture*, Berbagai wujud budaya populer ada disekitar kita seperti gaya berbusana, makanan, musik dan film. Tak bisa dipungkiri lagi, keberadaan budaya populer banyak mewarnai setiap elemen kehidupan sosial kemasyarakatan. Bila kita amati berbagai wujud budaya populer yang ada disekitar kita, memang tidak lepas dari peran media massa dalam mentransmisikan informasi mengenai budaya populer tersebut, ditambah adanya peran kelompok sosial tertentu yang mempopulerkan wujud budaya populer tersebut.⁴²

b. Faktor-Faktor Penyebaran Budaya Populer

Kini teknologi informasi memegang peranan penting dalam penyebaran budaya melalui tayangan televisi dan internet memungkinkan orang-orang mengambil konten-konten dari luar negeri ke dirinya sendiri. Adapun faktor-faktor penyebaran budaya populer adalah:

- 1) Faktor budaya dan faktor psikologi, contohnya negara penyebar budaya memegang peranan penting, tingkat kekaguman negara

⁴¹ Fiona Wilson, "Indians and Mestizos : Identity and Urban Popular Culture in Andean Peru," *Journal of Southern African Studies* 26, no. 2 (June 2000): 239–53, <https://doi.org/10.1080/03057070050010093>.

⁴² Roro Sri Rejeki Waluyajati & Afghoni Syahuri, "Budaya Pop dalam Tradisi Shalawatan Pada Masyarakat Pedesaan, Religious: *Jurnal Studi Agama-agama dan Lintas Budaya* 3, 2 (2019): 136.

penerima ke negara pemberi budaya tersebut.

- 2) Standar sebuah budaya populer di negara tersebut seperti apa baik penerima dan pengirim kebudayaannya.
- 3) Teknologi informasi.
- 4) Kebijakan dan peraturan pendidikan terhadap pembelajaran kebudayaan asing.

c. Dampak Negatif dan Dampak Positif Budaya Populer

Budaya populer tidak selamanya membawa dampak negatif. Namun juga memiliki dampak positif terutama pada saat Idul Fitri. Budaya populer (berlebih-lebihan) pada saat Idul Fitri membawa dampak positif bagi bidang perekonomian terutama peristiwa mudik. Mudik lebaran bagi masyarakat Indonesia merupakan suatu ibadah atau ritual tahunan yang tidak boleh dilanggar sehingga hal ini dapat dikatakan tidak mengenal status-ekonomi maupun derajat kehidupan seperti kaya atau miskin, mampu atau kurang mampu, sehingga ritual tahunan ini selalu marak dan mungkin melanggar aturan serta penghalang apapun yang ada bila keinginan untuk mudik lebaran sudah menjadi prioritas utama pada saat menghadapi lebaran atau hari raya Idul Fitri.⁴³

Menurut teori migrasi, perpindahan spontan dan bersifat sementara dapat dikatakan sebagai “*temporarily migration*” karena setiap migran hanya berniat untuk berpergian atau berpindah dari tempat mereka ke suatu tempat lain dalam waktu yang relatif singkat tanpa niatan untuk menetap. Dalam pelaksanaan migrasi spontan dan temporer tidak ada beban berat dalam hitungan besaran ekonomi atau biaya yang dikeluarkan, karena yang menjadi tujuan adalah kebahagiaan dan kegembiraan untuk dapat berkumpul dengan handai taulan dan keluarga di kampung halaman. Kegembiraan dan

⁴³ Bambang B Subyakto, Mudik Lebaran (Studi Kualitatif), *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol, 9, No. 2, 62.

kebahagiaan yang akan dinikmati bersama keluarga di kampung halaman menghapus semua beban sosial maupun ekonomi yang ditanggung pemudik. Mereka tidak menghiraukan banyaknya biaya yang dikeluarkan dalam melakukan ritual tersebut. Biaya tersebut tidak hanya didapatkan dari pendapatan dan tabungan yang dikumpulkan selama setahun tetapi juga dengan cara berhutang pada bank atau pegadaian, bahkan menjual segala sesuatu yang berharga milik pribadi asalkan keinginan untuk mudik lebaran dapat tercapai.⁴⁴

Pada saat mudik lebaran terjadi aliran dana yang sangat besar dari kota-kota besar ke daerah serta terjadi *multiplier effect* yang signifikan bagi kegiatan penginapan, transportasi, perdagangan maupun perbankan di seantero wilayah Indonesia. Mudik lebaran dapat dijadikan sebagai suatu momen yang penting dimana wilayah diseluruh Indonesia mendapatkan *income* dan memicu berbagai aspek kegairahan perekonomian lainnya. Perusahaan daerah seperti pengangkutan lokal maupun perusahaan lainnya menawarkan layanan menarik dengan harga yang terkadang diluar logika, misalnya saja biaya transportasi terkadang naik hingga 3 kali lipat dibandingkan hari biasa dan semua tiket terjual habis, belum lagi bermacam barang dagangan yang ludes dibeli pemudik; bahkan mudik lebaran menjadi ajang promosi perusahaan besar dengan memberikan angkutan gratis baik bagi karyawan atau masyarakat sekitar dengan bis-bis super besar yang ditempli poster maupun iklan perusahaan tersebut. Mudik lebaran dapat pula dikatakan sebagai salah satu gambaran tentang pola konsumtif masyarakat akibat merasa mencapai kemenangan setelah melakukan puasa selama satu bulan penuh dengan menghambur-hamburkan uang yang mereka peroleh selama ini pada sesuatu yang dapat dianggap mubazir. Memang tak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya tradisi mudik lebaran ini banyak perusahaan dan daerah yang

⁴⁴ *Ibid.*

diuntungkan.⁴⁵

Namun, menjelang perayaan Idul Fitri tahun 2020 akan berbeda dengan perayaan mudik pada tahun-tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena adanya pandemi Covid-19. Bahkan pemerintah mengeluarkan larangan mudik lebaran tahun 2020 dengan mengeluarkan kebijakan Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor 25 Tahun 2020. Larangan mudik yang merupakan tradisi bagi seluruh masyarakat berdampak pada pertumbuhan ekonomi dikarenakan aliran uang dari kota ke desa-desa sangat deras. Adanya tradisi mudik dalam setiap lebaran berimplikasi pada derasnya aliran uang yang mengalir dari kota ke desa. Hal tersebut mendorong konsumsi masyarakat, khususnya bagi pemudik dengan moda darat, jelas akan mendorong geliat ekonomi daerah dimana pemudik tersebut disinggahi. Menurut teori mobilitas penduduk menjelaskan bahwa perpindahan mobilitas orang akan diikuti oleh pengeluaran atau peningkatan konsumsi rumah tangga. Dengan meningkatnya konsumsi rumah tangga maka akan berimplikasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi.⁴⁶

Pada masa Idul Fitri juga terdapat tradisi membagi-bagikan sedekah baik dalam bentuk uang maupun makanan. Salah satu tradisi yang dilakukan pada saat lebaran adalah tradisi *kupatan*. Tradisi *kupatan* adalah salah satu bentuk warisan budaya leluhur yang sampai sekarang masih dilestarikan oleh masyarakat desa di Indonesia. Tradisi *kupatan* merupakan kegiatan sosial yang melibatkan seluruh masyarakat dalam usaha bersama untuk memperoleh keselamatan dan ketentraman

⁴⁵ *Ibid.*, 62-63

⁴⁶ Muhammad Ubaidillah, Aglomerasi dalam Permenhub tentang Larangan Mudik dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi, *Buletin Hukum dan Keadilan: 'Adalah*, Vol 4, No 1, 2020, 157.

bersama yang dilakukan pada bulan Syawal.⁴⁷ Tradisi *kupatan* akan mendatangkan berkah bagi kehidupan. Melalui tradisi *kupatan* warga masyarakat memberikan sedekah harta berupa makanan kepada siapa saja yang bertamu. Tradisi *kupatan* di praktikan dengan menggunakan sistem *open house*. Meskipun tamu yang berkunjung sangat banyak tidak membuat masyarakat merasa terbebani, namun semakin banyak tamu yang berkunjung ke rumah mereka untuk menikmati hidangan kupat, diyakini akan semakin banyak pula berkah yang mereka dapatkan. *Shodaqoh* atau sedekah adalah pemberian yang dilakukan secara sukarela, ikhlas, atau tanpa pamrih, semata-mata untuk mengharap ridha Allah yang memiliki nilai sosial, menolong, atau membantu kesulitan yang tengah dialami oleh orang lain.⁴⁸

3. Etika Bisnis dalam Islam

Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berpihak pada nilai etik dan agama sebagai sumber etika. Hal tersebut yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi kapitalis maupun sosialis. Sistem ekonomi kapitalis dipengaruhi oleh semangat mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan sumber daya yang terbatas. Sistem ekonomi kapitalis memberikan kebebasan kepada individu agar mengalahkan masyarakat dan kepentingan sosial. Sedangkan sistem ekonomi sosialis individu sama sekali tidak berperan serta tidak mempunyai andil dalam investasi harta negara atau dengan kata lain ekonomi sosialisme mengabaikan nilai-nilai kebebasan individu manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi.⁴⁹

Setiap sistem ekonomi pasti memiliki dasar atas ideologi yang memberikan landasan serta tujuannya pada suatu pihak serta aksioma dan

⁴⁷ Wildan Rijal Amin, *Kupatan*, Tradisi Untuk Melestarikan Ajaran Bersedekah, Memperkuat Tali Silaturahmi, Dan Memuliakan Tamu, *Al-A'raf*, Vol. XIV, No. 2, Juli – Desember 2017, 271.

⁴⁸ *Ibid.*, 278.

⁴⁹ Rina Desiana dan Noni Afrianty, Landasan Etika dalam Ekonomi Islam, *AL-INTAJ Vol. 3, No. 1, Maret 2017*, Fakultas Ekoomi dan Bisnis Islam, 120.

prinsip disisi yang lain. Setiap sistem ekonomi membuat kerangka dimana suatu komunitas sosio-ekonomik dapat memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk kepentingan produksi dan distribusi untuk selanjutnya dikonsumsi oleh masyarakat.⁵⁰

Sistem ekonomi Islam bersumber dari Al-Qur'an yang merupakan cikal bakal dari muamalah. Menurut Yusuf Qardhawi sistem ekonomi Islam adalah sistem hukum dan etika ekonomi yang dibentuk dan dirumuskan langsung oleh Allah SWT. Sehingga sistem Yusuf Qardhawi merumuskan ekonomi Islam dengan ekonomi *Ilahiyah* (ekonomi yang dirumuskan oleh Allah) yang secara praktis dicontohkan langsung oleh Nabi Muhammad SAW yang mencontohkan bagaimana bermuamalah, berniaga dan bertransaksi dengan landasan etika yang sudah diatur dalam Al-Qur'an.⁵¹

Ekonomi dalam Islam menjamin berputarnya harta di antara manusia agar dapat memaksimalkan fungsi hidupnya sebagai hamba Allah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Hal ini berarti bahwa aktivitas ekonomi dalam Islam adalah aktifitas kolektif, bukan individual dengan prinsip-prinsip sebagai berikut: 1) menjalankan usaha yang halal; 2) implementasi zakat, 3) penghapusan/pelarangan riba, dan 4) pelarangan *maysir*.⁵²

Sistem ekonomi Islam memiliki 3 (tiga) pilar yaitu implementasi zakat, pelarangan riba dan pelarangan *maysir*. Secara ekonomi implementasi zakat akan meningkatkan permintaan agregat dan mendorong harta mengalir ke dalam investasi, pelarangan riba akan menjamin aliran investasi menjadi optimal dan tidak terbelenggu, sedangkan pelarangan *maysir* akan memastikan investasi mengalir ke

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ Andi Iswandi, Peran Etika Qur'ani terhadap Sistem Ekonomi Islam, *Al-Iqtishad*: Vol. VI No. 1, Januari 2014, 144.

⁵² Dahruji dan Arif Rachman Eka Permata, Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia, www.jurnal.turnojoyo.ac.id, 3-4.

sektor *rill* untuk tujuan produktif yang akhirnya akan meningkatkan penawaran agregat.⁵³

b. Pengertian Etika dan Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata “*ethos*” dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*). Dalam Kamus Webster etika berarti: *the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, grup or institusion* (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seorang kelompok atau institusi).⁵⁴

Sementara *ethics* yang menjadi padanan dan etika, secara etimologis berarti “*the discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation, a set of moral principles or values, a theory or system of moral values*”. Definisi lain tentang etika mengatakan sebagai “*philosophical inquiry into the nature and grounds of morality*”. Dalam makna yang lebih tegas etika didefinisikan sebagai: “*the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc and of the general principls which justify us in applying to anything; also called moral philosohpy*”, yang artinya etika adalah studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsuf dalam berperilaku.⁵⁵

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral yang memuat keyakinan ‘benar dan tidak’. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self respect*

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 4-

⁵⁵ *Ibid.*, 5.

(menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian.⁵⁶

Etika atau moral dalam bahasa diartikan dengan kesusilaan. Obyek material adalah tingkah laku ataupun perbuatan manusia yang dilakukan secara sadar dan bebas. Sedangkan objek formalnya adalah kebaikan dan keburukan dari tingkah laku manusia tersebut. Etika dibedakan menjadi 3 (tiga) arti yaitu: 1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak kewajiban moral atau akhlak, 2) kumpulan azas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan 3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat (umat).⁵⁷

Etika atau moral dalam bahasa Arab adalah ‘akhlak’ bentuk jamak dari mufrodnya ‘*khuluq*’ artinya ‘budi pekerti’. Keduanya bisa diartikan kebiasaan atau adat istiadat (*costum atau mores*), yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak. Menurut Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya ‘Ulumuddin* menjelaskan pengertian ‘*khuluq*’ (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁵⁸

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Etika

⁵⁶ *Ibid.*, 6.

⁵⁷ M. Asy’ari, Perilaku Ekonomi Perspektif Etika Islam, *Jurnal Al- Ulum*, Volume. 10, Nomor 1, Juni 2010, 60.

⁵⁸ Erly Juliyani, Etika Bisnis dalam Persepektif Islam, *Jurnal Ummul Qura* Vol VII, No.1 Maret 2016, 64.

Pada awal kehidupan seorang manusia, manusia tidak dapat menilai tingkah laku sebagai bermoral atau tidak bermoral. Pada hakikatnya manusia ketika lahir belum bermoral, artinya belum memiliki pengetahuan dan pengertian akan apa yang diharapkan oleh kelompok sosial dimana ia hidup. Sebagaimana contoh kisah Nabi Musa as ketika disuguhkan kepadanya mainan dan bara api ketika Fir'aun ingin menguji apakah Musa adalah bayi yang menurut peramal kelak ia akan mengambil kekuasaannya atau ia hanya bayi seperti bayi lainnya dengan keluguan seorang bayi Musa kecil mengambil bara api dan memasukannya ke mulutnya yang akhirnya peristiwa tersebut mengurangi kemampuan Musa dalam berkomunikasi yang ada dibenak Musa kecil pada saat itu adalah bahwa bara api yang menyala-nyala itu menarik hatinya dan menggerakkan narulinya untuk mengambil.⁵⁹

Dari peristiwa tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika manusia dilahirkan tidak mempunyai kemampuan untuk menilai dan memilih perilaku yang dapat membahayakannya atau tidak. Interaksi dengan kehidupan sosial yang membentuk perilaku yang sesuai bagi diri dan lingkungannya. Disisi lain, Islam datang untuk menerangi diri dan lingkungan tersebut dengan cahaya kebajikan dan perilaku yang baik yang menjadi misi kedatangan para rasul.⁶⁰

Etika baik atau akhlak mulia tidak dapat terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain (selain faktor ibadah). Menurut Rafiq Issa Baekun menyebutkan bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor yaitu: 1) interpretasi terhadap hukum, 2) faktor organisasional; dan 3) faktor individu dan situasai.⁶¹

Pertama, faktor interpretasi terhadap hukum. Secara filosofis, sistem hukum dibentuk dengan tujuan untuk melindungi segenap jiwa dan raga manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan

⁵⁹ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 57.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Ibid.*, 59.

eksistensi manusia. Hukum akan hidup dan diyakini keberadaannya apabila dirasakan ada manfaatnya bagi manusia. Ketika hukum tersebut bertentangan dengan kepentingan manusia, maka ia dapat membahayakan eksistensinya dan tidak akan ditaati. Interpretasi terhadap suatu produk hukum akan cenderung didasari oleh standar nilai tertentu. Pada masyarakat barat, interpretasi ini seringkali didasarkan pada nilai-nilai yang bersifat temporal dimana implikasi produk hukum yang dihasilkan akan cepat berubah menjadi legal apabila masyarakat menginginkannya, contoh: diskriminasi terhadap perempuan dan kaum minoritas pernah dilegalkan dalam masyarakat Barat, sedangkan pada masa saat ini hal tersebut dianggap sebagai suatu hal yang ilegal. Hal ini menunjukkan bahwa hukum barat mengikuti kepentingan sesaat manusia, bukan sebaliknya dimana manusia mengikuti tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah produk hukum.⁶²

Islam memiliki produk hukum yang dengan tegas melarang perilaku diskriminasi yang dilarang sejak awal kedatangan Islam dan bersifat permanen. Dalam hukum Islam dikenal dengan ijtihad. Ijtihad sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia saat ini yang terus mengalami perubahan. Jika hukum sudah ditetapkan maka, maka sangat kecil kemungkinan untuk berubah, kecuali ada tuntutan sebuah perubahan yang dilakukan dengan ijtihad.⁶³

Dari pemaparan di atas dapat dilihat perbedaan sistem antara hukum Barat dengan hukum Islam. Dalam hukum Barat bila masyarakat menginginkan sesuatu dan itu disepakati oleh mayoritas konsekuensinya adalah hukum batal demi kepentingan tersebut. Sedangkan dalam Islam instrumen untuk membentuk sebuah konsekuensi hukum sangat ketat dan berat. Jangankan untuk membuat sebuah produk hukum, untuk dapat menafsirkan produk hukum yang

⁶² *Ibid.*, 59-60.

⁶³ *Ibid.*, 60.

ada saja harus mempunyai persyaratan-persyaratan khusus yang ketat, baik dalam segi penguasaan yang sifatnya terminologi maupun yang sifatnya materi keilmuan.⁶⁴

Kedua, faktor lingkungan atau organisasi dimana di hidup. Tanpa adanya lingkungan kepribadian seorang individu tidak dapat berkembang; demikian pula halnya dengan aspek moral pada anak. Nilai-nilai moral yang dimiliki seorang anak lebih merupakan sesuatu yang diperoleh anak dari luar, ia akan merekam setiap aktivitas yang terjadi dilingkungkannya yang lambat laun akan membentuk pola tingkah laku bagi kehidupannya dimasa yang akan datang. Seorang karyawan akan terbentuk perilaku etisnya apa bila organisasinya memang mempunyai ketentuan kode etik yang menjunjung tinggi etika bisnis, sebagai contohnya *International Business Machines (IBM)* yang merupakan sebuah perusahaan terkemuka yang unik yang tidak kurang dari 60 (enam puluh) tahun lebih telah mengembangkan kultur organisasi yang baik. Seluruh karyawan IBM berbusana, berpikir dan berperilaku sama. Mereka mempunyai keyakinan nilai-nilai, tingkah laku dan bahasa yang sama, wiraniaga IBM adalah orang-orang yang cerdas, berinisiatif, berdedikasi dan kompetitif.⁶⁵

Ketiga, faktor individu. Hal-hal yang masuk ke dalam kategori ini antara lain: pengalaman batin seseorang yang merupakan faktor bagi terbentuknya perilaku etik bagi seseorang, misalkan seseorang anak yang terbiasa dengan suasana keluarga yang harmonis akan membentuk perilakunya kelak menjadi seorang yang mencintai, peduli akan sesama, dan saling menghormati karena empatinya terbentuk oleh pengalaman hidupnya tersebut. Akan tetapi, sebaliknya apabila ia terbiasa dengan suasana yang tidak harmonis seperti orang tua yang sering bertengkar dan bagaimana perlakuan kasar ayahnya terhadap ibundanya dapat

⁶⁴ *Ibid.*, 61.

⁶⁵ *Ibid.*, 61-62.

menjadikan seorang anak laki-laki kelak sebagai seorang yang kasar (senang main pukul) atau bagi anak perempuan bahkan membenci ayahnya atau lebih ekstrim lagi ia akan membenci setiap laki-laki karena yang ada dalam benaknya adalah sosok laki-laki sebagai makhluk yang kasar dan tidak berbudi.⁶⁶ Faktor selanjutnya adalah kondisi dan situasi. Faktor ini memberikan kontribusi yang cukup besar bagi terbentuknya perilaku etika seseorang.⁶⁷

d. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Etika dalam Islam adalah buah dari keimanan, keIslaman dan ketaqwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh termasuk dalam wacana bisnis. Bisnis yang Islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT dengan niatan akan memenuhi aturan Ilahi. Islam memandang bisnis dalam operasionalnya terbagi menjadi dua area yaitu 1) prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah dan 2) pada area perkembangan ilmu pengetahuan. Terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam yang merupakan aksioma etik yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan dan tanggungjawab.⁶⁸

Menurut etika bisnis Islam, setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam melakukan aktivitas ekonomi hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.⁶⁹

⁶⁶ *Ibid.*, 62-63.

⁶⁷ *Ibid.*, 63

⁶⁸ Wahyu Mijil Sampurno, Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga, *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016). vol. 2, issue 1: 13-18 Page 13 of 18 DOI : 10.20885/jielariba.vol2.iss1.art4, 14.

⁶⁹ Desy Astrid Anindya, Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delituakecamatan Delitua, *At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, 2017, 390.

Sejumlah aksioma dasar sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma ini adalah tuntutan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islam. Aksioma-aksioma yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1) *Unity* (Persatuan)

Alam semesta termasuk manusia adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah. Untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Menurut Masudul Alam Choudhury mengenai *endogeneity of ethics in islamic socio-scientific order* menyatakan bahwa Ibnu Arabi dan para *filisuf* dari asharites menyakini bahwa mencermati keberaturan segala sesuatu di dalam alam semesta ini berarti dapat menembus esensi dari keesaan Tuhan (*the essence of the oneness of god*). Hal ini berarti bahwa pranata sosial, politik, agama, moral dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan ini bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dan kekuatan tertinggi (Allah SWT) dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Semua manusia tergantung pada Allah,

semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, maka akan semakin dicintai-Nya.⁷⁰

2) *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenannya yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu kepada suatu kaum, mendorong kamu untuk berbuat tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dengan perniagaan (*tijarah*), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya ‘sekedar’ membawa sesuatu kepada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi seperti ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh satu pihak. Gangguan pada mekanisme pasar dapat berupa gangguan dalam penawaran dan gangguan dalam permintaan. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil terus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun

⁷⁰ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 89-90.

timbangan. Konsep ekuilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup didunia dan diakhirat harus diusung oleh setiap muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada penguasa untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.⁷¹

3) *Free Will* (Kehendak Bebas)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas berlaku secara efektif dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private sector* dengan kegiatan monopolistik. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, terutama dalam kegiatan ekonomi seperti kegiatan di pasar. Pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya. Bagi Smith bila setiap individu diperbolehkan mengejar kepentingannya sendiri tidak ada campur tangan dari pihak pemerintah, maka ia seakan-akan dibimbing oleh tangan yang tak tampak (*the invisible hand*), untuk mencapai yang terbaik pada masyarakat.⁷²

4) *Responsibility* (Tanggungjawab)

Aksioma tanggungjawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan dan prinsip tanggungjawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari Kiamat kelak. Tidak ada satu carapun bagi manusia untuk melenyapkan perbuatan jahatnya

⁷¹ *Ibid.*, 91-92.

⁷² *Ibid.*, 94

kecuali dengan memohon ampunan kepada Allah dan melakukan perbuatan yang baik (amal shaleh). Islam tidak mengenal adanya konsep dosa warisan, oleh karena itu tidak ada seorangpun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Tidak ada perantara sama sekali. Nabi Muhammad hanyalah seorang utusan (Rasul) atau kendaraan untuk melewati petunjuk Allah yang diwahyukan untuk kepentingan umat manusia. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorangpun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu memiliki hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggungjawabnya kepada Allah.⁷³

5) *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan bagi orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat. Menurut Siddiqi melihat bahwa keihsanan lebih penting kehadirannya ketimbang keadilan dalam kehidupan sosial. Karena menurutnya keadilan hanya merupakan '*the corner stone of society*', sedangkan *Ihsan* adalah '*beauty and perfection*' sistem sosial. Jika keadilan dapat menyelamatkan lingkungan sosial dari tindakan-tindakan yang tidak diinginkan dan kegetiran hidup. *Ke-ihsan-an* justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah.⁷⁴

⁷³ *Ibid.*, 100-101.

⁷⁴ *Ibid.*, 102.

e. Prinsip-prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

1) Konsep Kepemilikan dan Kekayaan

Secara terminologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu (benda), sedangkan secara terminologis berarti spesialisasi (*in legal term*) seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut sesuai dengan keinginannya, selama tidak ada halangan *syara'* atau selama orang lain tidak terhalangi untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut. Aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwasannya sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah SWT Tuhan semesta alam, dalam firman-Nya:

وَاللَّهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (١٨٩)

“Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi dan Allah Mahaperkasa atas segala sesuatu”.

Sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas, yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan dan inti dari kewenangan tersebut adalah tugas (*taklif*) untuk menjadi seorang *khalifah* (agen pembangunan/pengelola) yang beribadah dimuka bumi ini. Inilah moral yang paling mendasar setiap bentukan etika seorang muslim dalam memberikan apresiasi terhadap kepemilikan dan kekayaannya.⁷⁵

2) Konsep Distribusi Kekayaan

Prinsip utama dalam konsep "distribusi" menurut pandangan Islam ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi

⁷⁵ *Ibid.*, 105.

kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar di antara golongan tertentu saja. Selain itu, adapula pendapat yang menyatakan bahwa "posisi" distribusi dalam aktifitas ekonomi suatu pemerintahan amatlah penting, hal ini dikarenakan distribusi itu sendiri menjadi tujuan dari kebijakan fiskal dalam suatu pemerintahan (selain fungsi alokasi). Adapun distribusi, seringkali diaplikasikan dalam bentuk pungutan pajak (baik pajak yang bersifat individu maupun pajak perusahaan). Akan tetapi masyarakat juga dapat melaksanakan swadaya melalui pelebagaan ZIS, dimana dalam hal ini pemerintah tidak terlibat langsung dalam mobilisasi pengelolaan pendapatan ZIS yang diterima. Sementara Anas Zarqa mengemukakan bahwa, definisi distribusi ialah: transfer dari pendapatan kekayaan antara individu dengan cara pertukaran (melalui pasar) atau dengan cara yang lain, seperti: warisan, shadaqah, wakaf dan zakat.⁷⁶ Dari definisi yang dikemukakan oleh Anas Zarqa di atas, kita dapat mengetahui bahwa pada dasarnya (dan secara tidak langsung), ketika kita berbicara tentang aktifitas ekonomi dibidang distribusi, maka kita akan berbicara pula tentang konsep "ekonomi" yang "ditawarkan" oleh Islam. Hal ini lebih melihat pada bagaimana Islam mengenalkan konsep pemerataan pembagian hasil kekayaan negara melalui distribusi tersebut, yang tentunya pendapatan negara tidak terlepas dari ajaran-ajaran syari'ah Islam, seperti: zakat, wakaf, warisan dan lain sebagainya. Distribusi merupakan komponen penting dalam pelaksanaan suatu bisnis. Diakui bahwa distribusi adalah merupakan bagian terpenting dalam ekonomi. Distribusi dalam ekonomi kapitalis terfokus pada pasca produksi yaitu sebagai konsekuensi dari pada proses produksi bagi setiap proyek, baik dalam bentuk uang maupun nilai, lalu hasil

⁷⁶ Madnasir, Distribusi dalam Islam, *Jurnal Asas*, Vol 2, No 1, Januari 2010, 35.

tersebut didistribusikan pada komponen-komponen produksi yang terlibat di dalamnya. Komponen tersebut meliputi upah, bunga, ongkos dan keuntungan. Sedangkan distribusi dalam ekonomi Islam didasarkan pada 2 (dua) nilai manusiawi yang mendasar dan penting yaitu kebebasan dan keadilan,⁷⁷ yang dimaksud dengan kebebasan adalah kebebasan yang dibingkai dengan nilai-nilai tauhid dan keadilan, tidak seperti pemahaman kaum kapitalis, yang menyatakannya sebagai tindakan membebaskan manusia untuk berbuat dan bertindak tanpa campur tangan pihak manapun tetapi sebagai keseimbangan antara individu dengan unsur materi dan spiritual yang dimilikinya, keseimbangan antara individu dan masyarakat serta antar suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Alat-alat distribusi yang dipakai oleh Islam untuk mewujudkan distribusi kekayaan yang adil dan merata antara lain:

a) Zakat

Alat yang pertama adalah zakat yang merupakan pungutan atau pajak wajib yang dikumpulkan oleh negara Islam dari si kaya dan didistribusikan atau dikeluarkan kepada si miskin. Selain memiliki arti penting religius, zakat memainkan peranan amat penting dalam kehidupan sosial-ekonomi kaum muslimin. Zakat adalah batu penjurur bagi struktur finansial negara Islam. Zakat tidak hanya memberi dana yang diperlukan oleh negara Islam bagi kegiatan-kegiatan kesejahterannya di sektor-sektor seperti pendidikan, kesehatan, dan jasa-jasa sosial, melainkan juga memungkinkannya memenuhi semua kewajibannya dalam hubungannya dengan warganya yang miskin dan papa. Zakat juga dapat mencegah terjadinya konsentrasi kekuatan ekonomi ditangan sedikit orang serta menjamin distribusi kekayaan yang

⁷⁷ Masyhuri Machfudz, *Dekonstruksi Model Ekonomi Islam yang Terukur* (Malang: UIN Maliki Press, 2015), 99.

lebih adil dan merata. Zakat mengawasi tumbuhnya disparitas pendapatan dan menjembatani celah antara si kaya dan si miskin. Jadi aspek distributifnya membawa keadilan sosial ke dalam masyarakat dan melindungi masyarakat itu dari revolusi berdarah dan pergolakan politik yang merupakan akibat dari semakin melebarnya disparitas antara mereka yang punya dan yang tidak punya.⁷⁸

b) Hukum Warisan

Hukum warisan yang dipakai oleh suatu masyarakat memainkan peranan penting dalam membentuk pola distribusi kekayaan di antara semua anggotanya. Masyarakat yang memakai hukum primogeniture yang menjadikan anak sulung mewarisi seluruh harta orang tuanya, mengalami konsentrasi harta ditangan sedikit orang. Masyarakat yang membatasi pewarisan hanya kepada anak lelaki dan mengabaikan anak-anak perempuannya juga memiliki basis distribusi yang sempit. Hanya masyarakat yang memberikan warisan tanpa diskriminasi antara lelaki dan perempuan saja yang memiliki pola distribusi yang berbasis luas. Hukum Islam tentang warisan barangkali adalah satu-satunya di dunia yang memakai pola distribusi yang berbasis amat luas. Hukum ini tidak saja menjadikan anak-anak almarhum, baik lelaki maupun perempuan, pewarisnya yang sah melainkan juga istri (istri-istri) dan suaminya dan bahkan orang tuanya. Jika almarhum tidak memiliki anak ataupun orang tua, maka harta peninggalannya diberikan kepada saudara-saudaranya dan terkadang juga pada saudara jauhnya. Jika almarhum tidak memiliki siapapun juga, maka hartanya dapat

⁷⁸ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, 79-85.

diambil oleh masyarakat atau negara bagi kesejahteraan semua anggota atau warganya.⁷⁹

c) Hukum Wasiat

Law of will pun dapat bernilai sedekah pula dan karena itu menunjang distribusi kekayaan kepada kaum miskin dan papa. Sebelum diturunkan wahyu mengenai pembagian warisan, ditetapkan bahwa wasiat haruslah dibuat dengan memperhatikan orang tua dan kerabat dekat. Nabi Muhammad SAW bersabda bahwa wasiat tidak boleh melebihi sepertiga dari seluruh harta yang ditinggalkan sesudah kematiannya. Sekalipun, menurut sebagian ahli fikih wasiat boleh ditujukan kepada ahli waris asal semua ahli waris lain setuju. Hukum wasiat pada dasarnya menginspirasi kaum muslimin untuk memberikan hartanya di jalan Allah yang berupa sedekah untuk tujuan yang baik seperti mengetaskan kemiskinan, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya.⁸⁰

d) Hukum Wakaf

Seorang muslim dapat mewasiatkan sepertiga dari hartanya sesudah kematiannya. Tetapi dalam hidupnya ia memiliki hak untuk mengeluarkan seluruh hartanya sesudah kematiannya di jalan Allah. Menurut hukum hadiah orang dapat memberi infak atau memberi hadiah sebanyak apapun dari hartanya kepada siapapun juga sepanjang hidupnya. Wakaf secara bahasa bermakna membaktikan harta kepada Allah Yang Maha Kuasa. Dengan demikian harta itu mengalir dari pemberi wakaf kepada milik Allah, tetapi hasil dan manfaatnya dibaktikan kepada

⁷⁹ *Ibid.*, 85-86.

⁸⁰ *Ibid.*, 90.

orang miskin, orang sakit, perantau atau yang lainnya yang dikenal oleh Islam.⁸¹

e) Zakat Fitri

Nabi SAW menetapkan bahwa setiap Muslim yang kaya harus menunaikan *shadaqatul fitri* kepada kaum Muslimin yang miskin agar mereka dapat merayakan Idul Fitri sesudah bulan Ramadhan. Fitri berarti sedekah wajib bagi setiap Muslim yang memiliki harta senilai zakat. Muslim yang kaya diharuskan membayar tidak hanya untuk dirinya sendiri saja tetapi juga untuk anak-anak, pembantu dan budaknya.⁸²

f) Uang Tebusan

Uang tebusan ditetapkan oleh Allah dalam Al-Qur'an untuk beberapa jenis dosa tertentu. Orang yang melakukan dosa, pelanggaran ataupun kelalaian tertentu, sengaja maupun tidak sengaja. Dalam Islam, uang tebusan meliputi: 1) tebusan karena tidak mampu melaksanakan puasa Ramadhan, 2) tebusan karena membunuh seorang muslim dengan tidak sengaja, 3) tebusan karena melanggar atau membatalkan sumpah, 4) tebusan karena seorang suami men-zihar istrinya. Di dalam hadis terdapat pula beberapa jenis uang tebusan, seperti tebusan bagi tentara Islam yang tertawan oleh musuh dan tebusan bagi suami isteri yang melakukan hubungan seksual disiang hari bulan Ramadhan, ketika mereka sedang berpuasa. Semua tebusan moneter itu juga merupakan sebuah saluran bagi aliran kekayaan dari si kaya kepada si miskin.⁸³

g) Infak dan Sedekah

Sesudah membicarakan sedekah wajib, sekarang kita beralih kepada sedekah yang tidak wajib. Jika zakat dan sedekah wajib

⁸¹ *Ibid.*, 92.

⁸² *Ibid.*

⁸³ *Ibid.*, 95-96.

lainnya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan kelompok miskin, maka negara dapat memungut pajak atau mendorong kaum kaya untuk menyumbang secara sukarela dan dengan baik hati untuk menghapus kemiskinan. Sedekah sukarela yang dilakukan untuk mencapai ridha Allah dipahalai di dunia dan di akhirat nanti. Ini juga membantu mengalirkan kekayaan dari si kaya di dalam masyarakat kepada kaum miskin dan mereka yang memerlukan.⁸⁴

h) Memberi Makan kaum Miskin

Memberi makan orang miskin adalah salah satu bentuk sedekah sukarela yang merupakan perbuatan yang amat umum dikalangan Muslim yang berbudi luhur dan shaleh. Pahala untuk amal tersebut banyak sekali dan Nabi Muhammad SAW mendorong kaum Muslimin untuk memberi makan kaum miskin dan mereka yang memerlukan. Amal ini merupakan langkah yang baik untuk mengurangi tekanan kebutuhan dan kesengsaraan masyarakat Islam.⁸⁵

i) Piutang yang Baik kepada Allah

Menurut Abdullah Yusuf Ali: “*mengeluarkan harta di jalan Allah secara metafora disebut piutang yang baik*”. Piutang yang baik adalah piutang yang diberikan tanpa disertai gagasan mengenai perolehan maupun kepentingan pribadi melainkan hanya diberikan dengan satu-satunya niat untuk mendapatkan ridha Allah.

j) Menginfakan Kelebihan

Bentuk sedekah yang tertinggi adalah sedekah dari kelebihan (*anfaq al-afw*). Bentuk sedekah ini bermakna, bahwa seorang muslim menyedekahkan apa saja yang dimilikinya lebih dari

⁸⁴ *Ibid.*, 102.

⁸⁵ *Ibid.*, 103.

dan sesudah tercukupi kebutuhannya. Kata *Afw* berarti harta yang tersisa sesudah tercukupinya kebutuhan.⁸⁶

3) Konsep Kerja dan Bisnis

Paradigma yang dikembangkan dalam konsep kerja dan bisnis Islam mengarah kepada pengertian kebaikan (*thoyib*) yang meliputi materinya itu sendiri, cara perolehannya dan cara pemanfaatannya. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Berusaha dalam mendapatkan rezeki yang halal adalah kewajiban setelah kewajiban”. Atau dengan kata lain bahwa bekerja untuk mendapatkan yang halal adalah kewajiban agama yang kedua setelah kewajiban pokok dari agama, seperti shalat, zakat, puasa, dan haji.⁸⁷

4) Konsep Halal Haram

Islam adalah agama universal yang dapat pula dimengerti sebagai pandangan hidup, ritualitas dan syariah, agama dan negara, intuisi dan aturan main. Syariah mengandung kaidah-kaidah hukum dan aturan tentang ritual ibadah dan muamalah untuk membimbing manusia agar hidup layak, patuh pada Allah SWT dan hidup bahagia dengan ridha Allah pada hari dimana harta dan anak-anak sudah tidak bermanfaat. Dalam Al-Qur'an aturan halal dan haram kontrak komersial dan bisnis diatur secara umum, firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu....”

⁸⁶ *Ibid.*, 106-107.

⁸⁷ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 131.

Mekanisme suka sama suka adalah panduan dari garis Al-Qur'an dalam melakukan kontrol terhadap perniagaan yang dilakukan. Teknik, sistem dan aturan main tentang tercapainya tujuan ayat tersebut menjadi ruang ijtihad bagi pakar muslim dalam menerjemahkan konsep dan implementasinya pada konteks modern saat ini.⁸⁸

4. *Israf* dalam Kegiatan Ekonomi

Islam merupakan agama yang *rahmatan lil alamin*, artinya agama menjadi rahmah bagi seluruh alam semesta. Semua sisi dari kehidupan ini telah mendapatkan pengaturannya menurut hukum Allah, sehingga tepat jika dikatakan bahwa Islam bersifat komprehensif dan universal pada hal hukum-hukumnya. Islam sebagai agama yang universal tidak hanya berisi ajaran mengenai hubungan manusia dengan Tuhannya yang berupa ibadah, tetapi juga mengatur hubungan manusia dengan manusia yang disebut dengan muamalah. Manusia hidup selalu mengupayakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Semakin luas pergaulan mereka makin bertambah kuat ketergantungan antara satu sama yang lain untuk memenuhi kebutuhan itu. Islam melarang seorang muslim untuk bermewah-mewahan dan berlebih-lebihan tetapi mempertahankan keseimbangan yang adil. Seorang muslim harus memperhatikan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu sebagaimana disebutkan dalam surat al-A'raf ayat 31 sebagai berikut:

يٰٓيٰٓاٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَ مِنْ عِنْدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

⁸⁸ *Ibid.*, 170.

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana tata cara pola dan perilaku konsumsi dalam Islam yang baik. Ayat di atas menjelaskan kepada manusia agar mengkonsumsi yang sewajarnya saja dan melarang kita untuk memakan makanan-makanan dengan cara yang berlebih-lebihan. Makanan yang halal adalah makanan yang dihalalkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya, baik yang tercantum dalam Al-Qur'an maupun hadis. Islam membagi kebutuhan manusia dalam tiga bagian yaitu: *al-hajjah dharuriyah*, *al-hajjah al-hijjiyah* dan *al-hajjah al-tahsiniyah*.⁸⁹ Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian. Karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu kegiatan konsumsi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan.⁹⁰

Tidak sedikit orang yang mengabaikan segala hal terkait sikap berlebih-lebihan. Semakin besar materi yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula gairah konsumsinya, tetapi belum tentu sebaliknya. Pada masyarakat kita memiliki sindrom berjamaah bernama "konsumtif". Orang yang ingin tampil glamour dan elegan, tidak hanya butuh sepotong kain kasar untuk menutupi auratnya. Untuk menggapai kemewahan, orang biasanya mempertimbangkan merk, harga, kualitas dan perkembangan trend. Belanja sekarang ini bukan lagi dimaknai dan didasari pertimbangan kebutuhan tapi keinginan nafsu.⁹¹

Manusia adalah makhluk Allah yang terbaik di antara semua makhluknya. Pada manusia terletak dimensi rohani dan jasmani dengan kelengkapan akal, naluri, emosi dan hidayah sebagai bagian dari amanah

⁸⁹ Aulia Rahman dan Muh Fitrah, Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombong Kota Makasar, *LAA MAISYIR*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2018, 20.

⁹⁰ Novi Indriyani Sitepu, Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Volume 2 Nomor 1, Maret 2016, 92.

⁹¹ Dita Afrina dan Siti Achirina, Rasionalitas Muslim terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam, *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 24.

Sang Pencipta. Karena itu hanya manusialah yang mendapat amanah untuk menjadi khalifah di bumi. Khalifah yang mendapat tugas untuk memakmurkan bumi dengan segala aktivitasnya yang membangun. Bukan hanya itu, manusia juga mewakili dan menerapkan sifat-sifat Allah yang mulia dan sepadan untuk manusia seperti berlaku adil, inisiatif, kreatif, mandiri, jujur, setia, disiplin, visioner, rajin dan semua sifat mulia lainnya. Dengan menerapkan sifat mulia maka bumi yang dipimpinnya menjadi makmur, aman dan damai di bawah naungan Sang Pencipta. Di antara aktivitas itu ada yang disebut “*hablum minannas*” dan “*hablumminallah*” dalam bentuk tuntutan Allah dan Rasul-Nya. Dan semua aktivitas manusia hendaknya bermuara pada satu tujuan yaitu mencapai Ridha Allah SWT dan kebahagiaan di dunia dan akhirat kelak. Disinilah seakan Allah memberi isyarat kepada manusia melalui Rasul-Nya. Dalam melakukan *muamalah*, sebenarnya bukan hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga mengejar keuntungan ukhrawi, karena itulah hakikat dari perilaku *muamalah* yang berhasil.⁹² Hal ini sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
 وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا
 يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Islam mengajarkan umatnya untuk berperilaku sederhana dan tidak boros, terlebih lagi dalam kegiatan ekonomi. Pemahaman mengenai

⁹² Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi: Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), 2-3.

perilaku boros dalam kegiatan ekonomi dapat dikaji dengan menggunakan teori perilaku konsumen (*customer behavioral theory*). “Tidak ada masyarakat yang tidak pernah menjadi konsumen”.⁹³

Dalam mengkaji teori perilaku konsumen dalam berkonsumsi, diasumsikan bahwa seorang konsumen adalah seseorang yang rasional. Dalam artian, konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang *income* dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya, serta memiliki pengetahuan terhadap jenis, karakteristik dan keistimewaan produk, atau komoditas yang ada. Dengan harapan, produk yang akan dan telah dikonsumsi oleh konsumen tersebut mendatangkan utiliti atau kegunaan yang dapat memuaskannya.⁹⁴

Kepuasan dalam kalimat tersebut tentunya bukan bermakna ingin memperoleh sepuas-puasnya dengan cara yang berlebih-lebihan, tetapi kepuasan yang diartikan adalah sebagai kemanfaatan yang diperoleh konsumen tersebut. Untuk mendapatkan kemanfaatan ini, tentunya tidak begitu saja seorang konsumen memperolehnya tetapi melalui suatu pengorbanan tertentu yang disebut sebagai pengeluaran.

Dalam kenyataannya memang disadari bahwa mengelola pengeluaran untuk konsumsi (*consumption*) tidaklah mudah, tetapi bagaimanapun hal ini harus dilakukan. Setiap orang membutuhkan pengeluaran konsumsi ini, dan permasalahan yang sering kita dengar di masyarakat adalah sulitnya mengelola pengeluaran ini untuk memenuhi berbagai dan beragam kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga tidak jarang seseorang atau sebuah keluarga mengalami kekurangan-kekurangan, terutama bagi mereka yang mempunyai pendapatan atau daya beli rendah, dan tidak menutup kemungkinan pula dialami juga oleh mereka yang mempunyai daya beli di atas daya beli rendah. Karena itu besarnya

⁹³ Hani Putranto, *Herucakra Society: Jalan Ketiga Ekonomi Dunia* (Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2004), 105.

⁹⁴ Said Sa'ad. Marthon, *Al-Madkhal Li al-fikri Al-Iqtishaad fi al-Islam*. Terj. Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin (Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim Muchtarom, 2004), 66-67.

pendapatan atau harta benda yang dimiliki, bukan ukuran untuk mengetahui mampu tidaknya seseorang atau sebuah keluarga mengelola pengeluaran untuk tujuan konsumsinya dengan baik. Dengan demikian yang terpenting adalah bagaimana mengelola pendapatan atau harta benda yang dimilikinya, sehingga dapat digunakan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka apakah itu sebagai individu ataupun sebagai sebuah keluarga, dan juga untuk memenuhi berbagai macam pengeluaran lainnya yang dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Pada dasarnya pengeluaran yang dibutuhkan oleh seseorang atau sebuah keluarga secara garis besar adalah ditujukan untuk dua kepentingan, yakni:

- a. Biaya hidup yang disebut “nafakah”. Nafakah adalah segala pengeluaran yang diperuntukkan untuk hidup, misalnya pengeluaran untuk makanan, belanja rumah tangga, pakaian, perumahan dan lain-lain yang dibutuhkan dan diinginkan.
- b. Pengeluaran untuk “amal kebajikan”, yaitu segala perbuatan amal yang ditujukan guna membantu sesama manusia, masyarakat atau lingkungan dan negara. Pengeluaran atau kewajiban ini dapat berupa zakat, sodaqoh, dan amal kebajikan berupa bantuan secara umum, yaitu memberikan bantuan kepada sesama manusia, baik kepada karib kerabat yang berhubungan keluarga, sahabat yang bertetangga dan kawan sekerja, ataupun pihak lainnya yang benar-benar membutuhkan bantuan kita, ini dinamakan dengan *amal ma'ruf*.⁹⁵

Apapun bentuk dan tujuan konsumsi atau pengeluaran yang dilakukan, prinsip efisiensi dalam melaksanakan kegiatan ekonomi tentunya harus tetap dilakukan. Prinsip ekonomi yang dimaksud adalah berperilaku dan bersikap sederhana atau hemat. Prinsip ekonomi adalah

⁹⁵Zaini Muchtarom dkk (Ed). Islam untuk Disiplin Ilmu Ekonomi (Jakarta : Departemen Agama RI, Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, 1997), 228.

kesederhanaan atau hemat”. Hemat merupakan istilah yang sering kita dengar, tetapi standar hemat tersebut dapat diartikan oleh banyak orang secara berbeda-beda. “Hemat ialah menggunakan segala sesuatu yang tersedia berupa harta benda, uang, waktu dan tenaga menurut ukuran keperluan, mengambil jalan tengah, tidak kurang dan juga tidak berlebihan”.⁹⁶

Kesederhanaan atau hemat dengan demikian sesungguhnya merupakan suatu prinsip ekonomi yang menunjukkan keseimbangan (*equilibrium*), yakni tidak kikir dan tidak boros. Orang kikir dapat ditandai oleh keengganannya untuk bersedekah, enggan beramal, dan enggan berzakat.

Lawan dari sikap kikir adalah boros. Boros sama sekali bukanlah prinsip ekonomi. Untuk memahami pengertian boros dapat dilihat dari ciri sikap boros itu sendiri, yakni sebagai berikut:

- a. Sikap berlebihan dan bermewah-mewahan dalam berbelanja atau berkonsumsi;
- b. Menghambur-hamburkan harta untuk tujuan yang tidak prioritas;
- c. Menuruti hawa nafsu yang tidak terkendali dalam berkonsumsi; dan
- d. Lebih berorientasi pada kebutuhan konsumsi masa sekarang atau jangka pendek (*in the short run*), dan kurang atau bahkan tidak memperhatikan kepentingan konsumsi masa datang.⁹⁷

Kikir maupun boros merupakan sikap hidup dalam berkonsumsi yang dapat menyebabkan berbagai penyakit dan penyimpangan-penyimpangan ekonomi, baik itu dalam ruang lingkup yang sempit di tempat kerja atau dalam sebuah rumah tangga; maupun dalam ruang lingkup yang lebih luas, yaitu dalam berorganisasi, bermasyarakat, dan bernegara. Berbagai bentuk penyakit atau penyimpangan ekonomi dalam

⁹⁶ Hamzah Ya'qub. *Etika Islam: Pembinaan Akhlaqulkarimah (Suatu Pengantar)*. (Bandung: C.V. Diponegoro, 1985), 129.

⁹⁷ Muhandi, *Paradigma Boros Dalam Kegiatan Ekonomi...*, 87.

skala yang relatif luas dikenal dengan istilah KKN, atau “korupsi, kolusi dan nepotisme.”⁹⁸

5. Idul Fitri dan Tradisi Mudik

Secara harfiah kata “Idul Fitri” bermakna kembali ke *fitrah*. Sedang *fitrah* yang sering diartikan suci sebenarnya bermakna ‘kejadian’. Al-Quran dan hadis Nabi Muhammad SAW mengisyaratkan bahwa kata *fitrah* bermakna asal kejadian manusia yang sejak dilahirkan dibekali dengan berbagai potensi dasar seperti ruh, akal, penglihatan, pendengaran, insting, hati, nafsu, serta agama.⁹⁹

Fenomena Hari Raya Idul Fitri di masyarakat sangat menarik untuk dikaji. Pada saat menjelang atau sesudah Idul Fitri, konsumsi masyarakat memiliki kecenderungan meningkat. Peningkatan tersebut terjadi pada komoditas makanan, sandang, transportasi dan lain sebagainya. Selain itu, pemerintah memberikan libur panjang. Pihak perusahaan memberikan penambahan gaji bagi karyawannya. Hal tersebut turut memicu kenaikan permintaan barang dan jasa.¹⁰⁰

Kegiatan berbelanja merupakan suatu kegiatan yang menunjukkan sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan sehari-hari dengan cara menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang yang diinginkan. Akan tetapi konsep belanja saat ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan reaksi dikalangan masyarakat. Belanja juga merupakan suatu *life style* yang kadangkala menjadi kegemaran bagi beberapa orang. Perilaku berbelanja berlebihan atau konsumtif sering terjadi pada saat menjelang hari raya Idul Fitri, umumnya masyarakat muslim di Indonesia berbelanja produk-produk seperti pakaian, kendaraan,

⁹⁸ *Ibid.*

⁹⁹ Marzuki, Idul Fitri Dan Pendidikan Karakter Bangsa, staffnew.uny.ac.id, diakses pada tanggal 19 Januari 2020 Pukul 17.18 WIB.

¹⁰⁰ Mustanginah, Pengaruh Hari Raya Idul Fitri Terhadap Inflasi Kota Tasikmalaya, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, Vol 2 No. 1 (2019), 64.

mebel, perhiasan emas sehingga penjualan produk pada saat Idul Fitri mengalami kenaikan yang signifikan.¹⁰¹

Di Indonesia, perayaan Idul Fitri identik dengan mudik. Mudik dapat diartikan sebagai “pulang kampung” walau secara harfiah sebenarnya berasal dari kata “udik = desa”, sehingga arti mudik dapat diterjemahkan sebagai “pulang kampung” yang selalu dilakukan masyarakat Indonesia menjelang perayaan Idul Fitri tiba. Umumnya mudik lebaran dilakukan oleh segenap umat beragama Islam yang berada diperantauan atau bertempat tinggal jauh dari kampung halaman mereka. Kebiasaan ini dilakukan pada 7 (tujuh) hari sebelum lebaran hingga 7 (tujuh) hari sesudah hari raya tersebut.¹⁰²

Mudik merupakan fenomena sosial yang rutin setiap tahun terjadi. Mudik di sini di fahami sebagai liburan massal warga kota-kota besar di daerah asal mereka (desa atau kota-kota yang lebih kecil). Kegiatan ini biasanya dilakukan menjelang hari raya Idul Fitri, natal dan tahun baru. Jumlah warga kota yang mudik setiap tahun diperkirakan berkisar sekitar sepuluh hingga enampuluh persen. Hal ini dapat dilihat pada bukti empiris: saat liburan di atas jalan-jalan dan pusat-pusat keramaian kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang dan sebagainya, menjadi relatif sepi. Hal ini sejalan dengan pendapat yang mengatakan bahwa kota-kota besar Indonesia dibangun oleh keberadaan para “pendatang”

Fenomena mudik muncul dan menjadi *trend* menarik sejak kota-kota di Indonesia berkembang pesat sebagai imbas integrasi pada sistem ekonomi kapitalis di awal tahun 1970-an. Dinamika sosial, politik, ekonomi dan kebudayaan di kota-kota besar menjadi “enersi” pertambahan penduduk, terutama yang berasal dari migrasi. Warga kota yang banyak di

¹⁰¹ Ainun Mardiyah, Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi 13 Volume II Tahun 2017, 94.

¹⁰² Bambang B. Subyakto, Mudik Lebaran (Studi kualitatif), *Journal of Economic & Development*, Volume 9, No. 2, 2011: 51.

antaranya para pendatang melakukan aktivitas mudik pada kesempatan-kesempatan tertentu, yaitu pada hari libur kerja yang panjang dan bermakna kultural (lebaran, natal, dan tahun baru).

Warga kota-kota besar mudik pada umumnya karena alasan praktis sebagai berikut:

- a. Rekreasi keluarga dalam suasana kekeluargaan;
- b. Pertemuan keluarga luas yang praktis, efisien, dan pada saat yang tepat secara sosio-kultural. Bahkan, untuk beberapa kasus, mudik dapat bertalian dengan lobi sosial dan ekonomi dalam kerangka penguatan dan perluasan modal sosial. Warga yang tidak mudik mulai mendapat ruang toleransi sosial. Mereka difahami dalam penjelasan rasional seperti sibuk dengan pekerjaan, masalah transportasi, keamanan rumah, dan sebagainya.

Terlepas dari diskusi mudik di masa datang di atas, tampaknya fenomena mudik yang terjadi kini secara sistemik mempunyai sisi untung dan rugi, yaitu:

- a. Fenomena mudik merupakan moda alternatif pemerataan sosial-ekonomi.

Orang mudik biasanya membawa cukup uang yang dibelanjakan dan didistribusikan dikalangan keluarga dekat di daerah asal. Sehingga, aktivitas ini mampu menyumbang pada bertambahnya jumlah perputaran uang di daerah.

Mudik lebaran dapat dijadikan satu momen yang sangat penting dimana setiap wilayah di seluruh Indonesia mendapatkan *income* dan memicu berbagai aspek kegairahan perekonomian lainnya. Perusahaan daerah seperti pengangkutan lokal maupun perusahaan lainnya menawarkan layanan menarik dengan harga yang terkadang diluar logika, misalnya saja biaya transportasi terkadang naik hingga 3 kali lipat dibandingkan hari biasa dan semua tiket terjual habis, belum lagi bermacam barang dagangan yang ludes dibeli pemudik, bahkan mudik

lebaran menjadi ajang promosi perusahaan besar dengan memberikan angkutan gratis baik bagi karyawan atau masyarakat sekitar dengan bis-bis super besar yang ditemplei poster maupun iklan perusahaan tersebut.

Mudik lebaran dapat pula dikatakan sebagai salah satu gambaran tentang pola konsumtif masyarakat akibat merasa mencapai kemenangan setelah melakukan puasa selama satu bulan penuh dengan menghambur-hamburkan uang yang mereka peroleh selama ini pada sesuatu yang dapat dianggap mubazir. Memang tak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya tradisi mudik lebaran ini banyak perusahaan dan daerah yang diuntungkan.¹⁰³

- b. Fenomina mudik bertalian dengan reproduksi ekonomi warga kota besar. Mudik juga dapat dilihat sebagai bagian dari proses untuk memulihkan enersi produktif.
- c. Fenomena mudik dapat dijadikan modal sosial (jaringan ekonomi di antara anggota keluarga luas dan kenalan) dapat terpupuk yang kemudian diharapkan dapat menopang produktivitas ketika kembali lagi ke kota.

Kerugian sistemik mudik pun dapat kita identifikasi. Ia terkait dengan melonjaknya masalah transportasi, keamanan, lingkungan (polusi), dan ekonomi rumah tangga. Namun demikian, masalah ini dapat dilihat sebagai tantangan bagi negara untuk melakukan fasilitasi:

- a. Pengembangan sistem transportasi cepat dan massal yang bersifat luas dan lintas daerah/pulau;
- b. Keamanan berbasis kesejahteraan warga;
- c. Pembangunan sistem keamanan sosial dan kerja termasuk cuti.

Melalui peran negara di atas, mudik akan menjadi perilaku warga Jakarta yang nyaman dan berdimensi sosial-ekonomi rasional-produktif.¹⁰⁴

¹⁰³ *Ibid.*, 62-63.

¹⁰⁴ *Ibid.*, 62.

Berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, kali ini mudik lebaran menjadi berbahaya bagi sejumlah perantau. Pasalnya, di tengah bayang-bayang wabah Covid-19, bisa saja perantau-perantau ini membawa pulang corona virus ke kampung-kampung halamannya. Terutama bagi perantau yang terinfeksi tanpa gejala atau yang dikenal dengan *hidden carrier* atau *asymptomatic carrier* yang lebih berbahaya dari pada yang memiliki gejala karena dapat menyebarkan penyakit tanpa terdeteksi. Salah satu indikasi dari *asymptomatic carrier* berdasarkan beberapa bukti di Korea Selatan, China dan Italia ialah hilangnya atau menurunnya kemampuan perasa dan penciuman, dikenal sebagai anosmia dan kondisi ini banyak terjadi pada orang-orang yang berusia muda.¹⁰⁵

6. Sosiologi Hukum Islam

a. Pengertian Sosiologi Hukum Islam

Sosiologi hukum adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang secara analisis dan empiris mempelajari hubungan timbal balik antara hukum dan gejala sosial lainnya atau mempelajari masyarakat khususnya gejala dalam masyarakat tersebut. Bernart Arief Sidarta mengemukakan bahwa:

“Sosiologi hukum dapat didefinisikan sebagai ilmu yang berdasarkan analisis teoritis dan penelitian empiris berusaha menetapkan dan menjelaskan pengaruh proses kemasyarakatan dan perilaku orang terhadap pembentukan, penerapan, yurisprudensi dan dampak kemasyarakatan aturan hukum dan sebaliknya pengaruh aturan hukum terhadap proses kemasyarakatan dan perilaku orang”.¹⁰⁶

Akan tetapi Sudjono Dirdjosiswono mengemukakan bahwa sosiologi hukum yaitu:

¹⁰⁵ Eka Kurnia Yazid dan Fadli Jihan Dahana Setiawan, Game Theory di Balik Dilema Mudik Lebaran saat Pandemi COVID-19, *CSIS Commentaries DMRU-052-ID* 16 April 2020, 2.

¹⁰⁶ Bernard Arief Sidharta, *Refleksi tentang Struktur Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), 56.

“Ilmu pengetahuan hukum yang memerlukan studi dan analisis empiris tentang hubungan timbal balik antara hukum dan gejala-gejala sosial lain”.¹⁰⁷

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sosiologi hukum merupakan bagian dari ilmu hukum yang mengkaji hubungan timbal balik atau pengaruh timbal balik antara hukum dan gejala sosial yang dilakukan secara analitis dan empiris. Jadi dalam konteks ini yang diartikan hukum adalah suatu kompleksitas dari pada sikap tindak manusia yang bertujuan untuk mencapai kedamaian di dalam pergaulan hidup.

Sosiologi hukum Islam adalah suatu ilmu sosial yang menjelaskan mengenai adanya hubungan timbal balik antara perubahan sosial dengan penerapan hukum Islam atau perubahan hukum Islam dengan penerapan sosial. Maksudnya sejauh mana hukum itu mempengaruhi tingkah laku sosial dan pengaruh tingkah laku sosial terhadap pembentukan hukum.¹⁰⁸

Menurut Nasrullah sosiologi hukum Islam adalah suatu hukum (Islam) yang berlaku dan berkembang serta diamalkan dalam masyarakat tertentu, pada waktu tertentu dan sesuai dengan kondisi tertentu. Dengan kata lain bahwa rumusan-rumusan hukum Islam bisa berubah sesuai dengan tuntutan kepentingan kemanusiaan berdasarkan prinsip etika dan moral yang telah digariskan.¹⁰⁹

Menurut Cik Hasan Bisri, sosiologi hukum Islam merupakan sebuah cabang ilmu pengetahuan yang menempatkan aspek sosiologis sebagai sebuah pendekatan dalam keberlakuan hukum Islam.¹¹⁰ Pendekatan sosiologis digunakan untuk memahami sistem sosial dan entitas kehidupan ketika ulama itu memproduksi pemikirannya.

¹⁰⁷ Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers 2010), 51.

¹⁰⁸ Sudirman Tebba, *Sosiologi Hukum Islam*, (Yogyakarta: UII press, 2003), 1.

¹⁰⁹ *Ibid.*, 18.

¹¹⁰ Cik Hasan Bisri, *Pilar-pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 39.

Menurut M. Atho Mudzhar Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari masyarakat, lebih tepatnya lagi adalah ilmu yang mempelajari pola-pola interaksi atau keteraturan dalam masyarakat. Dikatakan lebih tegas lagi bahwa sosiologi bertujuan untuk mempelajari hukum-hukum (keteraturan) masyarakat, seperti halnya ilmu kealaman bertujuan mempelajari hukum-hukum (keteraturan) gejala alam. Perbedaannya ialah bahwa sifat objek gejala kealaman adalah “ajeg”, sedangkan sifat objek gejala sosial adalah tidak ajeg.¹¹¹

Suatu analisis dapat bersifat sosiologis kalau menyangkut struktur sosial dan proses sosial. Sebagaimana dimaklumi struktur sosial ialah saling hubungan (*interconnectedness*) antara norma sosial, kelompok sosial, atau organisasi sosial, lembaga-lembaga sosial dan pelapisan sosial. Adapun proses sosial adalah proses-proses yang terjadi dalam interaksi sosial seperti perubahan sosial (*social change*), konflik sosial (*social conflicts*), kerja sama sosial (*social cooperation*), integrasi sosial (*social integration*), modernisasi, industrialisasi, dan globalisasi sebagai proses “terkaman” nilai-nilai universal dan budaya dominan terhadap nilai lokal.¹¹²

Pendekatan sosiologis dalam hukum Islam berfungsi untuk memahami definisi sosial yang dianut. Bagaimana suatu komunitas mendefinisikan diri dan memandang komunitas lain dalam konteks penerapan hukum Islam. Oleh karena penerapan hukum Islam merupakan wujud aktualisasi dan kontekstualisasi norma-norma kehidupan berdasarkan keyakinan yang bersifat universal.

Sosiologi hukum Islam sangat diperlukan dalam rangka “membangkitkan” hukum Islam. Hal ini dikarenakan tidak semua titah dan perbuatan manusia terungkap implikasi hukumnya dalam teks-teks wahyu secara tersurat. Bahkan kebanyakan teks sebagai sumber

¹¹¹ M. Atho Mudzhar, *Esai-Esai Sejarah Sosial Hukum Islam*, 2-3.

¹¹² *Ibid.*, 3.

rujukan hukum sengaja dibuat dalam bentuk aturan-aturan garis besar yang sangat global, terutama berkaitan dengan hukum-hukum mu'amalah.

Al Qur'an adalah Firman Allah SWT yang diturunkan melalui Malaikat Jibril AS kepada Nabi Muhammad SAW. Al-Qur'an sendiri diturunkan oleh Allah SWT untuk mengatur kehidupan umat manusia. Di dalam Al-Qur'an termuat hukum-hukum yang mengatur bagaimana manusia menjalani hidup dalam bermasyarakat dengan baik. Hukum dalam ajaran Agama Islam dikenal dengan istilah Syariat, yang berarti peraturan atau hukum-hukum yang diturunkan Allah, melalui Rasul-Nya yang mulia, untuk umat manusia, agar manusia keluar dari kegelapan menuju jalan terang, dan mendapat petunjuk kepada jalan yang lurus.¹¹³

Jika Syariat yang dimaksud ditujukan bagi umat Islam ini menunjuk kepada peraturan atau hukum-hukum yang diturunkan Allah, melalui Rasul Muhammad SAW, baik berupa Al Qur'an maupun Sunnah Nabi yang berupa perkataan, perbuatan, ketetapan Nabi Muhammad SAW. Jadi jelas bahwa Al Qur'an memuat aspek-aspek hukum bagi ketentraman kehidupan makhluk Allah terutama manusia. Bahkan 90 % dari ayat-ayat Al Qur'an adalah yang berkaitan atau mengatur interaksi antara manusia dengan sesamanya dan makhluk lainnya, sedangkan 10 % saja yang berkaitan antara manusia dengan Allah SWT.¹¹⁴

Berdasarkan beberapa pengertian di atas tentang sosiologi hukum Islam maka dapat disimpulkan bahwa sosiologi hukum Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari fenomena hukum yang bertujuan memberikan penjelasan atas praktik-praktik hukum ilmu yang mengatur tentang hubungan secara timbal balik antara aneka macam

¹¹³ Danang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 39.

¹¹⁴ *Ibid.*

gejala-gejala sosial di masyarakat muslim sebagai mahluk yang berpegang teguh pada syariat Islam.

b. Ruang lingkup Sosiologi Hukum Islam

Menurut Soerjono Soekanto, ruang lingkup sosiologi hukum meliputi:¹¹⁵

- 1) Pola-pola perilaku (hukum) warga masyarakat.
- 2) Hukum dan pola-pola perilaku sebagai ciptaan dan wujud dari kelompok-kelompok sosial.
- 3) Hubungan timbal-balik antara perubahan-perubahan dalam hukum dan perubahan-perubahan sosial dan budaya.

Zainuddin Ali mengungkapkan bahwa ruang lingkup sosiologi hukum ada 2 (dua), yaitu:

- 1) Dasar-dasar sosial dari hukum atau basis sosial dari hukum. Sebagai contoh : hukum nasional di Indonesia, dasar sosialnya adalah Pancasila, dengan ciri-cirinya adalah: gotong royong, musyawarah, dan kekeluargaan.
- 2) Efek-efek hukum terhadap gejala sosial.¹¹⁶

Menurut Nasrullah, tuntutan yang muncul dari kepentingan bersama adalah juga preferensi bagi tema-tema hukum Islam. Pada abad ini, agaknya tema-tema yang belum terpikirkan oleh ulama-ulama klasik secara aktual dapat dimasukkan sebagai kategori pembahasan hukum Islam, selama kajian ini dianggap sebagai barometer yuridis setiap tindakan dan perilaku umat Islam. Tema-tema menyangkut politik, ketata-negaraan, perbankan, hak asasi manusia (HAM), feminisme, kontrasepsi, demokratisasi dapat dianggap sebagai bahan kajian para fikih kontemporer dan ilmuan muslim untuk kemudian ditemukan dasar hukum dan akar teologis

¹¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pokok-pokok Sosiologi Hukum Cet-25*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1980), 10-11.

¹¹⁶ Zainuddin Ali, *Sosiologi Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), 4.

melalui metode-metode pemikirannya sebagai pijakan bagi persoalan-persoalan masyarakat saat ini.¹¹⁷

Ruang lingkup pembahasan sosiologi hukum Islam sebenarnya sangat luas. Akan tetapi di sini dapat dibatasi hanya pada permasalahan-permasalahan sosial kontemporer yang membutuhkan kajian dan akar teologis untuk menjadi pijakan yuridis (hukum Islam) dalam masyarakat Islam, seperti masalah politik, ekonomi dan sosial budaya, dan sebagainya.¹¹⁸

Sosiologi dalam studi hukum Islam dapat mengambil beberapa tema sebagai berikut:

- a. Pengaruh hukum Islam terhadap masyarakat dan perubahan masyarakat. Contohnya bagaimana hukum ibadah haji yang wajib telah mendorong ribuan umat Islam Indonesia setiap tahun berangkat ke Mekah dengan segala akibat ekonomi, penggunaan alat transportasi dan organisasi manajemen dalam penyelenggaraannya serta akibat sosial dan struktural yang terbentuk pasca menunaikan ibadah haji.
- b. Pengaruh perubahan dan perkembangan masyarakat terhadap pemikiran hukum Islam. Contohnya, bagaimana *oil booming* di negara-negara teluk dan semakin mengentalnya Islam sebagai ideologi ekonomi di negara-negara tersebut pada awal tahun 1970-an telah menyebabkan lahirnya sistem perbankan Islam, yang kemudian berdampak ke Indonesia dengan terbentuknya bank-bank syari'ah.
- c. Tingkat pengamalan hukum agama masyarakat, seperti bagaimana perilaku masyarakat Islam mengacu pada hukum Islam.
- d. Pola interaksi masyarakat diseperti hukum Islam, seperti bagaimana kelompok-kelompok keagamaan dan politik di

¹¹⁷ Nasrullah, *Sosiologi Hukum Islam*, (Bandung: SPB, 2006), 20.

¹¹⁸ *Ibid.*, 21.

Indonesia merespons berbagai persoalan hukum Islam seperti terhadap Rancangan Undang-Undang Peradilan Agama, boleh tidak wanita menjadi pemimpin negara dan sebagainya.

- e. Gerakan atau organisasi kemasyarakatan yang mendukung atau yang kurang mendukung hukum Islam, misalnya perhimpunan penghulu.¹¹⁹

Menurut Atho Mudzhar studi Islam dengan pendekatan sosiologi dapat mengambil, setidaknya lima tema:¹²⁰

Pertama, studi mengenai pengaruh agama terhadap perubahan masyarakat. Dalam bentuk ini studi Islam mencoba memahami seberapa jauh pola-pola budaya masyarakat (misalnya menilai sesuatu sebagai baik atau tidak baik) berpangkal pada nilai agama, atau seberapa jauh struktur masyarakat (misalnya supremasi kaum lelaki) berpangkal pada ajaran tertentu agama atau seberapa jauh perilaku masyarakat (seperti pola konsumsi dan berpakaian masyarakat) berpangkal tolak pada ajaran tertentu agama.

Kedua, studi tentang pengaruh struktur dan perubahan masyarakat terhadap pemahaman ajaran agama atau konsep keagamaan, seperti studi tentang bagaimana tingkat urbanisme Kufah telah mengakibatkan lahirnya pendapat-pendapat hukum Islam rasional *ala* Hanafi atau bagaimana faktor lingkungan geografis Basrah dan Mesir telah mendorong lahirnya *qawl qadim* dan *qawl jadid* Imam Syafi'i.

Ketiga, studi tentang tingkat pengamalan beragama masyarakat. Studi Islam dengan pendekatan sosiologi dapat juga mengevaluasi pola penyebaran agama dan seberapa jauh ajaran agama itu diamalkan masyarakat. Melalui pengamatan dan survey, masyarakat dikaji tentang seberapa intens mengamalkan ajaran agama

¹¹⁹ M. Rasyid Ridla, Sosiologi Hukum Islam (Analisis terhadap Pemikiran M. Atho' Mudzhar), *Jurnal Al Ahkam*. Vol. 7 No. 2 Desember 2012, 300.

¹²⁰ *Ibid.*, 297-298.

yang dipeluknya, seperti seberapa intens mereka menjalankan ritual agamanya dan sebagainya.

Keempat, studi pola sosial masyarakat Muslim, seperti pola sosial masyarakat Muslim kota dan masyarakat Muslim desa, pola hubungan antar agama dalam suatu masyarakat, perilaku toleransi antara masyarakat Muslim terdidik dan kurang terdidik, hubungan tingkat pemahaman agama dengan perilaku politik, hubungan perilaku keagamaan dengan perilaku kebangsaan, agama sebagai faktor integrasi dan disintegrasi dan berbagai senada lainnya.

Kelima, studi tentang gerakan masyarakat yang membawa paham yang dapat melemahkan atau menunjang kehidupan beragama. Gerakan kelompok Islam yang mendukung paham kapitalisme, sekularisme, komunisme merupakan beberapa contoh di antara gerakan yang mengancam kehidupan beragama dan karenanya perlu dikaji seksama. Demikian pula munculnya kelompok masyarakat yang mendukung spiritualisme dan sufisme misalnya, yang pada tingkat tertentu dapat menunjang kehidupan beragama perlu dipelajari dengan seksama.¹²¹

c. Tujuan Sosiologi Hukum Islam

Kaitan dengan mempelajari sosiologi hukum Islam, apabila dibandingkan dengan konteks sosiologi hukum umum, maka untuk mempelajari sosiologi hukum tersebut akan dapat mengetahui hal-hal sebagai berikut:¹²²

- 1) Dapat mengetahui hukum dalam konteks sosialnya atau hukum dalam masyarakat.
- 2) Dapat melakukan analisis terhadap efektivitas hukum dalam masyarakat, baik sebagai sarana pengendalian sosial maupun

¹²¹ M. Atho Mudzhar, *Pendekatan Studi Islam: Dalam Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 13-14.

¹²² *Ibid.*, 22.

sebagai sarana untuk mengubah masyarakat agar mencapai keadaan-keadaan sosial yang tertentu.

- 3) Melalui sosiologi hukum, efektivitas hukum yang diamati tersebut dapat dievaluasi, sehingga dapat ditemukan hukum yang hidup dalam masyarakat.

Menurut Atho' Mudzhar hukum Islam terbagi ke dalam tiga segmen yaitu:¹²³

Pertama, Penelitian hukum Islam sebagai doktrin asas. Dalam penelitian ini, sasaran utamanya adalah dasar-dasar konseptual hukum Islam seperti masalah sumber hukum, konsep *maqasid al-syari'ah*, *qawa'id al-fiqhiyyah*, *thariq al-Istinbath*, *manhaj ijtiihad* dan lainnya.

Kedua, Penelitian hukum Islam normatif. Dalam penelitian ini sasaran utamanya adalah hukum Islam sebagai norma atau aturan, baik yang masih berbentuk *nas* maupun yang sudah menjadi produk pikiran manusia. Aturan dalam bentuk *nas* meliputi ayat-ayat dan Sosiologi Hukum Islam hadits ahkam. Sedangkan aturan yang sudah dipikirkan manusia antara lain berbentuk fatwa-fatwa ulama dan bentuk-bentuk aturan lainnya yang mengikat seperti kompilasi hukum Islam, dustur, perjanjian internasional, surat kontrak, kesaksian dan sebagainya.

Ketiga, Penelitian hukum Islam sebagai gejala sosial. Sasaran utamanya adalah perilaku hukum masyarakat Muslim dan masalah interaksi antar sesama manusia, baik sesama Muslim maupun dengan non Muslim. Ini mencakup masalah-masalah seperti politik perumusan dan penerapan hukum (*siya'sah al-syari'ah*), perilaku penegak hukum, perilaku pemikir hukum seperti mujtahid, fuqaha, mufti dan anggota badan legislatif, masalah-masalah administrasi dan organisasi hukum seperti pengadilan dengan segala graduasinya dan perhimpunan penegak serta pemikir hukum seperti perhimpunan

¹²³ M. Rasyid Ridla, *Sosiologi Hukum Islam*...., 301-302.

hakim agama, perhimpunan studi peminat hukum Islam, lajnah-lajnah fatwa dan organisasi-organisasi keagamaan dan lembaga-lembaga penerbitan atau pendidikan yang menspesialisasikan diri atau mendorong studi-studi hukum Islam. Dalam jenis penelitian ini juga tercakup masalah-masalah evaluasi pelaksanaan dan efektivitas hukum, masalah pengaruh hukum Islam terhadap perkembangan masyarakat atau pemikiran hukum, sejarah perkembangan hukum, sejarah pemikiran hukum, sejarah administrasi hukum serta masalah kesadaran dan sikap hukum masyarakat.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan mempelajari sosiologi hukum Islam adalah bertujuan untuk mengetahui gejala-gejala sosial masyarakat muslim sebagai subyek hukum yang memosisikan hukum sebagai pedoman hidup. Mempelajari sosiologi hukum Islam juga dapat mengetahui sejauh mana efektivitas hukum Islam dalam mengatur masyarakat muslim dan tentu juga dapat mengetahui perubahan-perubahan hukum yang berkembang.

B. Penelitian yang Relevan

Sebagai bahan rujukan dalam penyusunan tesis ini banyak bacaan yang menjadi sumber pendukung, salah satunya adalah hasil penelitian terdahulu yang mengangkat permasalahan yang terkait dengan tema penelitian. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian antara lain:

Pertama, tesis yang ditulis oleh Dwi Ananda Marselia tahun 2015 yang berjudul “*Perubahan Perilaku konsumtif Buruh Pabrik PT. Adi Satria Abadi (Studi tentang Dampak Peralihan Profesi Masyarakat Dusun Banyakan II, Desa Sitimulyo Kec. Piyungan Kab. Bantul Prov. D.I Yogyakarta)*”. Penelitian ini lebih memfokuskan langsung pada perubahan perilaku konsumtif buruh pabrik PT. Adi Satria Abadi sebagai dampak peralihan profesi masyarakat dusun Banyakan II. Perbedaan ini juga dapat dilihat dari *setting* tempat penelitian, objek penelitian dan waktu penelitian. Teori yang digunakan adalah

masyarakat konsumsi yang digagas oleh Jean Baudrillard. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif-deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara.¹²⁴

Kedua, tesis Ranti Tri Anggraini tahun 2017 yang berjudul “*Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Hipotesis dalam penelitian ini ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Subjek penelitian ini adalah 141 mahasiswa Psikologi yang berusia 18-21 tahun. Data dikumpulkan dengan menggunakan gaya hidup hedonis dan skala perilaku konsumtif. Analisis data penelitian ini menggunakan teknik korelasi Product Moment. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif masa remaja ($r_{xy} = 0,595$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.¹²⁵

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Dian Crisnawati dan Sri Muliati Abdullah tahun 2011 yang berjudul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dengan status sosial ekonomi rendah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian dipengaruhi oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal antara lain afektif, kognitif dan

¹²⁴ Dwi Andana Marselia “Perubahan Perilaku konsumtif Buruh Pabrik PT. Adi Satria Abadi (Studi tentang Dampak Peralihan Profesi Masyarakat Dusun Banyakan II, Desa Sitimulyo Kec. Piyungan Kab. Bantul Prov. D.I Yogyakarta)” *Tesis*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

¹²⁵ Ranti Tri Anggraini. “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”. *Tesis*. (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2017)

konatif. Sedangkan faktor eksternal antara lain kebudayaan dan kelompok referensi pertemanan.¹²⁶

Penelitian tentang perilaku hedonis telah banyak dibahas akan tetapi dalam pembahasannya memiliki kekhususan masing-masing. Penulis mengambil kesimpulan bahwa studi tentang perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri belum pernah dilakukan. Untuk itu penulis mengangkat permasalahan ini dengan judul “Perilaku Hedonis dalam Perayaan Idul Fitri Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Banyumas)”.



¹²⁶ Dian Crisnawati dan Sri Mulati Abdullah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian, *Jurnal Spirits* Vol. 2 No. 1, November 2011 ISSN: 2087-7641

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks atau dimensi waktu). Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yaitu memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial tentang perilaku hedonis pada perayaan Idul Fitri pada masyarakat di Kecamatan Banyumas.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kritis. Pendekatan kritis pendekatan yang menekankan pada kreativitas manusia dan berusaha mencatat secara cermat realitas kehidupan manusia yang dikonstruksi melalui komunikasi. Pendekatan ini lebih menekankan pada konteks makro seperti realitas sosial, politik, dan isu-isu ekonomi yang memengaruhi komunikasi antarbudaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu sebuah penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lokasi yang menjadi tujuan penelitian guna memperoleh fakta-fakta dan data yang valid¹²⁷. Apabila dilihat berdasarkan datanya penelitian ini merupakan penelitian *kualitatif*.

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi lokasi penelitian adalah Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas.

¹²⁷ Leky J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), 6.

D. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda, orang atau tempat untuk mendapatkan data variabel yang dipermasalahkan. Sedangkan menurut Syaifuddin Azwar, subjek penelitian adalah sumber utama dalam penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.¹²⁸ Subyek penelitian dari penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Banyumas yang melakukan perayaan Idul Fitri secara berlebihan.

2. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang penting dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable.¹²⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh masyarakat di Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan pengamatan dan penataan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang terjadi secara alamiah di tempat yang sedang diteliti.¹³⁰ Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk melakukan studi pendahuluan tentang praktik perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh masyarakat di Kecamatan Banyumas. Setelah peneliti melakukan

¹²⁸ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, t.th), 8.

¹²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 41).

¹³⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 19.

observasi, kemudian hasil pengamatan tersebut dicatat dan dianalisis untuk menjawab masalah penelitian.

2. *Interview*

Interview adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.¹³¹ *Interview* ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang perayaan Idul Fitri. Teknik yang digunakan dalam memperoleh informasi dengan *interview* ini adalah *to dept interview* yaitu *interview* yang tidak struktur. *Interview* dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai bagaimana perilaku hedonis masyarakat Banyumas dalam perayaan Idul Fitri, faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat berperilaku hedonis dan lain sebagainya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah tehnik pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan data berupa catatan atau peninggalan tertulis termasuk arsip, buku, surat kabar, majalah, buku agenda yang erat hubungannya dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi data-data pendukung dari penelitian seperti: data geografis dan topografis Kecamatan Banyumas, buku-buku tentang etika ekonomi dalam Islam, sosiologi hukum Islam dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, dilakukan analisis secara kualitatif yaitu dengan cara menganalisis data tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka melainkan mempergunakan sumber informasi yang relevan untuk melengkapi data yang penyusun inginkan.¹³² Pada penelitian ini, setelah peneliti memperoleh data melalui metode *interview*, maka peneliti

¹³¹ *Ibid*, 67.

¹³² Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM, 1987), 42.

menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data secara kualitatif dengan menggunakan induktif, yaitu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta khusus dan peristiwa-peristiwa konkrit untuk kemudian digeneralisasikan. Metode ini digunakan dalam menyelidiki faktor apa yang secara umum melatarbelakangi masyarakat melakukan perayaan Idul Fitri secara berlebihan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Kecamatan Banyumas

Kecamatan Banyumas adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Banyumas. Kecamatan Banyumas berjarak sekitar 16 Km dari Kota Purwokerto ke arah selatan melalui Sokaraja. Pusat pemerintahannya berada di Desa Sudagaran. Adapun batas-batas Kecamatan Banyumas adalah:

- a. Sebelah Utara : berbatasan dengan Kecamatan Patikraja dan Kecamatan Kalibagor.
- b. Sebelah Timur : berbatasan dengan Kecamatan Somagede
- c. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Kecamatan Kebasen dan Kecamatan Kemranjen.
- d. Sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Kebasen.

Berdasarkan data monografi Kecamatan Banyumas, telah ada beberapa camat yang memerintah Kecamatan Banyumas antara lain:

Tabel 4.1 Nama Camat yang pernah menjabat dan tahun jabatannya

No	Nama	Masa Jabatan
1	MAS'AD	1980
2	R. UTOMO SUYANTO, BA	1980 – 1989
3	DRS. SUHARYO	1989 – 1997
4	BUDI PRAMONO, BA	1997 – 2001
5	DRS. PRASETYO BUDI WIDODO	2001 – 2004
6	JOKO SEMBODO, S.Sos	2004 – 2010
7	WIDYO SATMOKO, BA	2010 – 2014
8	Drs.ARI YUSMINTO FAUZI	2014 – 2015

9	Drs. AHMAD SURYANTO	2015 – 2020
10	ABDUL KUDUS, S.I.P.	2020 -

Sumber: Monografi Kecamatan Banyumas Tahun 2018

Di Kecamatan Banyumas terdapat 12 Desa, 31 Dusun, 55 RW dan 269 RT, secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Banyaknya Dusun, RW, RT menurut Desa di Kecamatan Banyumas Tahun 2018

Kode	Desa	Dusun	RW	RT
1	Binangun	4	6	24
2	Pasinggangan	4	8	55
3	Kedunggede	2	5	20
4	Karangraju	2	7	28
5	Kejawar	2	5	23
6	Danaraja	3	2	6
7	Kedunguter	1	3	20
8	Sudagaran	3	3	21
9	Pakunden	3	4	14
10	Kalisube	2	4	15
11	Dawuhan	2	3	11
12	Papringan	3	5	32
	Jumlah	31	55	269
	Tahun 2017	31	55	269
	Tahun 2016	31	55	269
	Tahun 2015	31	55	269
	Tahun 2014	31	55	268

Sumber: Monografi Kecamatan Banyumas 2018

2. Jumlah Penduduk

1. Jumlah penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan jenis kelamin Tahun 2000-2018

Tabel 4.3 Jumlah penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan jenis kelamin Tahun 2000-2018

Tahun	Laki - Laki	Perempuan	Jumlah
2000	23.424	23.583	47.007
2001	23.537	23.659	47.196
2002	23.685	23.709	47.394
2003	23.744	23.735	47.479
2004	23.852	23.774	47.626
2005	23.922	23.420	47.342
2006	23.883	23.385	47.268
2007	23.959	23.455	47.414
2008	24.010	23.528	47.538
2009	24.391	23.877	48.268
2010 (r)	22.765	22.916	45.681
2011 (r)	22.868	23.015	45.883
2012 (r)	22.958	23.105	46.063
2013 (r)	23.041	23.189	46.230
2014 (r)	23.114	23.265	46.379
2015	23.183	23.337	46.520
2016	23.246	23.401	46.647
2017 (*)	26.789	23.700	50.489
2018 (*)	26.919	27.008	53.927

Sumber: Data Monografi Kecamatan Banyumas Tahun 2018

Berdasarkan data di atas pada Tahun 2018 jumlah penduduk Kecamatan Banyumas sebanyak 53.927 jiwa dengan laki-laki sebanyak 26.919 jiwa (49,91%) dan perempuan sebanyak 27.008 jiwa (50,08%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Banyumas berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 50,08%.

2. Jumlah Penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan Pemeluk Agama

Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan Pemeluk Agama

Kode	Desa	Islam	Katolik	Kristen	Budha	Hindu
001	Binangun	3.576	-	-	-	-
002	Pasinggangan	9.469	-	12	-	-
003	Kedunggede	3.104	3	25	-	-
004	Karangrau	5.076	52	78	3	-
005	Kejawar	4.581	13	22	4	-
006	Danaraja	967	-	18	-	-
007	Kedunguter	2.683	342	518	2	-
008	Sudagaran	3.267	258	334	5	-
009	Pakunden	2.815	21	99	-	-
010	Kalisube	3.402	27	23	-	-
011	Dawuhan	1.656	-	4	-	-
012	Papringan	4.147	3	38	-	-
	Jumlah	44.743	719	1.171	14	-
	%	95,91%	1,54%	2,51	0,03	-
	Tahun 2017	44.743	719	1.171	14	-
	Tahun 2016	44.629	715	1.162	14	-
	Tahun 2015	44.536	709	1.120	17	-
	Tahun 2014	46.196	703	1.114	17	-

Sumber: Monografi Kecamatan Banyumas Tahun 2018

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Banyumas mayoritas memeluk Agama Islam sebanyak 95,91%. Kemudian disusul oleh Agama Katolik 1,54%, Agama Kristen 2,51% dan Budha 0,03%.

3. Jumlah penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan usia penduduk

Tabel 4.5 Jumlah penduduk Kecamatan Banyumas berdasarkan usia penduduk

Kelompok Umur	Jumlah
0-4	4.812
5-9	4.686
10-14	4.215
15-19	4.047

20-24	3.448	
25-29	3.678	
30-34	3.635	
35-39	4.071	
40-44	3.611	
45-49	3.668	
50-54	3.546	
55-59	3.145	
60-64	2.447	
65-69	1.847	
70-74	1.240	
75+	1.832	
Jumlah	53.927	
Kelompok Usia	Jumlah	%
0-14	13.713	25,42%
15-64	35.296	65,45%
65 +	4.919	9,12%

Sumber: Monografi Kecamatan Banyumas Tahun 2018

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Kecamatan Banyumas berusia 15-64 tahun sekitar 35.296 jiwa atau sekitar 65,45%, kemudian penduduk usai 0-14 tahun sekitar 13.713 jiwa atau sekitar 25,42% dan penduduk usia 65+ tahun sekitar 4.919 atau sekitar 9,12%.

3. Profil Geografi dan Topografi Kabupaten Banyumas

Secara geografis wilayah Kabupaten Banyumas terletak di antara 108°39'17" BT - 109°27'15" BT dan di antara 7°15'05" LS - 7°37'10" LS.

Secara administratif Kabupaten Banyumas dibatasi oleh:

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Tegal dan Kabupaten Pemasang
- b. Sebelah Selatan : Kabupaten Cilacap
- c. Sebelah Barat : Kabupaten Cilacap dan Kabupaten Brebes
- d. Sebelah Timur : Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Kebumen

Luas wilayah Kabupaten Banyumas adalah 132.759,56 Ha dengan jarak bentang terjauh dari Barat ke Timur 96 Km, dan dari Utara ke Selatan

sejauh 46 Km. Secara administratif wilayah Kabupaten Banyumas meliputi 27 Kecamatan dengan 301 desa dan 30 kelurahan.

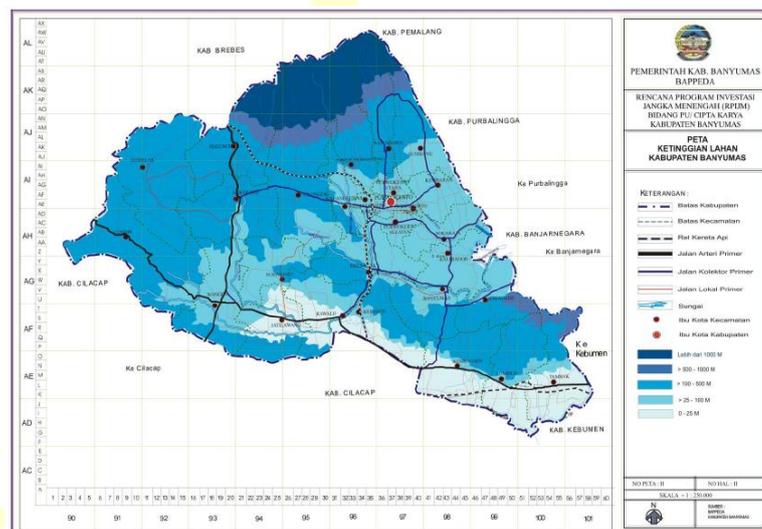
Karakteristik topografi di wilayah Kabupaten Banyumas identik dengan kondisi ketinggian lahan dan kemiringan lahan. Wilayah Kabupaten Banyumas berdasarkan ketinggian lahan dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Dataran rendah dengan ketinggian 0 – 25 meter di atas permukaan laut (dpl) memiliki luas 26.724,4 ha atau 20,13% dari luas wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah yang berada pada ketinggian ini meliputi Kecamatan Jatilawang, Kecamatan Kebasen, Kecamatan Rawalo, Kecamatan Tambak, sebagian Kecamatan Kalibagor, sebagian Kecamatan Karanglewas, sebagian Kecamatan Kemranjen, sebagian Kecamatan Sokaraja, dan sebagian Kecamatan Sumpiuh.
- b. Dataran perbukitan dengan ketinggian >25 - 100 meter dpl memiliki luas 42.310,30 ha atau 31,87% dari luas wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah yang berada pada ketinggian ini meliputi Kecamatan Kembaran, Kecamatan Lumbir, Kecamatan Patikraja, Kecamatan Purwojati, Kota Purwokerto, Kecamatan Wangon, sebagian Kecamatan Kalibagor, sebagian Kecamatan Kedungbanteng, sebagian Kecamatan Karanglewas, sebagian Kecamatan Somagede, sebagian Kecamatan Sumbang, dan sebagian Kecamatan Sokaraja.
- c. Dataran tinggi dengan ketinggian >100 – 500 meter dpl memiliki luas 40.385,3 ha atau 30,42% dari luas wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah yang berada pada ketinggian ini meliputi Kecamatan Ajibarang, Banyumas, sebagian Kecamatan Baturraden, sebagian Kecamatan Cilongok, sebagian Kecamatan Pekuncen, dan sebagian Kecamatan Somagede.
- d. Dataran dengan ketinggian >500 – 1000 meter dpl memiliki luas 17.364,9 ha atau 13,08% dari luas wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah yang berada pada ketinggian ini meliputi sebagian Kecamatan Gumelar, sebagian Kecamatan Kedungbanteng, sebagian Kecamatan

Pekuncen, sebagian Kecamatan Cilongok, sebagian Kecamatan Baturraden dan sebagian Kecamatan Sumbang.

- e. Dataran dengan ketinggian >1000 meter dpl memiliki luas 5.974,1 ha atau 4,50% dari luas wilayah Kabupaten Banyumas. Wilayah yang berada pada ketinggian ini meliputi sebagian Kecamatan Baturraden, sebagian Kecamatan Cilongok, sebagian Kecamatan Pekuncen dan sebagian Kecamatan Sumbang.

Kondisi ketinggian lahan di wilayah Kabupaten Banyumas secara terinci dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Ketinggian lahan di Kabupaten Banyumas

B. Hasil Penelitian

Perayaan hari raya Idul Fitri kadang memang ditanggapi secara salah oleh banyak orang dengan melakukan banyak hal yang berlebihan dan tidak sepatutnya. Padahal hari raya Idul Fitri sudah seharusnya diisi dengan ibadah dan amalan kebaikan agar mendapatkan rahmat dan berkah Allah SWT di hari kemenangan. Hal-hal yang dilarang saat hari raya Idul Fitri sudah seharusnya dihindari. Hari raya Idul Fitri sebaiknya diisi dengan melakukan berbagai hal baik seperti bersilaturahmi ke rumah keluarga dan menjalankan salat Idul Fitri bersama keluarga di masjid ataupun di lapangan.

Seperti sudah menjadi “tradisi” bagi sebagian besar umat Islam di Indonesia dan sebagian negara-negara Asia, bahwa merayakan hari raya Idul Fitri mesti ditandai dengan semua yang serba baru dan istimewa. Mulai dari pakaian, perabotan rumah tangga, barang elektronik bahkan kendaraan, semua seakan “wajib” serba baru, begitu juga dengan menu makanan di hari spesial itu, juga harus istimewa, beda dengan hari-hari biasa.

Itulah yang kemudian memicu sebagian orang berasumsi, bahwa hari raya bagi umat Islam itu adalah “hari pemborosan”, dimana hampir setengah atau bahkan lebih “kekuatan” ekonomi keluarga Muslim terserap disitu. Lihat saja fakta di lapangan, belanja keluarga menghadapi Idul Fitri, jumlahnya bisa sampai 6 kali lipat dari penghasilan bulanan mereka.

Ada kesan bahwa umat Islam seperti “memaksa diri” dan membebani diri dengan sesuatu yang terkadang di luar kemampuan untuk melakukannya. Orang sehari-hari jarang menyajikan menu makanan special, tiba-tiba hari itu harus memaksakan diri untuk bisa menyajikan hidangan istimewa. Orang sehari-hari tampil dengan pakaian biasa-biasa saja, *ujug-ujug* kepingin tampil glamour, padahal kemampuan finansilanya belum tentu mendukung.

Perilaku perayaan Idul Fitri seperti demikian itu termasuk dalam perilaku hedonis, artinya perilaku yang suka dengan kenikmatan dan kesenangan pribadi, kemewahan dan kemewahan di atas segalanya tanpa memperdulikan kemampuannya bahkan sampai menghalalkan segala cara untuk mendapatkannya.¹³³

Padahal Islam tidak mengajarkan umatnya untuk berperilaku berlebihan dalam merayakan Idul Fitri, hal ini sebagaimana firman Allah dalam surah Al Baqarah ayat 185:

¹³³ Joulanda Tambingon, Femmy C.M Tasik, Antonius Purwanto, Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Di Kota Manado, ejurnal.unisrat.ac.id, diakses pada tanggal 27 Januari 2020.

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ
 وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۗ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ
 سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ
 وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُم وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ۚ

Artinya: (Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

Allah hanya memerintahkan kepada ummat Islam untuk menyempurnakan puasa mereka sebulan penuh dan mengagungkan nama Allah ketika datang Idul Fitri. Cara mengagungkan nama Allah itupun sudah jelas, yaitu dengan meramaikan masjid, musholla, tanah lapang dengan suara takbir, tahlil dan tahmid, tidak tersirat dalam perintah Allah tersebut untuk merayakan Idul Fitri dengan “menumpahkan” semua potensi ekonomi yang akhirnya menimbulkan kesan berlebih-lebihan, suatu sifat yang tidak disukai Allah.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa umat Islam Indonesia pada umumnya merayakan lebaran dengan berbagai ungkapan kegembiraan dan bahkan sering kali terlihat berlebihan tidak terkecuali masyarakat di Kabupaten Banyumas. Praktik berlebihan dalam perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh

sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas adalah merental mobil untuk piknik, menyalakan kembang api, membagi-bagikan uang jajan kepada saudara, memakai barang-barang yang serba baru, berbelanja di *mall*, menyajikan hidangan istimewa dan lain sebagainya. Dan praktik berlebihan tersebut terkadang menggunakan uang hasil berhutang kepada Bank atau *rente*.¹³⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat Kecamatan Banyumas terkait dengan praktik perayaan Idul Fitri secara berlebihan menunjukkan hasil sebagai berikut:

Wawancara yang dilakukan kepada Singgih Candra Pradana (29 Tahun, Pekerja Seni) menyebutkan bahwa:

“Memiliki barang baru dan serba baru dalam perayaan Idul Fitri merupakan sebuah tradisi yang sudah lama dilakukan masyarakat Banyumas”.¹³⁵

Selanjutnya menyebutkan bahwa jika seseorang memiliki kemampuan untuk membeli hal tersebut maka sah-sah saja namun jika tidak mampu tidak perlu memaksakan.

“Kalau menurut saya, sah-sah saja melakukan hal tersebut tapi harus sesuai dengan kemampuan jika tidak mampu maka jangan memaksakan, jangan sampai demi untuk merayakan lebaran sampai utang sana-sini”.¹³⁶

¹³⁴ Observasi pada tanggal 1-4 Juni 2019

¹³⁵ Wawancara dengan Singgih Candra Pradana (29 Tahun, Pekerja Seni) di Rumah Saudara Singgih Candra Pratama pada Tanggal 25 Mei 2019.

¹³⁶ Wawancara dengan Singgih Candra Pradana (29 Tahun, Pekerja Seni) di Rumah Saudara Singgih Candra Pradana pada Tanggal 25 Mei 2019.



Gambar 4.2. Wawancara dengan Singgih Candra Pradana

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa, memiliki barang baru dalam merayakan Idul Fitri itu sudah biasa, namun itu semua harus disesuaikan dengan kemampuan masing-masing jangan sampai berhutang demi untuk terlihat serba baru pada hari raya Idul Fitri.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Ari Suhendra (23 Tahun, Wiraswasta), hasil wawancara sebagai berikut:

“Ya saya dan keluarga lakukan saat menjelang hari raya Idul Fitri adalah berbelanja baju lebaran seperti ke *mall*, atau toko baju yang terkenal di Purwokerto seperti Mahkota, Moro, Ummi Fashion dan lain sebagainya. Kemudian ketika mendekati hari H nya berbelanja makanan seperti kue kering, roti, minuman sirup, daging ayam, daging sapi dan lain-lain, selain itu juga pas hari raya nya kita membagikan uang kepada sanak saudara, makan bersama, berfoto-foto dan kemudian piknik. Uang yang digunakan untuk belanja adalah gaji bulanan, uang THR dan sebagian lagi adalah utang ke koperasi.¹³⁷

¹³⁷ Wawancara dengan Ari Suhendra (23 Tahun, karyawan) di tempat kerja Saudara Ari Suhendra pada Tanggal 25 Mei 2019 .

Selain itu juga, Ari Suhendra menyebutkan bahwa lebaran harus identik dengan hal-hal yang baru.

“lebaran itu identik dengan hal-hal yang serba baru seperti baju baru, barang-barang baru dan lain sebagainya. Bahkan ada yang sengaja membeli kendaraan baru untuk lebaran”.¹³⁸



Gambar 4.3 Wawancara dengan Ari Suhendra

Berdasarkan wawancara di atas menyebutkan bahwa lebaran itu identik dengan segala sesuatu yang baru. Membeli baju baru dan menghidangkan masakan istimewa. Selain itu juga harus ada acara piknik keluarga karena kalau lebaran semua keluarga kumpul bersama dan juga harus ada momen untuk foto-foto untuk kenang-kenangan dan *diupload* di media sosial. Selain itu pada saat lebaran biasanya membagi-bagikan THR kepada sanak-saudara, orang tua dan tetangga.

Selanjutnya menurut Munaenah (63 Tahun, Pedagang), hasil wawancara sebagai berikut:

¹³⁸ Wawancara dengan Ari Suhendra (23 Tahun, karyawan) di tempat kerja Saudara Ari Suhendra pada Tanggal 25 Mei 2019 .

“Tradisi serba baru saat lebaran itu biasa, pada saya membelikan baju untuk menyenangkan anak dan cucu serta diri sendiri. selain itu juga sebagai bentuk rasa syukur”¹³⁹

Munaenah juga menyebutkan bahwa uang yang diperoleh adalah hasil tabungan selama satu tahun yang dikhususkan untuk lebaran. Hal ini sebagaimana wawancara berikut:

“Uang yang digunakan untuk merayakan lebaran adalah uang tabungan khusus untuk hari raya bahkan ada yang sampai berhutang ke bank”



Gambar 4.4 Wawancara dengan Ibu Munaenah

Berdasarkan wawancara di atas dapat diambil kesimpulan bahwa adanya tradisi membeli dan membelikan baju baru atau barang baru pada saat lebaran adalah menyenangkan hati anak dan cucu, dan diri sendiri. Selain itu sebagai bentuk perwujudan rasa senang dan syukur masih bertemu dengan bulan penuh ampunan. Uang yang digunakan untuk membeli barang-barang baru adalah hasil dari uang tabungan hari raya selama satu tahun bahkan ada

¹³⁹ Wawancara dengan Munaenah (63 Tahun, pedagang) di Rumah Ibu Munaenah pada Tanggal 25 Mei 2019.

juga mereka yang sampai meminjam ke Bank Desa untuk memenuhi kebutuhan hari raya.

Selanjutnya wawancara kepada Munjiyah (66 Tahun, Pensiunan PNS) menyebutkan bahwa:

“Perayaan lebaran dengan sesuatu yang baru sudah menjadi tradisi. Lebaran dengan segala sesuatu yang baru, baju baru, dan semua yang serba baru, di samping itu ketika lebaran suka dibelikan baju baru oleh anak. Lebaran juga biasanya diisi dengan kegiatan piknik bersama keluarga bersenang-senang menikmati suasana lebaran seperti ke pantai, ke Baturraden ataupun ke *Mall*.¹⁴⁰



Gambar 4.5 Wawancara dengan Ibu Munjiyah

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa lebaran identik dengan barang-barang yang serba baru dan kegiatan piknik bersama.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Rizki Puput Saputri (18 Tahun, Pelajar), menurut Rizki Puput Saputri menyebutkan bahwa:

¹⁴⁰ Wawancara dengan Munjiyah (66 Tahun, pensiunan PNS) di Rumah Ibu Munjiyah pada Tanggal 25 Mei 2019.

“Tradisi lebaran dengan membeli baju baru adalah suatu keharusan agar ketika bersilaturahmi dengan keluarga terlihat baru selain itu juga harus ada kegiatan piknik pada saat lebaran karena saat lebaran merupakan saat yang tepat untuk bersenang-senang bersama keluarga.¹⁴¹



Gambar 4.6 Wawancara dengan Rizki Puput Saputri

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Septi Rina Pujiyatni, S.E (Karyawan Swasta) yang menyebutkan bahwa:

“Saya bersama keluarga setiap tahun membeli baju baru, aksesoris dan lain-lain sebagai ucapan syukur karena telah berpuasa selama sebulan penuh dan juga biasanya kami piknik bersama keluarga. Pikniknya tidak perlu ke tempat yang jauh cukup yang dekat saja seperti ke Baturraden atau belanja ke Rita Supermall. Selain itu juga kami membeli kembang api untuk menyenangkan anak-anak karena juga tetangga merayakannya. Tradisi lain yang keluarga saya lakukan yaitu membuat makanan yang enak dan kue-kue. Hal tersebut dilakukan karena biasanya banyak keluarga yang datang jadi harus disambut

¹⁴¹ Wawancara dengan Rizki Puput Saputri (18 Tahun) di sekolah Saudari Rizli Puput Saputri pada tanggal 24 Juni 2019.

dengan makanan yang enak-enak seperti opor ayam, ketupat dan lain sebagainya. Untuk mempersiapkan lebaran saya menabung sebulan Rp. 200.000 karena malu jika lebaran tidak memegang uang. Selain itu juga biasanya dapat THR dari tempat kerja. Uang yang saya habiskan untuk lebaran sekiraat 5 juta – 7 juta. Saya biasanya juga membagikan THR kepada anak-anak sekitar rumah sebagai wujud syukur”.¹⁴²



Gambar 4.7 Wawancara dengan Ibu Septi Rina Pujiyatni, S.E

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Ruddi Pamungkas, S.T (Guru SMK Swasta) yang menyatakan bahwa:

Setiap lebaran saya dan keluarga selalu membeli baju lebaran karena hal tersebut merupakan tradisi yang sudah turun temurun. Kami juga merental mobil untuk piknik misalnya ke Baturraden, Gua Lawa, Pantai Jetis, Jatijajar, Keraton Jogja dan lain sebagainya. Saya juga membeli kembang api untuk anak-anak dan kerabat untuk merayakan malam Idul Fitri. Tradisi lain yaitu menghidangkan makanan yang enak. Hal ini dilakukan karena pada hari pertama Idul Fitri banyak sanak saudara dan tetangga yang datang untuk bersilaturahmi. Untuk mempersiapkan

¹⁴² Wawancara dengan Ibu Septi Rina Pujiyatni, S.E (Karyawan Swasta) pada tanggal 29 Agustus 2020.

Idul Fitri saya biasanya menabung karena Idul Fitri adalah momen yang ditunggu-tunggu jadi harus dipersiapkan. Saya biasanya menabung Rp. 300.000 per bulan. Biasanya untuk Idul Fitri saya menghabiskan sekitar 7 juta sampai 10 juta. Saya juga membagikan uang kepada anak-anak teman-teman saya sebagai bentuk rasa syukur”.¹⁴³



Gambar 4.8 Wawancara dengan Bapak Ruddi Pamungkas, S.T (Guru SMK Swasta)

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Lu'lu Fajriyah, S.Pd (Guru SMK Swasta) yang menyatakan bahwa:

Saya membeli baju lebaran untuk satu keluarga dan peralatan sholat, karena kalau tidak memakai baju baru rasanya bukan lebaran, saya juga membeli naju lebaran untuk asisten rumah tangga. Kami juga melaksanakan piknik bersama keluarga ke tempat wisata sambil mengunjungi saudara-saudara di beberapa daerah. Selain itu kami juga membelikan kembang api untuk menyenangkan anak-anak. Tradisi lain

¹⁴³ Wawancara dengan Bapak Ruddi Pamungkas, S.T (Guru SMK Swasta) pada tanggal 29 Agustus 2020.

yang kami lakukan adalah memasak makanan yang enak dan makanan khas lebaran hal tersebut dilakukan karena banyak sanak saudara yang datang ke rumah. Anggaran untuk lebaran diperoleh dari menabung yaitu sekitar Rp. 200.000. Saya biasanya menghabiskan 3 juta sampai 5 juta untuk perayaan lebaran. Saya juga membagikan uang kepada saudara dan anak-anak tetangga sebagai bentuk rasa syukur”.¹⁴⁴



Gambar 4.9 Wawancara dengan Ibu Lu'lu Fajriyah, S.Pd
(Guru SMK Swasta)

IAIN PURWOKERTO

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perayaan Idul Fitri pada sebagian masyarakat di Kecamatan Banyumas dilakukan dengan cara memberi barang-barang baru yang sudah menjadi sebuah tradisi atau adat istiadat, piknik bersama keluarga, menghadirkan makanan istimewa dan lain sebagainya. Uang yang digunakan

¹⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Lu'lu Fajriyah, S.Pd (Guru SMK Swasta) pada tanggal 29 Agustus 2020.

untuk perayaan Idul Fitri tersebut adalah uang gaji, tabungan dan THR dari tempat kerja bahkan ada yang sampai berhutang demi untuk terlihat “serba baru dan serba ada” saat lebaran. Perilaku yang “memaksakan” tersebut tidak diajarkan dalam Islam, Islam mengajarkan untuk berperilaku sederhana dalam setiap aspek kehidupan.

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pemerintah mengeluarkan kebijakan larangan mudik Lebaran tahun 2020 hal ini dilakukan dalam rangka mencegah penyebaran virus Corona (COVID-19). Larangan tersebut diberlakukan pada 24 April 2020. Adanya larangan mudik ini berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi mengingat momentum Lebaran bisa mendorong konsumsi masyarakat terlebih lagi mudik yang melalui jalur darat bisa mendorong perekonomian daerah. Perpindahan mobilitas orang akan diikuti oleh pengeluaran atau peningkatan dari konsumsi rumah tangga. Adanya larangan mudik ini dapat mempercepat pemutusan rantai penyebaran virus Corona. Berikut adalah wawancara yang dilakukan dengan masyarakat Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas yang tidak bisa mudik akibat pandemi Covid-19 yang bernama Utari Destya Dewi :

“Mudik lebaran sudah menjadi tradisi masyarakat Indonesia. Lebaran biasanya identik dengan yang serba baru seperti barang baru dan baju baru. Saya sendiri membeli barang-barang baru seperti baju atau handphone baru. Selain itu juga lebaran biasanya diisi dengan piknik ke tempat wisata untuk *refresing*. Pada saat lebaran juga biasanya dihidangkan makanan yang enak-enak hal ini dilakukan karena akan datang saudara yang bersilaturahmi sehingga harus menyediakan makanan enak dan kue-kue khas lebaran. Selain itu juga momen lebaran biasanya dijadikan ajang untuk menunjukkan keberhasilan atau kesuksesan di tanah perantauan kepada keluarga, saudara dan tetangga. Namun lebaran Tahun 2020 ini tidak bisa mudik hal ini dikarenakan adanya larangan pemerintah tentang larangan untuk mudik. Sedih sekali

rasanya karena tidak bertemu dengan keluarga di kampung halaman. Memang mudik lebaran itu membutuhkan banyak biaya, namun karena lebaran itu momen yang jarang (satu tahun sekali) maka biaya sebanyak apapun tidak menjadi masalah. Biasanya saya menghabiskan Rp. 2.000.000 hanya untuk keperluan lebaran. Setiap pulang kampung saya membawa oleh-oleh berupa makanan baju dan lain sebagainya. Namun efek dari adanya virus corona saya tidak bisa mudik.¹⁴⁵

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa mudik merupakan sebuah tradisi yang telah melekat dalam masyarakat Indonesia. Selain itu juga lebaran identik dengan serba baru dan serba ada. Hal yang sama juga disampaikan oleh Wisnu Dwiantoro sebagai berikut:

Lebaran itu identik dengan membeli baju baru atau barang baru. Hal ini dikarenakan momen lebaran sebagai momen lebaran adalah momen kembali kepada yang fitri sehingga inginnya yang serba baru, menyambut hari raya Idul Fitri ada momen silaturahmi sehingga harus serba baru. Menurut saya piknik dan liburan itu tidak perlu namun itu juga tergantung pada individu dan daerah masing-masing. Jika ditempat saya malah jarang adanya piknik karena selama Idul Fitri dari hari ke 1 sampai ke 7 masyarakat terus melakukan kunjungan silaturahmi ketempat saudara. Adapun terkait makanan enak pada saat lebaran itu merupakan hal yang wajar karena akan ada banyak tamu yang datang sehingga harus menghidangkan makanan yang enak. Mudik pada saat lebaran memang membutuhkan biaya banyak namun ya harus bagaimana lagi kan setahun sekali nanti uangnya bisa dicari lagi selain itu mudik telah menjadi sebuah tradisi sehingga banyak masyarakat yang menabung untuk persiapan mudik. Jika tidak mudik rasanya sedih. Tujuan mudik untuk bersilaturahmi dengan keluarga saudara dan teman-teman. Saya biasanya membawakan oleh-oleh untuk keluarga.

¹⁴⁵ Wawancara dengan Utari Destya Dewi, tanggal 1 Juni 2020 (via Whatsapp Call)

Namun Efek virus corona saat ini berdampak pada pekerjaan ada penurunan omset karena dibatasi ruang gerak sehingga berdampak pada penurunan penghasilan sehingga tidak dapat mudik selain itu juga ada larangan dari pemerintah untuk mudik sehingga tahun ini tidak bisa mudik. Biaya yang dihabiskan untuk mudik sekitar Rp. 5.000.0000, biaya ini meliputi: biaya transportasi, membeli oleh-oleh, membeli beli baju dan bagi-bagi THR untuk orang tua dan saudara.¹⁴⁶

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Lukman Dani sebagai berikut:

Setiap tahun saya pulang kampung (mudik) namun tidak mesti pas saat lebaran. Kalau gak pulang kampung rasanya sedih. Tujuan pulang kampung untuk bertemu dengan kelaurga sanak saudara dan sekalian *refresing* dari pekerjaan. Biasanya saya menghabiskan Rp. 7.000.000 untuk pulang kampung untuk biaya transportasi, oleh-oleh makanan atau pakaian untuk THR di kampung dan lain sebagainya. Meskipun memakan biaya yang banyak momen lebaran kan 1 tahun sekali gak masalah kalau merayakannya, nanti bisa dicari lagi.¹⁴⁷

Selanjutnya wawancara dengan Rini Astuti sebagai berikut:

Setiap lebaran saya selalu mudik untuk bertemu keluarga, saudara, teman-teman, dan *refresing*. Membeli baju baru pada saat lebaran menurut saya itu wajib karena sudah menjadi tradisi bahkan saya bisa menghabiskan Rp. 2.000.000 untuk membeli baju baru. Tradisi menghidangkan makanan enak itu sudah pasti ada. Selain itu juga biasanya keluarga saya pada malam takbiran menyalakan kembang api sampai habis Rp. 200.000 untuk membeli kembang api. Biaya yang dihabiskan untuk mudik dan lebaran sekitar Rp. 3.500.000 yang terdiri

¹⁴⁶ Wawancara dengan Wisnu Dwianto tanggal 1 Juni 2020 (via Whatsapp Call)

¹⁴⁷ Wawancara dengan Lukman Dani tanggal 1 Juni 2020 (via Whatsapp Call).

dari biaya untuk carter mobil, membeli oleh-oleh, membeli baju dan membagikan THR untuk orang tua, keluarga dan saudara, namun karena adanya pandemi Covid-19 ini berdampak pada penghasilan saya yang menurun sehingga saya sampai menjual perhiasan untuk biaya mudik.¹⁴⁸

Berdasarkan kesimpulan dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa mudik lebaran, membeli baju baru, menghidangkan makanan yang enak, piknik serta membagi-bagikan THR merupakan tradisi masyarakat Indonesia yang sudah melekat dalam masyarakat Indonesia. Bahkan mereka rela menghabiskan biaya yang banyak untuk biaya lebaran supaya tetap bisa menikmati momen lebaran dengan penuh sukacita dan bahagia dengan keluarga.

Mudik merupakan suatu tradisi yang setiap tahun terjadi saat menjelang hari raya besar di Indonesia, salah satunya adalah hari raya Idul Fitri. Namun, tahun ini akan berbeda dikarenakan Indonesia di hadapi dengan pandemi corona. Wabah Covid-19 sudah dikonfirmasi oleh WHO (*World Health Organization*) dapat menyebar dengan cepat oleh seseorang yang terinfeksi virus tersebut.

Penyebaran ini dapat terjadi ketika seseorang yang terinfeksi batuk dan mengeluarkan droplet. Maka dari itu, pada tanggal 21 April 2020 Presiden Jokowi melalui video conference menetapkan untuk melarang aktivitas mudik mulai tanggal 24 April 2020. Tujuan pelarangan mudik yaitu untuk memutus penyebaran wabah COVID-19 yang terjadi pada saat ini. Sebelumnya pelarangan mudik ini hanya berlaku untuk beberapa kalangan saja seperti ASN, TNI, Polri dan pegawai BUMN. Namun karena survei yang dilakukan oleh kementerian perhubungan masih terdapat 24% yang bersikeras untuk mudik, Presiden Jokowi memutuskan untuk melakukan pelarangan mudik bagi semua masyarakat.

¹⁴⁸ Wawancara dengan Rini Astuti tanggal 1 Juni 2020 (via Whatsapp Call

Pelarangan mudik ini tentu akan membawa dampak yang sangat besar, salah satunya dalam segi perekonomian daerah. Mudik memiliki 2 hal pokok yang menguntungkan untuk perekonomian daerah. *Pertama*, mudik menyebabkan perputaran uang yang besar dan cepat (*velocity of money*). Saat mudik masyarakat akan membawa uang untuk balik ke kampung halaman. Puluhan juta uang akan berpindah tangan dari kota ke desa. Dalam teori ekonomi perputaran uang yang begitu besar ini disebut dengan redistribusi ekonomi atau redistribusi kekayaan yakni terjadinya suatu perpindahan kekayaan dari suatu daerah ke daerah lain atau dari satu individu ke individu lainnya.

Fenomena diatas menunjukkan bahwa tradisi mudik dapat menciptakan redistribusi ekonomi dari kota besar ke daerah agar perekonomian daerah dapat terstimulasi dengan produktivitas masyarakatnya dan mengurangi ketergantungan kepada daerah pusat. Apabila pelarangan mudik ini diberlakukan, redistribusi ekonomi atau redistribusi kekayaan ini terhambat. Dalam artian, pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di daerah-daerah akan merasakan dampak dari pelarangan mudik ini. Pelaku usaha UMKM seperti pedagang di pinggir jalan, warung makan, dan toko oleh-oleh pun akan sepi oleh pengunjung.

Kedua, dengan adanya aktivitas mudik yang terjadi setiap tahun dapat memberikan dampak positif kepada infrastruktur. Dengan adanya mudik lebaran, mengharuskan pemerintah untuk memperbaiki infrastruktur guna memperlancar masyarakat yang ingin mudik tanpa adanya hambatan. Biasanya pemerintah memperbaiki jalan tol, jalan-jalan di daerah, dan memperbaiki fasilitas transportasi umum seperti kereta api, pelabuhan, bandara, dan lain sebagainya. Dengan memperbaiki infrastruktur tentu membawa dampak positif apalagi dalam ketepatan penyerapan anggaran.

Pada hakikatnya tradisi mudik ini menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi regional maupun nasional. Karena banyaknya masyarakat yang melakukan peningkatan dalam konsumsi. Jenis konsumsi disini meliputi pembelian motor, memperbaiki fasilitas rumah di kampung halaman, pakaian dan lain sebagainya. Banyak sekali dampak dari mudik terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Namun, dalam masa pandemi ini, masyarakat harus mematuhi kebijakan yang diambil oleh Presiden untuk tidak mudik guna memutus penyebaran virus COVID-19.

C. Pembahasan

Arus globalisasi dan modernitas membawa dampak yang signifikan terhadap masyarakat perkotaan dan perkotaan. Semakin derasnya akses informasi dan terbukanya kesempatan untuk terhubung dengan dunia luar mengubah pola pandang seseorang terhadap lingkungan sekitarnya. Modernisasi seringkali dikaitkan dengan westernisasi karena prakteknya didasarkan pada negara Barat. Hal ini seperti dikatakan oleh Soekanto bahwa modernisasi mencakup segala aspek sesuatu yang tradisional ke arah pola ekonomis dan politik yang menjadi ciri-ciri negara-negara Barat stabil. Dampak ekonomis dari modernisasi adalah invasi produk asing dan pola hidup instan yang masuk ke dalam negeri. Produk-produk asing tersebut dikemas semenarik mungkin untuk meningkatkan minat beli konsumen. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk secara berlebihan merupakan awal munculnya perilaku konsumtif. Individu akan secara terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan.¹⁴⁹

Ironisnya perilaku seperti itu tidak hanya dilakukan oleh kaula muda, tapi juga mewabah pada kalangan dewasa atau orang tua. Perilaku konsumtif ini kemudian dikaitkan juga dengan pola hidup hedonisme. Kesenangan dan

¹⁴⁹ Alex Wulan Fahri Lumban Tobing, Perilaku Hedonisme Pada Wanita Sosialita, *Indonesian Psychological Research*, Volume 01 No 01, Januari 2019, 48.

kesedihan itu adalah satu motif yang memerintah manusia. Kelompok hedonis biasanya melakukan kegiatan yang berfokus kepada diri sendiri dan bersifat mengeksploitasi kekayaan dan menampilkan perilaku hidup yang berlebihan. Aktivitas yang dilakukan biasanya berpusat seputar belanja di pusat perbelanjaan dan melakukan kegiatan dengan tujuan bersenang-senang di tempat-tempat hiburan umum. Banyak aktivitas dari kelompok hedonis ini kemudian berkembang di berbagai komunitas di perkotaan dan pedesaan.¹⁵⁰

Individu dengan hedonisme, dengan sendirinya menganggap atau menjadikan kesenangan sebagai tujuan hidupnya. Gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup dimana aktivitasnya cenderung mencari kesenangan hidup, contohnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, menyenangi keramaian kota, menyukai barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Individu dengan gaya hidup hedonis akan lebih mementingkan penampilan fisik. Berharap dengan tampil glamour akan menimbulkan kesan modern dan prestisius.¹⁵¹

Gaya hidup hedonis juga melingkupi nilai-nilai dan kegiatan keseharian yang berkaitan dengan penerimaan sosial dan keintiman. Dalam hal ini, penerimaan sosial dan keintiman tersebut berhubungan dengan pemikiran yang menggambarkan adanya harapan menyenangkan dan keuntungan dari lingkungan sosialnya termasuk cinta dan perhatian orang lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme seorang individu, yakni faktor internal (faktor yang berasal dari dalam diri individu yang didasarkan pada keyakinan diri sendiri untuk memiliki gaya hidup sesuai dengan keinginannya) dan faktor eksternal (faktor yang berasal dari luar individu yang dipengaruhi oleh kelompok referensi).¹⁵²

Sebenarnya setiap individu mempunyai gaya hidup hedonis, akan tetapi yang membedakan adalah tingkatannya, ada yang mempunyai tingkat hedonis

¹⁵⁰ *Ibid.*, 49.

¹⁵¹ Oktaviani Adhi Suciptaningsih, Hedonisme Dan Konsumerisme Dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman, *Equilibria Pendidikan Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi* Vol. 2, No. 1, 2017, 26.

¹⁵² *Ibid.*

rendah namun ada juga yang mempunyai tingkat gaya hidup hedonis tinggi dimana kesenangan adalah tujuan hidup mereka. Gaya hidup hedonis memerlukan biaya yang tinggi, karena kebahagiaan hidup diukur dari kesuksesan material, sehingga uang, harta, kekayaan dan kemewahan hidup adalah norma mereka.¹⁵³

Bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia, membeli pakaian baru sudah menjadi tradisi menjelang perayaan Hari Raya Idul Fitri. Tradisi beli pakaian baru maupun kebutuhan lainnya ini biasa dilakukan masyarakat di bulan Ramadan, terutama di hari-hari mendekati Lebaran.

Tak sedikit masyarakat khususnya Kecamatan Banyumas sudah sibuk sejak pertengahan bulan puasa. Kebanyakan mereka berlomba-lomba memilih pakaian baru lebih awal agar tak kehabisan stok. Tak ada yang mengetahui kapan tradisi beli pakaian baru ini bermula. Yang jelas, tradisi ini seolah telah mengakar di pikiran masyarakat Indonesia.

Selain itu, bisa dijadikan patokan, ketika *mall* dan pasar menjelang Lebaran sudah bisa dipastikan dipadati masyarakat yang ingin membeli pakaian atau kebutuhan lainnya. Bisa jadi, alasan kebanyakan orang melakoni tradisi ini demi menyambut hari yang fitri dengan pakaian yang serba baru. Mungkin juga, pakaian baru yang mereka kenakan bakal menjadi simbol rasa syukur dan penghargaan pada hari Lebaran.

Namun, tak sedikit pula mereka yang berbelanja pakaian baru hanya demi gengsi dan memperkuat status sosialnya di masyarakat. Mendekati hari H lebaran, pusat-pusat perbelanjaan seperti *mall* dan pasar besar bisa dipastikan dipadati oleh para pengunjung. Tradisi beli baju baru ini seolah 'memaksa' warga untuk merapat ke toko-toko pakaian untuk '*membuang*' uang mereka.

Terlebih jika di tempat-tempat tersebut dipasang papan bertuliskan diskon. Mulai yang 'hanya' diskon 50 persen, 70 persen, hingga yang dobel diskon. Semua menggiurkan bagi warga yang ingin berlebaran dengan baju baru. Demi sekadar menggugurkan tradisi beli pakaian baru ini, tak jarang

¹⁵³ *Ibid.*

orang-orang merelakan gajinya berpindah tangan ke pemilik toko busana. Kadang, kondisi ini membuat mereka tak berpikir panjang mengenai kehidupan setelah Lebaran. Syukur-syukur masih ada uang THR alias Tunjangan Hari Raya yang tersisa. Namun, kebanyakan justru THR itu lah yang habis lebih dahulu.

Tradisi beli pakaian baru jelang lebaran ini ternyata bukan hanya *sindrom* bagi masyarakat yang kaya. Warga dari kalangan menengah ke bawah pun tak mau kalah. Segala cara pun kadang mereka lakukan untuk memenuhinya. Mulai dari hutang sana-sini, jual atau gadai barang yang dipunya, beli barang dengan cara kredit, dan lain-lain. Unsur keterpaksaan pun akan turut berlaku demi tradisi ini. Maka, tak heran menjelang lebaran, angka kriminalitas cenderung meningkat. Ada dua faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku hedonis seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri dan motif. Sedangkan faktor eksternal meliputi: kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.¹⁵⁴

Perilaku hedonis yang terjadi pada sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas terjadi karena adanya faktor kebudayaan atau tradisi yang sudah kental pada masyarakat tersebut. Kebudayaan didefinisikan sebagai pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.¹⁵⁵

Perilaku hedonis (*hedonisme*) adalah istilah untuk menggambarkan faham yang mengutamakan pada kesenangan dan kemewahan fisik. Perilaku hedonisme ditandai dengan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai

¹⁵⁴ Novita Trimartati, Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan, *Psikopedagogia*, Vol. 3, No.1, 2014, 22.

¹⁵⁵ *Ibid.*

kepuasan maksimal. Menurut James F. Angel perilaku konsumtif dapat di definisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.¹⁵⁶

Adanya perilaku konsumtif (hedonis) dimasyarakat karena terpengaruh oleh iklan. Menurut Unnikrishnan dan Bajpai sebagaimana dikutip oleh Yustiman Ihza menyebutkan bahwa iklan merupakan proses pengkomunikasian informasi yang memang dimaksudkan untuk membujuk khalayak agar masyarakat membeli produk yang ditawarkan. Informasi dalam iklan berisi tentang kelebihan-kelebihan produk yang diiklankan agar dijadikan pedoman oleh masyarakat untuk membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasrat mereka.¹⁵⁷ Iklan dianggap sebagai proses “pencucian otak” yang dimaknai sebagai pengumbar harapan-harapan imaji terkait kepuasan psikologi konsumen. Konsumen dipastikan akan merasa puas, terhormat dan gaya dengan memakai sederet barang-barang bermerk.¹⁵⁸

Godaan iklan ini menjadi salah satu sebab seseorang menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif datang kesemua penjuru negara dan bangsa di dunia ini menumpang dengan budaya globalisasi. Budaya globalisasi yang membawa ruh neoliberalisme ini telah membawa “budaya global” yang mempengaruhi perilaku konsumsi manusia menjadi globalisasi sikap hidup dan globalisasi budaya yang disebut konsumerisme.¹⁵⁹

Adanya globalisasi membawa kebudayaan asing masuk ke Indonesia. Indonesia sejak dulu sudah bersinggungan dengan budaya asing, baik yang datang ke Indonesia maupun yang didatangi masyarakat Indonesia. Pada

¹⁵⁶ Engel James F, *Perilaku Konsumen Jilid I*, Terj. Drs. F.X. Budianto, (Jakarta: Bina Aksara Rupa, 1994), 3.

¹⁵⁷ Yustiman Ihza, *Bujuk Rayu Konsumerisme Menelaah Persuasi Iklan di Era Konsumsi* (Depok: Linea, 2013), 23.

¹⁵⁸ Filosa Gita Sukmono (Ed), *Cyberspace and Culture: Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup dan Identitas dalam Dunia Cyber* (Yogyakarta: Litera, 2014), 66.

¹⁵⁹ Sri Wening, *Waspada Konsumerisme: Kiat-Kiat Menghambat Melalui Pendidikan Karakter* (Yogyakarta: UNY Press, t.th), 15.

hakikatnya yang dirisaukan dari kebudayaan masa kini adalah: pertama, risau terhadap kebudayaan tinggi (*mass culture*) sebab ia diproduksi secara besar-besaran berdasarkan perhitungan dagang belaka. Kedua, kebudayaan tinggi (*mass culture*) merusak kebudayaan asli dengan cara meminjam atau mencuri atau memeralatnya. Ketiga, kebudayaan tinggi (*mass culture*) menanamkan pengaruh yang sangat buruk seperti *free sex*, kriminal dan lain sebagainya.¹⁶⁰ Pada kebudayaan ini pegaulan antara laki-laki dan perempuan tidak ada batasnya lagi selain itu tindakan kriminal semakin menjadi-jadi bahkan dilakukan oleh anak-anak seperti yang terjadi pada kasus James Bulger pada tahun 1993.¹⁶¹ Keempat, kebudayaan tinggi (*mass culture*) menciptakan masyarakat yang pasif yang sangat mudah terpengaruh oleh oleh godaan dan bujukan iklan.¹⁶²

Sikap hedonis bisa dilakukan oleh siapa saja. Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.¹⁶³ Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Pendapat di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Berbelanja merupakan suatu aktifitas kompleks. Seringkali orang pergi kepusat perbelanjaan untuk menghabiskan uang tanpa memikirkan apakah barang-barang tersebut dibutuhkan atau

¹⁶⁰ Idi Subandi Ibrahim (Ed), *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia* (Yogyakarta: Jalasutra, 2013), 5-6.

¹⁶¹ Angela McRobbie, *Posmodernisme dan Budaya Pop*, terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018), 346.

¹⁶² Idi Subandi Ibrahim (Ed), *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, 6.

¹⁶³ Erich Fromm, *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi yang Manusiawi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996), 23.

tidak.¹⁶⁴ Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Perilaku hedonis ini tidak sejalan dengan prinsip etika ekonomi Islam. Ekonomi Islam berlandaskan pada falsafah keimanan, prinsip keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan duniawi dan ukhrawi bukan memaksimalkan kesenangan, prinsip distribusi kekayaan dan keberpihakan terhadap kelompok tidak mampu. Ekonomi Islam menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan sosial antara dunia dan akhirat dan antara kekayaan dan zakat. Landasan etika dan moral inilah yang menjadikan ekonomi Islam berbeda dari sistem ekonomi lainnya.¹⁶⁵

Boros (*Israf*) mengandung arti “berlebih-lebihan atau melampaui batas”. Kata berlebih-lebihan dalam bahasa Arab yaitu (سرف) yang berasal dari (سرف-يسرف-اسراف) yang berarti “berlebih-lebihan atau melampaui batas”, juga mengandung arti penghamburan yang melebihi batas kewajarannya dan serta mengakibatkan pemborosan.¹⁶⁶

Sedangkan secara istilah *Israf* atau berlebih-lebihan adalah melakukan suatu perkara yang di luar batasnya, yang semestinya perkara tersebut sudah cukup dan pantas, tetapi ditambah-tambah dan melebihi-lebihkan atau meninggi-ninggikan hingga menimbulkan kesia-sian terhadap perkara tersebut dan menjadi tidak bermanfaat dan tidak berguna dalam menempatkan posisinya. *Israf* lebih mengarah kepada sifat royal dengan mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, atau dengan kata lain *Israf* berarti membelanjakan harta yang diberikan untuk pemuasan kebutuhan-kebutuhan yang dihalaikan

¹⁶⁴ Jhon Storey, *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, Terj. Laily Rahmawati (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 168.

¹⁶⁵ Moh. Atho Mudzhar & Muhammad Maksum. *Fikih Responsif: Dinamika Integrasi Ilmu Hukum, Hukum Ekonomi dan Hukum Keluarga Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 153-154.

¹⁶⁶ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: PT. Mahmud Yunus, 1989), 168.

dan keinginan-keinginan yang haram, seperti mabuk-mabukan, judi dan lain-lain.¹⁶⁷

Menurut Yusuf Qardhawi, kemewahan dan perilaku boros (*Israf*) adalah perbuatan menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan yang sangat ditentang oleh ajaran Islam. Boros dan mewah bukanlah dua kata yang bersinonim. Di dalam kemewahan terdapat unsur boros, namun orang yang hidup boros tidak selalu mewah. Betapa banyak manusia membelanjakan hartanya untuk minuman keras, narkoba, dan barang memabukkan lainnya, sedangkan ia hidup dalam kemiskinan dan kesengsaraan. Mereka pemboros tetapi bukan orang yang hidup mewah. Ringkasnya, setiap orang yang hidup mewah pasti boros, tetapi tidak setiap pemboros itu hidup mewah.¹⁶⁸

Sikap boros menghilangkan kemaslahatan harta, baik kemaslahatan pribadi atau kemaslahatan orang lain. Lain halnya jika harta atau uang itu dinafkahkan untuk kebaikan dan untuk memperoleh pahala dengan tidak mengabaikan tanggungan yang lebih penting. Menurut Yusuf Qardhawi hukum perilaku boros dapat dikelompokkan menjadi tiga hal:

- a. Berbelanja untuk hal yang dilarang dalam agama: hukumnya haram;
- b. Berbelanja untuk hal yang diperbolehkan agama: hukumnya boleh selama tidak meninggalkan tanggungjawab yang lebih besar.
- c. Berbelanja untuk hal yang dibolehkan oleh agama, seperti untuk menyenangkan hati, dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:
 - a. Tidak boros jika membelanjakan harta demi menanggulangi bencana seperti: peperangan.

¹⁶⁷ Afzalurrahman, *Muhammad Encyclopedia of Seerah*, Terj. Dewi Nurjulianti (Jakarta: Mizan, 1997), 206.

¹⁶⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* terj. Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 2018), 155.

- b. Boros: segala sesuatu yang tidak termasuk hal di atas. Menurut pendapat jumbuh termasuk sikap boros. Namun menurut sebagian ulama Syafi'i itu bukan sikap boros.¹⁶⁹

Islam memberikan batasan kepada seorang muslim dalam menggunakan harta harta, yaitu batasan dalam segi kualitas dan batasan dalam segi kuantitas. 1) Batasan dalam segi kualitas berkaitan dengan larangan membelanjakan harta untuk mendapatkan barang yang memabukan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh dan akal seperti: minuman keras dan narkoba, mengoleksi patung, mengumpulkan modal untuk berjudi. Selain itu, membelanjakan harta untuk mendapatkan barang-barang dan hiburan hukumnya juga haram dan dilarang walaupun dalam jumlah kecil dan konsumennya adalah orang yang kaya raya. 2) Batasan dari segi kuantitas yaitu: Manusia tidak boleh berada dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil daripada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak. Biasanya untuk memenuhi keinginannya seseorang berutang kepada orang lain, padahal Nabi memohon kepada Allah agar dijauhkan dari hutang. Orang yang suka berhutang adalah tipe manusia yang berakhlak buruk.¹⁷⁰

Kemewahan dan pemborosan akan menenggelamkan manusia dalam memenuhi nafsu birahi dan kepuasan perut sehingga seringkali melupakan norma dan etika agama karenanya menjauhkan diri dari Allah SWT. Kemegahan akan merusak masyarakat karena biasanya terdapat golongan minoritas kaya yang menindas mayoritas miskin.¹⁷¹

Allah SWT berfirman dalam Surat Al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ

¹⁶⁹ *Ibid.*, 141-142.

¹⁷⁰ *Ibid.*, 142-143

¹⁷¹ *Ibid.*, 152.

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa “Dan makanlah kamu dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan”, selain berpakaian yang pantas, maka makanlah makanan yang sederhana dan minuman yang sederhana. Dari sini tampak bahwa keduanya mempengaruhi sikap hidup Muslim, yaitu menjaga kesehatan rohani dengan beribadah dan makan-minum makanan yang pantas, tidak berlebih-lebihan bagi kesehatan jasmani. Tergabunglah antara kebersihan pakaian dan kebersihan makanan dan minuman jangan berlebihan, sehingga menuruti kemauan dan selera saja. Sebab, makan-minum yang berlebihan bisa mendatangkan penyakit. Berlebih-lebihan bisa pula merusak rumah tangga dan perekonomian diri sendiri. Di ujung ayat tersebut ditegaskan:

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak suka kepada orang yang berlebihan.

Allah tidak suka kepada orang yang berbelanja keluar lebih besar dari pada penghasilan yang masuk (lebih besar pasak dari pada tiang). Keborosan membawa celaka bagi diri dan celaka bagi rumah tangga.¹⁷²

Dalam membahas perspektif hukum ekonomi syariah, ekonomi dalam Islam bermuara kepada akidah Islam. Sedangkan dari sisi yang lain ekonomi Islam bermuara pada Al-Qur’an dan Hadis. Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹⁷³ Islam tidak memisahkan ekonomi dengan etika. Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi syariah disuatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan

¹⁷² Hamka, *Tafsir al-Azhar Juz VII* (Jakarta: PT. Panji Mas, 1992), 213-214.

¹⁷³ Mustava Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif.....*, 15

sebesar-besarnya, namun disisi lain ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.¹⁷⁴

Salah satu tradisi lebaran adalah mudik. Mudik menurut antropolog Neil Mulder adalah proses migrasi internal atau lokal yang berlangsung secara temporer. Di samping sebagai proses migrasi mudik juga merupakan simbol kultur komunalitas yang terjadi pada masyarakat baik sebelum maupun pasca libur panjang atau hari besar seperti Natal, tahun baru dan terutama pada saat lebaran. Mudik di Indonesia sudah menjadi suatu tradisi yang selalu dilakukan di masyarakat Indonesia pada peringatan hari-hari yang dianggap penting, seperti pada Waktu lebaran atau liburan. Mudik atau dalam artian lain pulang kampung ini sudah merupakan aktivitas rutin tahunan bagi sebagian masyarakat Indonesia yang sebagaian perantau atau jauh dari keluarga.

Mudik merupakan kenyataan yang tak bisa dipungkiri sebagai kebiasaan masyarakat muslim di Indonesia. Mudik ditempatkan sebagai bahasa budaya sementara Idul Fitri adalah bahasa agama.

Mudik merupakan bentuk sinergi antara ajaran agama dengan budaya atau tradisi masyarakat Indonesia. Sebagai sebuah tradisi mudik telah mengakar secara kuat. Sementara dalam pandangan agama berbagai tradisi dalam mudik diyakini memiliki landasan. Dengan demikian makna mudik sebenarnya tak hanya sebagai kebiasaan pulang kampung melainkan erat kaitannya dengan berbagai sifat dan dimensi kehidupan manusia.

Secara kultural mudik memang sebuah warisan atau bahkan keharusan. Tapi secara moral dan spiritual mudik juga menjadi wujud bakti anak kepada orang tua. Kebiasaan sungkeman, meminta maaf hingga berziarah mendoakan anggota keluarga yang telah tiada menunjukkan jika mudik bukan hanya perjalanan fisik namun juga rohani. Sungkeman atau cium tangan orang tua bukan hanya bentuk kontak fisik melainkan memiliki makna secara spiritual karena orang tua dapat dianggap sebagai perantara bagi seorang anak dalam

¹⁷⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*....,35

mengenal Tuhan. Pada akhirnya ikatan batin dengan orang tua serta kewajiban mendoakan anggota keluarga seperti ini turut melestarikan tradisi mudik.

Mudik juga mengukuhkan sifat manusia sebagai makhluk sosial. Silaturahmi yang terjalin selama mudik merupakan interaksi manis antara seorang manusia dengan sesamanya. Melalui silaturahmi kita diingatkan kembali bahwa seorang manusia tak akan bisa mempertahankan hidup dan kehidupannya tanpa bantuan dan interaksi dengan sesamanya. Pada akhirnya silaturahmi sebagai bagian dari mudik menjadi sarana yang sangat humanis dan interaktif untuk membangun toleransi karena mudik dan silaturahmi juga dijalankan dan dijalin oleh banyak masyarakat dari berbagai latar perbedaan termasuk agama.

Makna mudik dalam Islam setara dengan makna '*idh*' yang berasal dari bahasa Arab عيدا - يعيد - عاد dan '*fitri*' yang bermakna suci atau kesucian. Dapat pula *fitri* bermakna *futhur* (makan pagi-pagi) sebab masyarakat muslim dibolehkan kembali makan dipagi hari setelah sebulan menjalankan puasa bulan Ramadhan. Mudik dicermati dalam satu firman Allah SWT sebagai berikut:

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنْبِ وَابْنِ السَّبِيلِ
وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya: Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.

Dalam ayat tersebut di atas, Allah SWT dengan jelas dan tegas memerintahkan kepada kita untuk berbuat baik kepada orang tua, karib kerabat, tetangga, teman sejawat dan seterusnya. Dan ini menjadi satu kewajiban bagi

semua hamba yang beriman dan bertakwa kepada Allah. Berbuat baik dimaksudkan antara lain dengan mudik untuk bertemu, bersalaman guna saling memaafkan dan sampai-sampai melepas kerinduan melalui momen lebaran. Tidak itu bagi pemudik biasanya membawa pulang sejumlah uang dan barang sebagai hasil jerih payahnya selama di perantauan. Pemudik yang baik, biasanya tidak hanya diperuntukkan bagi keluarga utamanya saja, tetapi juga dia berbagi untuk keluarga dekat, tetangga dan teman sejawat dan seterusnya. Biasanya malah ada yang mengadakan kenduri yaitu bentuk syukur nikmat dan bersedekah dengan lebih luas dan merata kepada masyarakatnya atas limpahan rejeki yang telah diberikan Allah SWT. Semua itu menjadi daya tarik dan kebanggaan sendiri bagi pemudik, calon perantau lain dan keluarganya. Dari sisi lain lagi, dapat dilihat mudik sebagai upaya menyambung dan mempererat hubungan silaturahmi. Setelah sekian lama mereka tidak bertemu, tidak ngumpul dan tidak melakukan tukar informasi, maka dengan mudik tali silaturahmi akan tersambung. Lebih-lebih bagi orang yang paham akan pentingnya bersilaturahmi, yaitu akan dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka pilihan untuk mudik menjadi lebih bermakna dan berguna bagi kehidupan seseorang.

Mudik dipahami sebagai liburan massal warga kota-kota besar di daerah asal mereka (desa atau kota-kota yang lebih kecil). Kegiatan ini biasanya dilakukan menjelang hari raya Idul Fitri, Natal dan Tahun Baru. Jumlah warga kota yang mudik setiap tahun diperkirakan sekitar sepuluh hingga enam puluh persen. Hal ini dapat dilihat dari bukti empiris seperti keadaan jalan dan pusat-pusat keramaian di kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang dan kota besar lainnya menjadi relatif sepi.

Fenomena mudik mulai tren sejak berkembangnya kota-kota besar di Indonesia pada awal tahun 1970-an. Sejak tahun 70-an, kota-kota berkembang

sebagai simpul sumber penghidupan sekaligus tempat singgah bagi para pendatang yang berasal dari berbagai daerah.¹⁷⁵

Dari tahun ke tahun, mudik tidak pernah menjadi hal yang mengkhawatirkan selain persoalan kemacetan. Namun pada tahun 2020 ini, mudik menjadi hal yang mengkhawatirkan karena adanya pandemi Covid-19 yang juga melanda Indonesia. Sejak kasus positif pertama diumumkan pada 2 Maret 2020, tren kasus Covid-19 di Indonesia semakin meningkat. Berdasarkan data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 per 8 Juni 2020, total jumlah kasus positif di Indonesia kini mencapai 32.033 kasus yang tersebar di hampir seluruh provinsi di Indonesia. Jumlah kasus terbanyak di Provinsi DKI Jakarta dengan 8.033 kasus (25,8 persen) dan Provinsi Jawa Timur dengan 5.948 kasus (19,1 persen).¹⁷⁶

Pada masa pandemi Covid-19, kota-kota besar tidak hanya menjadi simpul kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi simpul penyebaran Covid-19. Mobilitas manusia yang tinggi di wilayah perkotaan kini menjadi faktor utama dalam penyebaran Covid-19. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mobilitas manusia sangat berperan dalam penyebaran wabah. Dalam konteks ini, fenomena mudik dipandang sangat mengkhawatirkan karena berpotensi menyebarkan Covid-19. Di Indonesia, pulau Jawa menjadi wilayah yang paling rentan karena memiliki aktivitas mudik yang tinggi dibandingkan dengan wilayah lain.¹⁷⁷

Untuk mencegah penyebaran Covid-19, maka pemerintah mengeluarkan larangan mudik sebagaimana tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 25 Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Musim Mudik Idulfitri 1441 Hijriah dalam rangka Pencegahan Penyebaran Covid-19. Larangan mudik ini menimbulkan pro dan kontra

¹⁷⁵ Ari Purwanto Sarwo Prasajo, Yulinda Nurul Aini, Dwiyantri Kusumaningrum, Potensi Pola Aliran Mudik pada Masa Pandemi Covid-19 (*The Potential Of "Mudik" Flows Patterns In Covid-19 Pandemic*), Jurnal Kependudukan Indonesia, Edisi Khusus Demografi dan COVID-19, Juli 2020, 21.

¹⁷⁶ *Ibid.*

¹⁷⁷ *Ibid.*, 22.

masyarakat baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook dan lain sebagainya seperti contoh berikut:

- a. Munculkan kasus-kasus baru dan mengubah masa puncak wabah (antaranya diangkat Pakar virus Universitas Brawijaya Andrew William Tulle, Dekan FKUI Ari Fahrial Syam, Dokter epidemiologi UI Pandu Riono);
- b. Kekecewaan atau kebingungan, serta harapan kepala daerah agar pemerintah pusat larang mudik (misal Bupati Ponorogo Ipong Muchlissoni, Wali Kota Kediri Abdullah Abu bakar, Wali Kota Solo FX Hadi Rudyatmo).
- c. Argumentasi untuk mudik pada dasarnya berhubungan dengan ketidakpastian adanya bantuan dari pemerintah untuk memenuhi kebutuhan pokok para pekerja harian, (Twitter @Dodobasuki, FB: Isman Ismail, FB @Redi Robison, FB @Putra Andalas).

Berdasarkan analisa teks, keputusan tidak melarang mudik, namun imbauan untuk tidak mudik semakin menguatkan asosiasi Pemerintah yang plin-plan, setengah hati, hanya mementingkan ekonomi ketimbang nyawa rakyat. Berbagai indikasi ketakpatuhan atau sikap setengah hati dari kepala daerah, dapat mengancam sinergitas hubungan pusat-daerah dalam melawan pandemi Corona. Matriks Isu Mudik dapat dilihat pada tabel berikut:

IAIN PURWOKERTO

Tabel 4.1 Matriks Isu Mudik

Problem	Isue	Cause	Place/Actor	Solution
Ekonomi	Kesiapan Pemerintah	Pemerintah buka donasi	Menkeu Sri Mulyani	
	Pekerja informal Kehilangan penghasilan	Gerakan Physycal Distancing, PSBB	Jabodetabek	Donasi Bantuan Makanan dan Uang
	THR dan Gaji ke-13	Penghematan Belanja Negara	Menkeu Sri Mulyani	
Kesehatan	Masa Puncak Wabah Covid-19 Berubah	Mudik	Nasional	Karantina pemudik, Lockdown Daerah, Larangan Mudik
Pemerintahan	Lockdown	Lindungi warga, fasilitas kesehatan minim	Tegal, Papua	Pembatasan/Pelarangan Beberapa Moda Transportasi
	ASN	Larangan Mudik	Menpan RB Tjahjo Kumolo/Nasional	Sanksi disiplin
	Daerah harap pemerintah pusat	Kesiapan fasilitas dan resource di daerah	Solo, Kediri, Ponorogo	Karantina pemudik, Larangan mudik

	melarang mudik			
Transportasi	Pembatalan mudik gratis	Sebabkan keramaian masa, Rawan penyebaran Corona	Jabodetabek	Alihkan Dana Mudik Gratis untuk Membantu Sektor Kesehatan atau Pangan
Agama, Sosial, Budaya	Tradisi Lebaran	Tradisi Agama	Nasional	Menag keluarkan Panduan Ibadah Ramadhan dan Idul Fitri

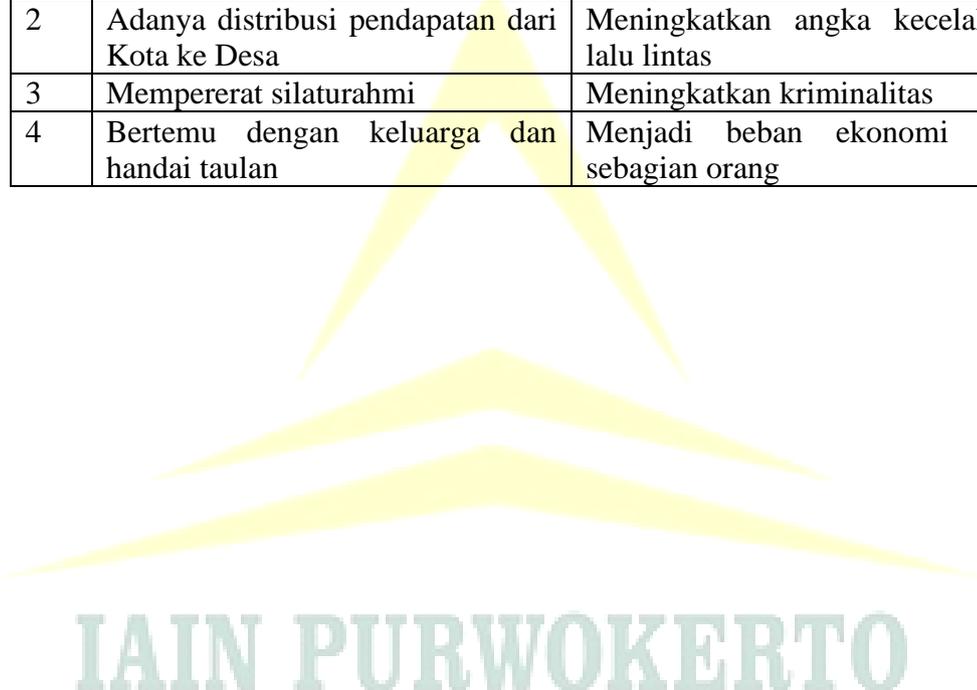
Mobilitas tinggi dan pergerakan penduduk menjadi situasi yang paling rentan penyebaran COVID-19. Lalu lintas penduduk yang tinggi saat mudik menyebabkan risiko penyebaran virus yang merata hingga ke daerah-daerah di wilayah Indonesia. Menurut Kepala Pusat Data Informasi dan Komunikasi Kebencanaan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), Agus Wibowo, menerangkan pemerintah membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 berdasarkan Kepres Nomor 7 tahun 2020 pada 13 Maret 2020. Gugus Tugas COVID-19 melibatkan seluruh lapisan masyarakat dari pemerintah pusat hingga ke RT/RW dan warga yang diharapkan dapat bekerjasama menanggulangi penyebaran COVID-19. “Edukasi, sosialisasi, dan mitigasi dilakukan dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat untuk memerangi pandemi COVID-19.

Regulasi mudik telah dibentuk untuk pemerintah pusat dan daerah. Regulasi dari pemerintah pusat adalah melarang mudik untuk ASN, anggota TNI-Polri, dan pegawai BUMN/BUMD. Sedangkan pemerintah daerah menyiapkan Desa Tangguh Bencana dengan dana desa, mendorong partisipasi masyarakat, serta terus mengimbau agar tidak mudik. Namun disisi lain larangan mudik diharapkan dapat dikaji dari berbagai sisi. Masalahnya, banyak

pekerja di Kota Besar kehilangan pekerjaan karena dampak COVID-19 sehingga mudik bisa saja menjadi satu-satunya pilihan. Tradisi mudik menjelang hari raya Idul Fitri sudah menjadi fenomena budaya masyarakat Indonesia. Namun, kondisi di tengah pandemi COVID-19 di tahun 2020 menjadikan mudik sebagai hal yang kompleks.

Berdasarkan pemaparan di atas tentang keuntungan dan kerugian mudik maka dapat disimpulkan dalam tabel berikut:

No	Keuntungan Mudik	Kerugian Mudik
1	Meningkatkan pendapatan daerah	Mengakibatkan kemacetan
2	Adanya distribusi pendapatan dari Kota ke Desa	Meningkatkan angka kecelakaan lalu lintas
3	Mempererat silaturahmi	Meningkatkan kriminalitas
4	Bertemu dengan keluarga dan handai taulan	Menjadi beban ekonomi bagi sebagian orang



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan mengenai perilaku hedonis dalam perayaan Idul Fitri Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi kasus di Kecamatan Banyumas), maka dapat disimpulkan:

1. Perayaan Idul Fitri yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas antara lain adalah: adanya tradisi membeli baju baru, barang baru dan serba baru, selain itu juga menghadirkan makanan istimewa, memberikan THR, piknik dan bersilaturahmi, namun untuk memenuhi tradisi tersebut sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas rela melakukan apa saja bahkan sampai berhutang dan menjual barang-barang yang dimiliki demi untuk memenuhi tradisi perayaan lebaran tersebut.
2. Ekonomi syariah memandang praktik yang dilakukan oleh sebagian masyarakat Kecamatan Banyumas merupakan sikap *Israf* atau berlebih-lebihan yang diharamkan dalam Islam sehingga bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Namun meskipun demikian budaya populer atau berlebih-lebihan dalam merayakan Idul Fitri tidak hanya memiliki dampak negatif tapi juga dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi daerah yaitu karena derasnya aliran uang dari kota ke desa, adanya tradisi silaturahmi dan bersedekah sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT.

B. Saran-Saran

1. Bagi peneliti, penelitian ini tentunya dibutuhkan pembahasan atau kajian yang lebih kritis dan mendalam. Oleh karena itu, peneliti berharap penelitian ini ditindak lanjuti agar lebih komperhensif dan mendalam dalam aspek yang lain.
2. Bagi masyarakat Kecamatan Banyumas, disarankan untuk menghindari pola hidup yang berlebihan ketika menghadapi hari raya

Idul Fitri agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif. Selain itu, masyarakat sebaiknya mampu mengendalikan dirinya sehingga terhindar dari dampak negatif perilaku konsumtif seperti pemborosan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Ida Rochani. *Fiksi Populer Teori dan Metode Kajian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi: Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Afrina, Dita dan Siti Achirina, Rasionalitas Muslim terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam, *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Afzalurrahman. *Muhammad Encyclopedia of Seerah*, Terj. Dewi Nurjulianti. Jakarta: Mizan, 1997.
- Ali Rama, Mudik Lebaran & Instrumen Redistribusi Kekayaan, Opini Koran Bisnis Indonesia, 21 Mei 2019.
- Ali, Zainuddin. *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2006.
- Amin, Wildan Rijal. *Kupatan*, Tradisi Untuk Melestarikan Ajaran Bersedekah, Memperkuat Tali Silaturahmi, Dan Memuliakan Tamu, *Al-A'raf*, Vol. XIV, No. 2, Juli – Desember 2017.
- Anggraini, Ranti Tri. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja". *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2017.
- Anindya, Desy Astrid. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua, *At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, 2017.
- Asy'ari, M. Perilaku Ekonomi Perspektif Etika Islam, *Jurnal Al-Ulum*, Volume. 10, Nomor 1, Juni 2010.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*, cet. Ke 5. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Badroen, Faisal dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Bertens, Karl. *Etika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Bisri, Cik Hasan. *Pilar-pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

- Chaniago, R. Hafiz & Fauziah Kartini H.B. Budaya Populer dan Komunikasi: Impak Kumpulan Slank Terhadap Slankers di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication* Jilid 27(1), 2011.
- Crisnawati, Dian dan Sri Mulati Abdullah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian, *Jurnal Spirits* Vol. 2 No. 1, November 2011 ISSN: 2087-7641.
- Dahruji dan Arif Rachman Eka Permata, Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia, www.jurnal.turnojoyo.ac.id.
- Desiana, Rina dan Noni Afrianty. Landasan Etika dalam Ekonomi Islam. *AL-INTAJ* Vol. 3, No. 1, Maret 2017.
- Dirdjosisworo, Soedjono. *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers 2010.
- Djamil, Fathurrahman. *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori dan Konsep*. Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- F.Engel James. *Perilaku Konsumen Jilid I, Terj. Drs. F.X. Budiarto*. Jakarta: Bina Aksara Rupa, 1994.
- Fromm, Erich. *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi Yang Manusiawi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research I*. Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM, 1987.
- Hamka, *Tafsir al-Azhar Juz VII*. Jakarta: PT. Panji Mas, 1992.
- Ibrahim, Idi Subandi (Ed). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra, 2013.
- Ihza, Yustiman. *Bujuk Rayu Konsumerisme Menelaah Persuasi Iklan di Era Konsumsi*. Depok: Linea, 2013.
- Iswandi, Andi . Peran Etika Qur'ani terhadap Sistem Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad*: Vol. VI No. 1, Januari 2014.
- Juliyani, Erly. Etika Bisnis dalam Persepektif Islam, *Jurnal Ummul Qura* Vol VII, No.1 Maret 2016.
- Kahmad, Danang. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Kartono, Kartini. *Patologi Sosial 2*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 1997.

- Kasali, R. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targettingm Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Ma'arif, Ahmad Syafi'i. *Ibn Khaldun Dalam Pandangan Penyusun Barat dan Timur*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Machfudz, Masyhuri. *Dekonstruksi Model Ekonomi Islam yang Terukur*. Malang: UIN Maliki Press, 2015
- Madnasir. Distribusi dalam Islam. *Jurnal Asas*, Vol 2, No 1, Januari 2010.
- Mardiah, Ainun, Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru, *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi 13 Volume II Tahun 2017.
- Marselina, Dwi Andana. Perubahan Perilaku konsumtif Buruh Pabrik PT. Adi Satria Abadi (Studi tentang Dampak Peralihan Profesi Masyarakat Dusun Banyakan II, Desa Sitimulyo Kec. Piyungan Kab. Bantul Prov. D.I Yogyakarta). *Tesis*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Marthon, Sa'ad Said. *Al-Madkhal Li al-fikri Al-Iqtishaad fi al-Islaam*. Terj. Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin. Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim, 2004.
- McRobbie, Angela. *Posmodernisme dan Budaya Pop*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2018.
- Moleong, Ledy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012.
- Muchtarom, Zaini dkk (Ed). *Islam untuk Disiplin Ilmu Ekonomi*. Jakarta : Departemen Agama RI, Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, 1997.
- Mudzhar, Moh. Atho & Muhammad Maksum. *Fikih Responsif: Dinamika Integrasi Ilmu Hukum, Hukum Ekonomi dan Hukum Keluarga Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Mudzhar, M. Atho. *Esai-Esai Sejarah Sosial Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Mudzhar, M. Atho. *Pendekatan Studi Islam: Dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Mudzhar, M. Atho. *Pendekatan Studi Islam: Dalam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

- Muhardi, Paradigma Boros Dalam Kegiatan Ekonomi, *Jurnal Al-Mimbar*, Volume XXI No. 1 Januari – Maret 2005 : 81 – 92.
- Nadzir, Misbahu dan Tri Muji Ingarianti, Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja oi Kota Malang, *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 2015.
- Nahrawi, Nahar dkk (Ed). Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Perspektif Hukum dan Perundang-Undangan. Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama RI Tahun 2012.
- Nasrullah. *Sosiologi Hukum Islam*. Bandung: SPB, 2006.
- Nasution, Mustava Edwin dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Putranto, Hani. *Herucakra Society: Jalan Ketiga Ekonomi Dunia*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2004.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam* terj. Zainal Arifin . Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rahman, Aulia dan Muh Fitrah, Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombong Kota Makassar, *LAA MAISYIR*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2018.
- Rahman, Aulia dan Muh Fitrah, Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar, *Laa Maisyir*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2018.
- Ridla, M. Rasyid. Sosiologi Hukum Islam (Analisis terhadap Pemikiran M. Atho' Mudzhar), *Jurnal Al Ahkam*. Vol. 7 No. 2 Desember 2012.
- S, Sudarsih. *Konsep Hedonisme Epikuros Dan Situasi Indonesia Masa Kini*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2007.
- Salam, B. Salam,. *Etika Sosial: Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Sampurno, Wahyu Mijil. Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga, *Journal of Islamic Economics Lariba* (2016). vol. 2, issue 1: 13-18 Page 13 of 18 DOI : 10.20885/jielariba.vol2.iss1.art4.
- Sidharta, Bernard Arief. *Refleksi tentang Struktur Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

- Sitepu, Novi Indriyani. Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Volume 2 Nomor 1, Maret 2016.
- Sitepu, Novi Indriyani. Perilaku Konsumsi Islam Di Indonesia, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Volume 2 Nomor 1, Maret 2016.
- Soekarno, Soerjono. *Pokok-pokok Sosiologi Hukum Cet-25*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1980.
- Storey, Jhon. *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, Terj. Laily Rahmawati. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Subyako, Bambang B. Mudik Lebaran (Studi Kualitatif), *Journal of Economic & Development*, Volume 9, No. 2, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharyono, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Al-Intaj*, Vol.4, No.2, September 2018.
- Sukmono, Filosa Gita (Ed). *Cyberspace and Culture: Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup dan Identitas dalam Dunia Cyber*. Yogyakarta: Litera, 2014.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap popular Culture dalam Kajian Budaya/ Cultural Studies. *Jurnal Nirmana* Vol. 9, 2007.
- Tebba, Sudirman. *Sosiologi Hukum Islam*. Yogyakarta: UII Press, 2003.
- Trimartati, Novita. Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan, *Psikopedagogia*, Vol. 3, No.1, 2014, 22.
- Prasojo, Ari Purwanto Sarwo, Yulinda Nurul Aini, Dwiyantri Kusumaningrum, Potensi Pola Aliran Mudik pada Masa Pandemi Covid-19 (*The Potential Of "Mudik" Flows Patterns In Covid-19 Pandemic*), *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Edisi Khusus Demografi dan COVID-19, Juli 2020.
- Wilson, Fiona, "Indians and Mestizos : Identity and Urban Popular Culture in Andean Peru," *Journal of Southern African Studies* 26, no. 2 (June 2000): 239–53, <https://doi.org/10.1080/03057070050010093>.

Waluyajati, Roro Sri Rejeki & Afghoni Syahuri, "Budaya Pop dalam Tradisi Shalawatan Pada Masyarakat Pedesaan, Religious: *Jurnal Studi Agama-agama dan Lintas Budaya* 3, 2 (2019): 136.

W. Rahardjo dan Silalahi , Y.B. Perilaku Hedonis Pada Pria Metroseksual Serta Pendekatan dan Strategi yang Digunakan untuk Mempengaruhinya. *Pesat*. Vol.2 (9). 2007: 51-67.

Wening, Sri. *Waspada Konsumerisme: Kiat-Kiat Menghambat Melalui Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: UNY Press, t.th.

Ya'qub, Hamzah. *Etika Islam: Pembinaan Akhlaqulkarimah (Suatu Pengantar)*. Bandung: C.V. Diponegoro, 1985.

Yazid, Eka Kurnia dan Fadli Jihan Dahana Setiawan. Game Theory di Balik Dilema Mudik Lebaran saat Pandemi COVID-19, *CSIS Commentaries DMRU-052-ID* 16 April 2020.

Yunus, Mahmud. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: PT. Mahmud Yunus, 1989.

Website

Dwi Bowo Raharjo, Pemudik Tahun 2019 Akan Meningkat, *Menhub*: Jadi 23 Juta Orang <https://www.suara.com/news> diakses Sabtu 25 Mei 2019 Pukul 09.50 WIB.

Marzuki, Idul Fitri Dan Pendidikan Karakter Bangsa, staffnew.uny.ac.id, diakses pada tanggal 19 Januari 2020 Pukul 17.18 WIB.

IAIN PURWOKERTO