

**EKONOMI DAN PERILAKU SOSIAL; STUDI MENGENAI UANG DAN
PENGARUHNYA TERHADAP POLA KONSUMSI DAN GAYA HIDUP KELAS
MENENGAH ABANGAN DAN SANTRI DI INDONESIA**

Oleh : Rafiqurrahman

Abstrak

Kelas menengah sebagai salah satu kelompok sosial memiliki kekuatan penggerak terhadap dinamika masyarakat. Atau dengan pendekatan konflik, kelas yang berperan sebagai pendobrak kemapanan politik maupun ekonomi. Dalam mendefinisikan kelas menengah di Indonesia terdapat kesulitan yang mendasar, karena melahirkan interpretasi yang berbeda (interpretable). Dalam konteks ini, peneliti memposisikan kelas menengah berdasarkan dua kutub aliran pemikiran, yaitu arus pemikiran abangan dan arus pemikiran santri. Perbedaan antara kedua arus pemikiran tersebut berakar dari penghayatan tentang nilai-nilai yang terkandung dalam agama, sehingga mempengaruhi pengalaman hidupnya sehari-hari, termasuk pengalaman gaya hidup dan pola konsumsi.

Penelitian ini mencoba menelaah sejauhmana pengaruh uang terhadap pola konsumsi dan gaya hidup kelas menengah abangan dan santri.

Kata Kunci : Ekonomi dan perilaku sosial, uang, pola konsumsi dan gaya hidup, kelas menengah abangan dan santri.

Pendahuluan

Ada sebuah teori ekonomi yang cukup populer, yaitu *Gresham's Law, Bad Money Drives Out Good Money*, atau uang dengan kualitas buruk akan menggantikan uang dengan kualitas baik.¹ Teori ini muncul akibat terjadinya pemalsuan koin yang berlaku sebagai mata uang^{pada} saat ratu Elizabeth I (1558-1603) naik tahta, yaitu sekitar pertengahan abad XVI. Dengan kondisi seperti itu, maka ratu Elizabeth berinisiatif untuk menciptakan koin baru yang terbuat dari emas, dengan *face value*-nya sama dengan nilai intrinsiknya untuk menyelematkan sektor perdagangan. Namun ketika koin emas itu diluncurkan ke masyarakat, dalam waktu singkat koin tersebut hilang dari peredaran. Secara rasional, masyarakat lebih menyukai penggunaan jenis mata uang lama sebagai alat pembayaran daripada koin emas yang baru. Dengan jenis mata uang yang berbedabahan, tetapi memiliki fungsi yang sama, maka masyarakat akan menjual koin emas atau merubahnya menjadi perhiasan.

Sekitar tiga ratus tahun sebelum Sir Thomas Gresham (1519-1579), Ibnu Taimiyah yang hidup pada masa pemerintahan raja Mamluk, mengalami situasi dimana telah beredar berbagai jenis mata uang dengan nilai kandungan logam mulia yang berbeda satu sama lain, yaitu dinar (emas), dirham (perak), dan fulus (tembaga). Peredaran dinar sangat terbatas, dirham berfluktuasi, sementara fulus beredar luas di masyarakat. Fenomena tersebut kemudian dirumuskan oleh Ibnu Taimiyah dalam sebuah teori, yaitu uang dengan kualitas rendah (fulus) akan menggantikan uang dengan kualitas baik (dinar-dirham).²

Kedua teori tersebut menunjukkan bahwa masyarakat dapat mempengaruhi fenomena uang, begitu juga sebaliknya. Fenomena uang mencakup skala micro dan macro. Pada skala micro, uang berhubungan dengan segala aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat dalam melakukan

¹ Sumitro Djojohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1991), h. 5

² Masudul Alam Choudhury, *Money in Islam*, (London: T.J. International, 1997), h. 38

interaksi, seperti interpretasi sosial terhadap uang, sikap masyarakat dalam mencari uang, atau upaya individu untuk menghindari jerat utang. Sedangkan pada skala macro, uang berhubungan dengan konstruksi sosial, budaya dan politik terhadap korupsi, dan uang haram.

Telaah mengenai fenomena uang berdasarkan perspektif sosiologis akan memberikan gambaran tentang makna sosial atas uang. Dalam masyarakat, uang dipahami dan disikapi secara berbeda sesuai dengan makna, asal usul dan cara memperolehnya. Terminologi uang haram, uang halal, uang panas, uang kotor dan uang bersih merupakan konstruksi sosial atas makna, asal usul dan cara memperoleh uang. Konstruksi sosial tersebut dibangun atas landasan makna terhadap nilai-nilai yang dimiliki masyarakat.

Kelas menengah sebagai salah satu kelompok sosial memiliki kekuatan penggerak terhadap dinamika masyarakat. Atau dengan pendekatan konflik, kelas yang berperan sebagai pendobrak keamanan politik maupun ekonomi. Dalam mendefinisikan kelas menengah di Indonesia terdapat kesulitan yang mendasar, karena melahirkan interpretasi yang berbeda (interpretable). Dalam konteks ini, peneliti memposisikan kelas menengah berdasarkan dua kutub aliran pemikiran, yaitu arus pemikiran abangan dan arus pemikiran santri.³ Perbedaan antara kedua arus pemikiran tersebut berakar dari penghayatan tentang nilai-nilai yang terkandung dalam agama, sehingga mempengaruhi pengalaman hidupnya sehari-hari, termasuk pengalaman gaya hidup dan pola konsumsi.

Penelitian ini mencoba menelaah sejauhmana pengaruh uang terhadap pola konsumsi dan gaya hidup kelas menengah abangan dan santri.

Pengertian dan Asal Usul Uang; Beberapa Pendekatan

Menurut William Greenwald, uang adalah segala sesuatu yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai alat tukar dalam lalulintas perekonomian.⁴ Definisi tersebut menunjukkan bahwa setiap benda yang disebut uang harus memenuhi tiga fungsi dasar, yaitu alat perantara dalam tukar-menukar, satuan hitung, dan penyimpan nilai. Uang sebagai alat tukar merupakan fungsi utama (*primary function*) uang. Sedangkan fungsi uang sebagai satuan hitung dan penyimpan nilai merupakan fungsi tambahan (*Secondary function*).

³ Clifford Geertz dalam *The Religion of Java*, membuat tipologi aliran pemikiran keagamaan dalam tiga arus, yaitu abangan, santri, dan priyayi. Tipologi seperti ini mendapat banyak kritik, salah satunya adalah adanya pemikiran bahwa di antara priyayi ada yang santri dan sebaliknya ada pula yang abangan.

⁴ William Greenwald, *Economics*, (New York: Regents Publishing Company, 1964)

Dalam menelusuri asal usul uang, para ahli melakukan beberapa pendekatan, di antaranya sebagai berikut :

1. Pendekatan Komersial

Tesis utama dalam pendekatan ini adalah uang berasal dari pertukaran komersial (perdagangan). Pendekatan ini didukung oleh tiga teori, yaitu :

a. Teori Media Pertukaran

Teori ini menjelaskan bahwa fungsi pertukaran merupakan fungsi utama dari uang. Suatu barang dapat berfungsi sebagai uang apabila mengambil alih fungsi pertukaran. Proses tersebut berkembang secara alamiah dalam pertukaran komersial sebagai konsekuensi dari perkembangan pembagian kerja. Teori media pertukaran dapat dibagi menjadi dua bagian :

1. Uang berasal dari perdagangan internal

Menurut Adam Smith (1776) dan Karl Menger (1968) bahwa uang berasal dari perdagangan domestik. Sebab perdagangan tersebut merupakan hasil dari pembagian kerja secara internal.

2. Uang berasal dari perdagangan eksternal

Pendukung utama teori ini adalah Karl Polanyi (1978). Menurutnya, perdagangan jarak jauh (*long distance trade*), merupakan pertukaran eksternal, bertanggung jawab atas munculnya uang. Teori ini memandang bahwa pembagian kerja antara masyarakat mend⁵orong pertukaran dengan pihak eksternal.

b. Teori Standar Nilai

Teori ini dipengaruhi oleh pemikiran Karl Marx. Menurut Marx, ada tiga fase perkembangan pertukaran, yaitu : (1) ekuivalen sederhana (*einfaches aquivalent*), yaitu pertukaran dalam bentuk k-k, dimana terjadi pertukaran secara langsung antara dua komoditi. (2) ekuivalen terbentang (*entfaltetes aquivalent*), yaitu pertukaran dalam bentuk k-u-k. Pada fase ini uang telah diperkenalkan, dimana komoditi dikonversi kedalam uang, kemudian uang dikonversikan kembali kedalam komoditi. (3) ekuivalen umum (*allgemeines aquivalent*), yaitu pertukaran dengan tipe u-k-u. Pertukaran dalam bentuk terakhir ini adalah uang digunakan untuk membeli komoditi, kemudian komoditi di jual untuk memperoleh uang.⁶

c. Teori Gudang Nilai

Teori gudang nilai (*store of value theory*) dipelopori oleh John Locke. Menurutnya, barang-barang yang tidak tahan lama dari produk-produk yang dihasilkan melahirkan kebutuhan terhadap urgensi uang, sebab uang tidak pernah membusuk. Dalam perkembangan sejarah, produk-produk yang dihasilkan merupakan barang-barang yang tidak tahan lama, sehingga barang-barang tersebut menjadi busuk dan tidak memiliki nilai atau nilainya berkurang. Dalam kondisi ini, diperlukan uang sebagai alat tukar yang tahan terhadap proses pembusukkan dan pengurangan nilai.

⁵ Karl Polanyi, *The Great Transformation*, (Boston: Beacon Press, 1978)

⁶ Karl Marx, *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, (New York: International Publishers, 1964)

2. Pendekatan Non Komersial

Pendekatan non komersial memandang bahwa uang merupakan bagian dari tradisi kelompok masyarakat untuk melakukan ritual keagamaan, mengedapankan simbol, dan alat kekuasaan (politik). Pendekatan non komersial melahirkan teori-teori, sebagai berikut :

a. Teori asal usul dari agama

Teori ini didukung oleh Laum (1924). Menurutnya, uang bersumber pada nilai-nilai yang melekat pada kegiatan keagamaan dan pemujaan dalam masyarakat. Barang-barang tertentu yang digunakan dalam praktek ritual keagamaan atau pemujaan mengandung nilai sakral atau kekuatan magi yang dijadikan sebagai alat ukur.

b. Teori asal usul dari status simbol

Teori ini didukung oleh Wilhelm Gerloff (1952), memandang bahwa obyek-obyek yang memiliki prestise dapat menjadi cikal bakal lahirnya uang. Orang yang memiliki obyek-obyek prestise akan ditempatkan oleh masyarakat pada status sosial yang lebih tinggi daripada yang tidak dimilikinya.

c. Teori asal usul dari politik

Menurut George Knapp (1921), pembayaran dengan benda-benda tertentu, seperti pemberian upeti atau mahar kawin merupakan alat tukar untuk memperoleh kewenangan.

3. Pendekatan Baru

Secara umum para sosiolog mengembangkan pendekatan baru untuk menerangkan fenomena asal usul uang dengan mengintegrasikan dua pendekatan tersebut di atas. Philip Grierson (1952) misalnya, menemukan dua fungsi utama dari uang, yaitu sebagai medium pertukaran dan standar nilai. Sebagai medium pertukaran, uang merupakan sesuatu yang bersifat komersial dan bukan komersial. Fungsi yang disebut terakhir oleh Grierson, dipandang sebagai fungsi yang paling dominan dan tetap melekat pada uang. Menurutnya, dua fungsi tersebut melahirkan tiga teori, sebagai berikut :

a. Standar nilai bersumber dari barang non komersial, seperti kompensasi bagi hutang nyawa, hutang darah, dan sebagainya.

b. Standar nilai telah di transfer dari sesuatu yang bersifat non komersial menjadi komersial, seperti mahar kawin dan perdagangan budak.

c. Standar nilai yang umum berkembang sesuai dengan ekonomi pasar.⁷

⁷ Philip Grierson, *The Origin of Money*, Research Economic Anthropology, 1970

Paradigma Sosiolog Tentang Uang

Para sosiolog memahami uang dengan kerangka berpikir sosiologi ekonomi, yaitu bagaimana cara seseorang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya terhadap jasa dan barang langka dengan menggunakan pendekatan sosiologi. Dalam konteks tersebut, cara yang dimaksud terkait dengan seluruh aktifitas seseorang atau masyarakat yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang langka dan jasa. Oleh karena itu, para sosiolog telah meletakkan dasar-dasar epistemologis tentang uang dan kaitannya dengan perilaku sosial, sebagai berikut :

1. George Simmel (1858-1918)

George Simmel merupakan pelatak dasar utama yang telah memberikan kontribusi terbesar terhadap perkembangan sosiologi uang. Karya monumental Simmel *The Philosophy of Money* (1907-1978) merupakan buku rujukan utama dalam memahami sejarah sosiologi uang. Dalam karyanya tersebut, Simmel menulis tentang bentuk-bentuk umum dari uang dan nilai, serta dampak uang terhadap kehidupan sosial budaya secara umum.⁸

Dalam tesisnya tentang hubungan antara nilai dan uang, Simmel menjelaskan bahwa orang menciptakan nilai dengan memproduksi barang, dan mencari solusi untuk keluar dari kesulitan barang yang diciptakannya sendiri. Sehingga uang sebagai salah satu realitas ekonomi menjadi sarana untuk mengatasi kesulitan distribusi terhadap barang yang di produksi oleh masyarakat. Pada masyarakat modern, nilai uang melekat pada barang, sehingga uang menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan hidup.

2. Marx Weber (1864-1920)

Dalam karyanya *Economy and Society*, Weber memandang bahwa uang merupakan sebuah konsekuensi dan persyaratan penting bagi rasionalisasi kehidupan masyarakat modern.⁹ Di antara konsekuensinya adalah meningkatnya pertukaran, sehingga masyarakat melakukan transaksi secara langsung. Kemampuan seperti itu tidak dimiliki oleh sistem barter. Juga meningkatnya kemampuan menabungdana tunai untuk memudahkan pembelian di masa datang, menjadikan uang sebagai sarana untuk memperoleh berbagai barang dan sistem pelayanan. Dengan konsekuensi-konsekuensi itu, maka memudahkan masyarakat untuk melakukan perencanaan. Hal itu sulit dilakukan oleh masyarakat ekonomi barter. Weber juga melihat bahwa nilai uang yang melekat pada barang dan jasa tidak selalu terkait dengan nilai guna pada saat pembelian, tetapi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan tentang nilai tukar. Gagasan ini sesuai dengan diktum ekonomi klasik bahwa harga suatu barang dipengaruhi oleh permintaan.

3. Ibnu Taimiyah (1263-1328)

Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa laju inflasi dapat diatasi dengan cara membatasi percetakan uang, dan tidak melakukan bisnis uang dengan membeli tembaga dan mencetak fulus sehingga mendapat keuntungan dari percetakan tersebut.¹⁰ Atau dalam istilah finansialnya disebut *seignorage*, yaitu selisih biaya percetakan dengan nilai nominal uang yang di cetak.

⁸ George Simmel, *The Philosophy of Money*, (Boston: Routledge and Kegan Paul, 1978)

⁹ Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology*, (Berkeley: University of California Press, 1978), Vol. 2

¹⁰ Lihat *Majalah Ekonomi Syari'ah*, Vol. 2 No. 3 Tahun 2003, h. 44

Ibnu Taimiyah juga mengomentari praktek mengimpor tembaga dari negara-negara Eropa sebagai bagian dari bisnis uang. Dalam konteks ini, Ibnu Taimiyah menyampaikan lima hal, yaitu : (a) perdagangan uang akan memicu inflasi. (b) hilangnya kepercayaan akan stabilitas nilai uang sehingga mencegah orang melakukan kontrak jangka panjang dan menzalimi golongan masyarakat yang berpenghasilan tetap. (c) perdagangan domestik akan mengalami kelesuan karena adanya kekhawatiran akan stabilitas nilai uang. (d) perdagangan internasional akan menurun. (e) logam berharga akan mengalir keluar dari negara.

4. Imam Al-Ghazali (1059-1111)

Menurut Imam Al-Ghazali, uang memiliki tiga fungsi sebagai berikut :

a. Perantara (alat ukur)

Tujuan diciptakannya uang adalah untuk diedarkan kepada masyarakat sehingga menjadi perantara bagi kebutuhan manusia sebagai alat pengukur nilai dan kesatuan hitung.

b. Alat tukar

Uang merupakan logam dengan zat yang tidak memiliki arti kecuali nilainya. Uang diperoleh melalui cara menukarkan dengan sesuatu secara adil. Uang diibaratkan seperti sebuah cermin. Cermin tidak memiliki warna, tetapi mampu merefleksikan seluruh warna. Demikian juga uang, uang bukan merupakan harga, tetapi dapat merefleksikan semua harga. Uang tidak diciptakan untuk memenuhi kebutuhan individu, tetapi untuk diedarkan kepada seluruh masyarakat supaya menjadi perantara (alat tukar) bagi manusia. Menurut Imam Al-Ghazali, sebagaimana dikutip oleh Adhi Warman, bahwa uang bukan merupakan barang komoditi, sebab tidak bisa diperjual belikan dengan harga tertentu.¹¹ Oleh karena itu, memperjual belikan uang sama dengan memenjarakan fungsi uang. Dalam konsep uang, ada teori permintaan uang dengan motif transaksi untuk berjaga-jaga. Dengan demikian, motif spekulasi dengan sendirinya tidak dibenarkan karena dapat mempengaruhi transaksi maya di sektor moneter.

c. Bukan alat penyimpan

Uang tidak berfungsi sebagai alat penyimpan kekayaan, sebab akan menimbulkan penumpukan harta. Uang diciptakan sebagai alat mediasi antara sesama manusia untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda dan beranekaragam. Maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan instrumen yang mampu menjadi mediator sehingga fungsi uang menjadi jelas. Oleh karena itu, dilarang menyimpan dan menimbun uang, sebab fungsi uang akan hilang.¹²

¹¹ Adhi Warman Makarim, *Syari'at Islam: Solusi Total Krisis Multidimensional*, (Jakarta: UI Press, 2001), h. 10

¹² Aidit Ghazali, *Islamic Thinkers of Economic; Administrations and Transaction*, (Malaysia: Quill Publishers, 1991), h. 40

Konsumsi dan Gaya Hidup

Konsumsi ditinjau dari aspek sosiologis bukan hanya pemenuhan kebutuhan fisik dan biologis semata, tetapi terkait pula dengan aspek sosial budaya, seperti selera dan identitas. Menurut Weber, selera merupakan pengikat kelompok dalam (*in group*). Secara kolektif kelompok ini berkompetisi dalam menggunakan barang-barang simbolik. Keberhasilan dalam kompetisi ditandai dengan kemampuan menguasai sumber-sumber budaya, sehingga meningkatkan prestise dan solidaritas kelompok dalam (*in group*).¹³ Sedangkan Veblen, memandang bahwa selera merupakan senjata dalam berkompetisi. Kompetisi tersebut berlangsung secara pribadi dan kelompok. Pada masyarakat modern, selera mengkonsumsi menempati posisi penting untuk mendapatkan penghargaan masyarakat.¹⁴

Konsumsi dapat dipandang sebagai pembentuk identitas. Barang-barang simbolis yang dikonsumsi merupakan sumber untuk mengkonstruksi identitas. Hubungan antara konsumsi dan gaya hidup menjadi wacana penting dalam sosiologi. Menurut Weber, konsumsi barang merefleksikan gaya hidup dan proses pencapaian status sosial bagi kelompok masyarakat tertentu. Weber juga menegaskan bahwa situasi kelas sangat ditentukan oleh ekonomi murni, sedangkan situasi status ditentukan oleh penghargaan sosial terhadap sebuah kehormatan, seperti pada sebagian masyarakat pedesaan di Indonesia memberikan penghargaan sosial yang lebih tinggi kepada kelompok status guru dibandingkan kelompok status pedagang, meskipun secara ekonomi kelompok status pedagang memiliki penghasilan yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh adanya asumsi masyarakat pedesaan bahwa guru adalah orang jujur dan pendidik masyarakat.

Pada masyarakat perkotaan, kelompok kelas tertentu mempunyai kemampuan untuk mengkonsumsi barang-barang tertentu yang dihubungkan dengan gaya hidup dari kelompok status sosial tertentu, seperti pada masyarakat Jawa, seorang pengusaha besar bisa memperoleh gelar kehormatan bangsawan dan menjadi “kerabat” para bangsawan asal mampu memberikan sumbangan tertentu kepada keraton atau istana. Demikian pula pada masyarakat Minangkabau, seorang gubernur bisa mendapat gelar datuk, meskipun tidak memiliki hubungan dengan komunitas suku yang bersangkutan, tetapi karena terdapat kesepakatan adat antara anggota suku maka gubernur tersebut berhak mendapatkan gelar tertinggi suku dibelakang namanya. Sedangkan Veblen berpendapat bahwa penghargaan sosial diletakkan atas dasar keperkasaan. Keperkasaan seseorang ditunjukkan oleh aktivitas agresif secara fisik seperti perang. Dalam masyarakat industri penghargaan diberikan berdasarkan simbol-simbol lahir yang tampak dari pemilikan kesejahteraan (kekayaan).

¹³ Max Weber, *Op. Cit.*

¹⁴ Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, (Boston: Houghton Mifflin, 1973)

Menurut Hans Peter Mueller, terdapat empat pendekatan dalam memahami gaya hidup, yaitu : (1) Pendekatan psikologi perkembangan. Pendekatan ini berasumsi bahwa tindakan sosial tidak hanya disebabkan oleh teknik, ekonomi, dan politik, tetapi juga terjadi karena perubahan nilai. Pendekatan ini melihat bahwa gaya hidup berdasarkan pada nilai dan kebutuhan yang dimiliki. (2) Pendekatan kuantitatif sosial struktur. Pendekatan ini mengukur gaya hidup berdasarkan konsumsi yang dinikmati seseorang dengan menggunakan sederetan daftar konsumsi yang mempunyai skala nilai. Dengan membuat skala nilai maka pengukuran kuantitatif dapat dilakukan. (3) Pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memandang bahwa gaya hidup merupakan bagian dari lingkungan pergaulan (miliu). Ia meletakkan seseorang pada miliu yang ditentukan oleh gaya hidup subyektif yang dimiliki. (4) Pendekatan kelas. Pendekatan ini memandang bahwa gaya hidup merupakan asal budaya yang direproduksi bagi kepentingan struktur kelas.

Kelas Menengah Indonesia

Wacana tentang kelas menengah di Indonesia merupakan tema yang menarik untuk dibicarakan, karena ada anggapan sekaligus harapan bahwa kelas menengah merupakan agen penggerak kedinamisan masyarakat. Atau dengan menggunakan pendekatan konflik, yaitu kelas yang berperan sebagai pendobrak kemapanan politik dan ekonomi.

Salah satu kesulitan mendasar dalam mendefinisikan kelas menengah Indonesia sesungguhnya terletak pada konsep 'kelas menengah' itu sendiri yang bersifat interpretable. Oleh karena itu, dalam penelitian ini kelas menengah Indonesia diposisikan berdasarkan kepada aliran pemikiran dan penghayatan keagamaan, yaitu arus pemikiran abangan dan arus pemikiran santri. Kedua arus pemikiran tersebut tidak hanya berakar pada kebudayaan Jawa, tetapi terdapat juga pada kebudayaan-kebudayaan nasional lainnya, seperti Minangkabau yang membedakan abangan (*parewa*) dan santri (*urak siak*).

Perbedaan kedua arus pemikiran tersebut berakar dari penghayatan tentang nilai-nilai agama dan pengamalannya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini pemikiran keagamaan santri lebih berorientasi kepada hubungan manusia dan agama adalah mutlak sehingga agama menjadi tuntunan perilaku dan pedoman untuk membedakan perilaku baik atau buruk, seperti seorang santri akan berbusana sesuai dengan tata cara berpakaian yang digariskan oleh agama, yaitu tidak memperlihatkan aurat. Selanjutnya dalam pemikiran santri, hubungan agama dan negara adalah integratif dan simbiotik.¹⁵ Menurut pemikiran ini, persoalan negara merupakan bagian dari persoalan agama. Agama membutuhkan negara supaya dapat berkembang, dan negara memerlukan agama sebagai kekuatan kontrol terhadap nilai-nilai etis.

Sedangkan pemikiran abangan, hubungan manusia dan agama bukan merupakan keharusan, sehingga agama tidak harus menjadi tuntunan perilaku dan dapat diganti oleh etika sosial yang muncul dari konstruksi masyarakat, seperti seorang wanita abangan dapat memakai rok mini dalam kesehariannya, sebab etika sosial yang dipahaminya tidak melarang berbusana seperti itu. Sedangkan hubungan agama dan negara menurut pemikiran ini adalah terpisah, yaitu agama tidak ada kaitannya dengan urusan kenegaraan (sekularistik).¹⁶

¹⁵ M. Bambang Pranowo, *Islam Faktual Antara Tradisi dan Relasi Kuasa*, (Yogyakarta : Adicita Karya Nusa, 1998), h. 129

¹⁶ *Ibid.*, h. 104

Dua arus pemikiran tersebut memberi warna tersendiri terhadap kelas menengah Indonesia. Kelas menengah abangan diperkirakan lahir pada dekade 1970-an. Kemunculan kelas menengah abangan dirangsang oleh menguatnya arus ekonomi Jepang ke Indonesia dan kemampuan kekuasaan politik dan ekonomi pada kelompok tertentu. Hal tersebut ditandai oleh demonstrasi massal yang digerakkan oleh mahasiswa –terutama Universitas Indonesia- sebagai cikal bakal kelas menengah baru pada tahun 1974. Demonstrasi tersebut ditujukan terhadap dominasi ekonomi Jepang pada perekonomian Indonesia yang diikuti dengan perusakan-perusakan terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan Jepang. Peristiwa tersebut dikenal dengan Malapetaka Januari (Malari).

Sedangkan kelas menengah santri diperkirakan lahir sekitar tahun 1980-an. Kelahirannya ditandai dengan kemunculan studi-studi keagamaan di kampus-kampus elit di Indonesia, seperti UI, ITB, IPB, dan lain-lain. Munculnya kajian-kajian keagamaan tersebut merupakan reaksi terhadap ketidakmampuan gaya hidup “modern” untuk mengakomodasi masalah-masalah kehidupan masyarakat yang begitu kompleks. Kelas menengah santri melakukan demonstrasi yang berulang-ulang terhadap peredaran undian (lotre) yang telah merusak mentalitas masyarakat. Perbedaan-perbedaan tersebut di atas menunjukkan bahwa arus pemikiran abangan lebih berorientasi pada nilai-nilai profan (kini dan sekarang), sedangkan arus pemikiran santri lebih berorientasi kepada nilai-nilai transendental (kini dan nanti).

Pengaruh Uang Terhadap Konsumsi dan Gaya Hidup Kelas Menengah Indonesia

Dalam perspektif Adam Smith dan Carl Menger, uang merupakan instrumen pertukaran yang netral tanpa makna sosial, sehingga uang hanya dipandang sebagai medium dari fungsi pertukaran pada transaksi pasar. Oleh karena itu, uang hanya berhubungan dengan hukum-hukum pasar. Dalam Interpretasi sosiologi klasik, uang merupakan kunci untuk memahami rasionalisasi sosial. Bagi Simmel dan Weber, uang tidak hanya mempunyai kemampuan untuk mengkalkulasi secara abstrak suatu obyek, tetapi juga suatu instrumen impersonal. Weber melihat uang merupakan sarana yang paling sempurna bagi transaksi ekonomi dan sosial.

Liberalisasi ekonomi global telah menempatkan uang sebagai faktor yang sangat menentukan dalam kehidupan ekonomi, baik secara individu maupun kolektif.¹⁷ Bagi sebagian orang uang adalah segalanya. Orang Jawa mengatakan *dhuwit iku kuwoso* (uang itu berkuasa), sehingga dapat memberikan perlindungan sosial, ekonomi, dan politik, serta dapat menyantuni sesamanya yang membutuhkan. Dalam situasi seperti itu, munculah fenomena hidup masyarakat yang meletakkan uang untuk mewujudkan gaya hidup yang konsumtif. Dalam konteks ini, gaya hidup kelas menengah abangan menjadi relevan, terutama mereka mengadopsi gaya hidup barat yang konsumtif. Mereka mengikuti perkembangan mode yang ditawarkan oleh perusahaan garmen internasional, seperti kaos berlengan buatan Hammer dan Benelton atau rok mini buatan Danarhadi dan gaun wanita buatan Gea Sukasah, dan lain-lain. Mereka berlibur ke Singapura, Hongkong, Paris, London, New York, dan sebagainya, dan menikmati fast food untuk sarapan pagi di restoran McDonald, makan siang di restoran Pizza Hut, makan malam di Burger King, dan lain-lain.

¹⁷ Musa Asy'arie, *Islam Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta : Lesfi, 1997), h. 49

Sedangkan kelas menengah santri melihat uang sebagai *Qiyaman* (sarana pokok kehidupan),¹⁸ sebagaimana dinilai oleh Allah SWT. dalam al-Qur'an surat an-Nisa : 5, sehingga mereka menggunakan uang secara proporsional dan tidak memboroskannya. Oleh karena itu, konsumsi dan gaya hidup yang mereka lakoni senantiasa berdasarkan pada nilai-nilai agama yang diyakini. Mereka mengikuti perkembangan mode jilbab yang ditawarkan oleh Ida Royani atau Ida Leman atau rumah mode Umami Collection, dan seterusnya. Mereka mengadakan liburan dengan melakukan kegiatan umrah ke Makkah atau kegiatan shalat tarawih di masjid haram Makkah dan masjid Nabawi Madinah. Mereka sangat hati-hati dalam mengkonsumsi makanan dengan memilih jenis makanan yang halal dan lebih suka ke restoran dan lebih suka pergi ke restoran Padang atau restoran-restoran yang jelas menyajikan menu makanan yang halal. Jika kelas menengah abangan lebih suka meramaikan pasar-pasar swalayan dan menonton bioskop, maka kelas menengah santri lebih suka meramaikan pengajian agama yang dilakukan oleh kelompok-kelompok pengajian. Jika kelas menengah abangan suka menikmati bunga tabungan pada bank-bank konvensional, maka kelas menengah santri lebih suka menikmati hasil kerjasama dengan bank-bank syariah yang tidak memakai sistem bunga.

Perbedaan konsumsi dan gaya hidup kelas menengah abangan dan santri tersebut menunjukkan perbedaan persepsi mereka tentang fungsi dan peranan uang dalam kehidupan. Sebagian meletakkan uang sebagai ukuran kebahagiaan, kesuksesan, dan kekuasaan. Tetapi sebagian yang lain memosisikan uang sebagai sarana untuk beribadah dan berbuat baik terhadap sesama manusia. Perbedaan tersebut juga memberikan dampak ekonomi bagi para produsen. Produsen yang berhasil adalah produsen yang mengetahui dan mengikuti perkembangan selera konsumen, seperti produk McDonald ingin dipasarkan dikalangan kelas menengah santri, maka perusahaan tersebut harus memasang label halal pada produknya.

Perkembangan kelas menengah santri telah mempengaruhi menjamurnya rumah-rumah mode yang khusus menyediakan busana muslim dan muslimah, seperti Ida Royani, Umami Collection, dan lain-lain. Hadirnya sejumlah penerbit yang menerbitkan buku-buku ke-Islaman, seperti Rajawali Pers, Gema Insani Press, Shalahuddin, dan lain-lain. Konsekuensi dari perkembangan tersebut adalah berkembangnya toko-toko yang khusus menjual produk-produk yang berhubungan dengan simbol-simbol keagamaan, seperti buku, busana Islami, dan lain-lain di sejumlah kota besar Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, dan lain-lain. Tumbuhnya bank-bank syariah, bank-bank perkereditan syariah, BMT-BMT di kota-kota besar, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan sebagainya. Selain itu, muncul pula tawaran-tawaran untuk melakukan umrah atau ziarah ke tempat-tempat yang ada hubungan dengan sejarah Islam baik di dalam negeri maupun luar negeri oleh perusahaan-perusahaan perjalanan, seperti Tiga Utama, Maktour, dan Gema Shafa Marwa, dan lain-lain. Kesemuanya itu dapat dipandang sebagai dampak ekonomi dari perkembangan gaya hidup kelas menengah santri Indonesia.

Sedangkan dampak ekonomi dari perkembangan gaya hidup kelas menengah abangan adalah munculnya kelompok-kelompok perusahaan pasar swalayan, seperti Matahari, Borobudur, Ramayana, Hero, Yogyakarta, dan sebagainya, di beberapa kota besar Indonesia, seperti Jakarta,

¹⁸ M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an Tafsir Maudhu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung : Mizan, 1966), h. 403

Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Yogyakarta, dan seterusnya. Sebagian kelompok perusahaan pasar swalayan tersebut tidak hanya menjual barang-barang yang diproduksi untuk konsumsi dalam negeri, tetapi juga menyajikan barang-barang yang berkualitas ekspor, seperti barang-barang yang berlabel Hammer, Crocodile, Benetton, Levi's, Pierre Cardin, Polo, dan sebagainya. Tumbuh pesatnya bioskop-bioskop Twenty One yang banyak menampilkan film-film Amerika di kota-kota besar Indonesia. Pesatnya perkembangan media massa dengan dengan melakukan ekspansi pasar, seperti kelompok gramedia dengan surat kabar dan majalah, seperti Kompas, Hai, Bobo, Jakarta Jakarta. Kelompok Kartini dengan majalah Kartini, Ayah-Bunda, Amanah, Femina, dan lain-lain. Lajunya pertumbuhan dan perkembangan bank-bank swasta konvensional, seperti BCA, Danamon, Niaga, dan seterusnya.

Suburnya pertumbuhan pusat-pusat kesegaran tubuh yang menawarkan sejumlah aktifitas fisik yang dapat mempercantik dan memperindah tubuh, seperti senam –dengan jenis-jenisnya yang beragam mulai dari tradisional hingga modern- dan gerak fisik lainnya pada sejumlah kota besar dan menengah di Indonesia. Gerakan mempercantik dan memperindah tubuh tidak muncul dengan sendirinya. Gerakan ini tumbuh dan berkembang seiring dengan derasnya arus informasi yang digulirkan lewat media komunikasi yang berskala internasional dan nasional. Pada level internasional, informasi itu bersumber dari kota-kota besar pusat 'mode' dunia, seperti Paris, Milan, New York, dan lain-lain. Sedangkan pada level nasional berasal dari Jakarta dan Bandung. Informasi tersebut menggiring opini masyarakat tentang apa itu cantik, indah, anggun, molek, halus, dan seterusnya, yang berhubungan dengan busana, raga, dan bicara. Informasi tersebut juga digelindingkan melalui film-film Amerika yang ditayangkan pada berbagai media, seperti bioskop dan televisi. Kegagahan dan keperkasaan seseorang ditandai oleh penampilan lahir yang bersifat kasat mata, seperti busana rapi dan tonjolan otot besi. Untuk menampung aspirasi peminat informasi tersebut diperlukan keberadaan rumah mode dan pusat kesegaran jasmani yang dapat membentuk orang menjadi cantik dan tampan.

Uraian-uraian tersebut di atas dapat dijelaskan berdasarkan perspektif sosiologi ekonomi yang berkaitan dengan dua hal penting : *Pertama*, fenomena ekonomi, yaitu gejala bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya terhadap terhadap jasa dan barang langka. Cara yang dimaksud adalah berhubungan dengan seluruh aktifitas orang atau masyarakat yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi jasa-jasa serta barang-barang langka. *Kedua*, fenomena sosiologis, yaitu kerangka acuan, variabel-variabel dan model-model yang digunakan oleh para sosiolog dalam memahami dan menjelaskan kenyataan sosial atau fenomena yang terjadi dalam masyarakat.

Kesimpulan

Clifford Geertz yang memperkenalkan adanya tiga golongan dalam masyarakat Jawa, yaitu lapisan atas adalah golongan priyayi, lapisan bawah adalah golongan abangan dan yang berada di tengah-tengah adalah golongan santri. Pembagian ini kemudian digunakan pula untuk memahami masyarakat Indonesia pada umumnya. Clifford Geertz berbeda dengan Karl Marx yang membagi masyarakat hanya dua kelas, yaitu kelas borjuis yang terdiri dari para pemilik alat-alat produksi dan kelas proletar yang terdiri dari massa rakyat yang tidak memiliki apa-apa selain tenaga kerjanya.

Weber mengajukan teori status, yaitu kedudukan seseorang dalam masyarakat baik pemilikannya terhadap barang-barang material, kekuasaan atau keturunan. Teori ini membuka perspektif baru dalam kategorisasi kelas. Kaum profesional dan pengusaha yang sulit dicarikan tempatnya dalam struktur kelas model Marx digolongkan sebagai kelas menengah. Dalam perspektif tersebut, konsep 'kelas menengah' menjadi interpretable, terutama ketika menerjemahkan konsep kelas menengah abangan dan santri. Maka salah satu variabel yang bisa dipergunakan untuk menerjemahkan kelas menengah abangan dan santri di Indonesia adalah dengan menggunakan perspektif pemikiran keagamaan yang kemudian mempengaruhi perilaku ekonomi, politik, sosial, dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sumitro Djojohadikusumo, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1991
- Masudul Alam Choudhury, *Money In Islam*, London : T.J. International, 1997
- William Greenwald, *Economics*, New York : Regents Publishing Company, 1964
- Karl Polanyi, *The Great Transformation*, Boston : Beacon Press, 1978
- Karl Marx, *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, New York : International Publishers, 1964
- Philip Grienson, *The Origin of Money*, Research Economic Anthropology, 1970
- George Simmel, *The Philosophy of Money*, Boston : Routledge & Kegan Paul, t.th.
- Max Weber, *Economy and Society : An Outline of Interpretative Sociology*, Berkeley : University of California Press
- Majalah Ekonomi Syari'ah, Vol. 2 No. 3 Tahun 2003
- Aidit Ghazali, *Islamic Thinkers of Economic, Administration and Transaction*, Malaysia : Quill Publishers, 1991
- Adhi Warman Makarim, *Syari'ah Islam : Solusi Total Krisis Multidimensional*, Jakarta : UI Press, 2001
- Thorstein Veblen, *The Theory of The Leisure Class*, Boston : Houghton Mifflin, 1973
- M. Bambang Pranowo, *Islam Faktual Antara Tradisi dan Relasi Kekuasaan*, Yogyakarta : Adi Cita Karya Nusa, 1998
- Musa Asy'arie, *Islam Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta : Lesfi, 1997
- M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an Tafsir Maudhu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat*, Bandung : Mizan, 1997