

RELIGIUSITAS DAN PERILAKU KONSUMSI PERSPEKTIF ISLAM (STUDI PADA MASYARAKAT PERANTAU MADURA)

Nurul Fatma Hasan

E-mail: *nuur.fathma.hassan@gmail.com*
STITNU Al Hikmah Mojokerto

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah menganalisis representasi identitas keagamaan (religiusitas) dalam perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura kemudian menganalisis perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura tersebut berdasarkan perspektif Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif berangkat dari fenomena yang ditemukan di lapangan kemudian dikembangkan pemahaman secara mendalam, alamiah, melibatkan konteks secara penuh, dan data dikumpulkan langsung dari informan langsung. Informan yang diambil adalah masyarakat perantau asal Desa Panyaksagan, Bangkalan, Madura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas masyarakat etnis Madura telah dikenal luas berpegang teguh pada tradisi dan ajaran Islam dalam menapak realitas kehidupan sosial budayanya. Namun representasi religiusitas (identitas keagamaan) ini belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura. Perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura adakalanya belum sesuai dengan prinsip Islam. Perilaku konsumsi yang seharusnya didominasi oleh motif *masalahah*, kebutuhan, dan kewajiban terkadang masih dipengaruhi oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis.

Kata kunci: religiusitas, perilaku konsumsi.

PENDAHULUAN

Dalam Islam, perilaku ekonomi (termasuk perilaku konsumsi) tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung

mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja, tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, dan tidak menjijikkan. Konsumsi dalam Islam memiliki *value*, dimana semakin tinggi *value* maka akan semakin tertib perilaku seseorang dalam melakukan konsumsi.¹

Perilaku konsumsi dengan tingkat keimanan sebagai asumsi dibedakan dalam tiga macam karakter. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi akan didominasi oleh tiga motif utama, yaitu *masalah*, kebutuhan, dan kewajiban. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis, ego, keinginan, dan miskin rasionalisme.²

Konsumsi dalam pandangan Islam dengan konsumsi konvensional terdapat perbedaan. Pada perspektif konvensional, aktivitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan maksimalisasi kepuasan (*utili*). Sedangkan konsumsi dalam Islam lebih didasarkan atas kebutuhan atau *needs*, dan tidak dilihat dari keinginan atau *wants*. Dalam berkonsumsi, Islam memposisikan sebagai bagian dan aktivitas ekonomi yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju *falah* (kebahagiaan dunia akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah *masalah* atas kebutuhan dan kewajiban. Sementara itu Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variabel moral dalam berkonsumsi, diantaranya adalah konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran.³ Dengan demikian aktivitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal shaleh bagi sesamanya.

¹ Jenita & Rustam, "Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam", *JEBI*, Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni, 2017), 76.

² Mujetaba Mustafa, "Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an", *Al Amwal*, Vol. 1, No. 2 (September, 2016), 149.

³ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 1995), 97.

Pada kenyataannya, dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia tidak akan pernah lepas dari aktivitas konsumsi. Konsumsi ini pun dilakukan atas dasar kebutuhan dan keinginan yang melihat pada pendapatan setiap masing-masing individu. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya walau mungkin banyak hal belum terlalu perlu ia konsumsi. Menurut Desenbery sebagaimana yang dikutip oleh Chapra, bahwa pengeluaran konsumsi suatu masyarakat ditentukan terutama oleh tingginya pendapatan tertinggi yang pernah dicapainya. Apabila pendapatan berkurang, konsumen tidak akan banyak mengurangi pengeluarannya untuk konsumsi. Untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi ini, mereka terpaksa mengurangi saving.⁴

Pandangan Desenbery tersebut mengindikasikan bahwa tingkat konsumsi masyarakat tergantung dari pendapatannya bahkan konsumen tidak akan mengurangi konsumsinya untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi. Chapra mengungkapkan bahwa inilah yang diajarkan dalam teori ekonomi konvensional bahwa ketika mengkonsumsi sesuatu bagaimana dapat memperoleh keinginan dan kepuasan yang diharapkan walau hal itu bisa saja menzalimi orang lain karena perilaku yang berlebih-lebihan.

Perilaku konsumsi masyarakat dapat dilihat dari apa yang dibeli dan mengapa ia membelinya. Berbicara tentang perilaku konsumsi masyarakat, salah satu fenomena yang unik adalah yang terjadi pada masyarakat perantau asal Madura. Selama ini, masyarakat Madura dikenal sebagai masyarakat perantau. Mereka memiliki tradisi merantau dengan tetap tidak meninggalkan identitas yang melekat kuat, misalnya dari segi bahasa, logat, serta gaya berbusana dan beraksesori.⁵ Gaya beraksesori nampaknya cenderung dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal daripada nilai-nilai religi meskipun masyarakat Madura selama ini juga terkenal kental dengan nuansa agamis. Gaya beraksesori yang khas ditambah perilaku sosial para pemudik yang muncul dalam menyambut lebaran sebagai suatu tradisi kultural keagamaan hampir dapat dipastikan bersifat konsumtif.⁶

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis representasi identitas keagamaan (religiusitas) dalam perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura kemudian menganalisis perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura tersebut berdasarkan perspektif Islam.

⁴ M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, terj. Nur Hadi Ihsan dan Rifqi Amar (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), 271.

⁵ Soetjipto, "Adaptasi Geografi Masyarakat Petani Madura di Pedukuhan Baran Kelurahan Buring Malang", *MIPA*, Vol. 37, No. 1 (Januari, 2008), 97.

⁶ Ruski, *Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-Nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura* (Unitomo, 2017).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif berangkat dari fenomena yang ditemukan di lapangan kemudian dikembangkan pemahaman secara mendalam, alamiah, melibatkan konteks secara penuh, dan data dikumpulkan langsung dari partisipan langsung.

Pendekatan fenomenologi adalah sebuah penelitian yang mengamati tentang fenomena yang terjadi dalam kehidupan manusia, di mana para peneliti berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan fenomenologi menekankan kepada fenomena, gejala yang timbul atau terjadi dalam masyarakat secara nyata.⁷

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti, yaitu perantau sendiri atau anggota keluarga perantau. Data diperoleh melalui wawancara yang cukup lama dan mendalam dengan sekitar 5 – 25 orang untuk tiap kategori informan. Jumlah ini bukan ukuran baku, bisa saja subjek penelitiannya hanya 1 orang. Teknik pengumpulan data lain yang akan digunakan adalah observasi (langsung dan partisipan) serta penelusuran dokumen atau studi kepustakaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data fenomenologis, yaitu:

1. Tahap awal: peneliti mendeskripsikan sepenuhnya fenomena yang dialami subjek penelitian. Seluruh rekaman hasil wawancara mendalam dengan subjek penelitian ditranskripsikan ke dalam bahasa tulisan.
2. Tahap *horizontalization*: dari hasil transkripsi, peneliti menginventarisasi pernyataan-pernyataan penting yang relevan dengan topik. Pada tahap ini, peneliti harus bersabar untuk menunda penilaian, artinya, unsur subjektivitasnya jangan mencampuri upaya merinci poin-poin penting, sebagai data penelitian, yang diperoleh dari hasil wawancara tadi.
3. Tahap *cluster of meaning*. Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan pernyataan-pernyataan tadi ke dalam tema-tema atau unit-unit makna, serta menyisihkan pernyataan yang tumpang tindih atau berulang-ulang. Pada

⁷ M. Syahrani Jailani, "Ragam Penelitian Qualitative (Ethnografi, Fenomenologi, Grounded Theory, dan Studi Kasus)", *Edu-Bio*, Vol. 4 (2013), 49.

tahap ini dilakukan (a) *textural description* (deskripsi tekstural): peneliti menuliskan apa yang dialami, yakni deskripsi tentang apa yang dialami individu, (b) *structural description* (deskripsi struktural): peneliti menuliskan bagaimana fenomena itu dialami oleh para individu. Peneliti juga mencari segala makna yang mungkin berdasarkan refleksi si peneliti sendiri, berupa opini, penilaian, perasaan, harapan subjek penelitian tentang fenomena yang dialaminya.

4. Tahap deskripsi esensi: peneliti mengonstruksi (membangun) deskripsi menyeluruh mengenai makna dan esensi pengalaman para subjek.
5. Tahap akhir: peneliti melaporkan hasil penelitiannya. Laporan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana seseorang mengalami sesuatu fenomena. Laporan penelitian menunjukkan adanya kesatuan makna tunggal dari pengalaman, di mana seluruh pengalaman itu memiliki “struktur” yang penting.⁸

HASIL

Potret Masyarakat Perantau Madura: Desa Panyaksagan

Desa Panyaksagan merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Klampis, sekitar 36 km ke arah utara dari pusat Kabupaten Bangkalan, Madura. Desa seluas 5,29 km² atau sekitar 8% dari Kecamatan Klampis ini berada di kawasan gunung kapur, dengan tanah berwarna kuning serta cuaca kering dan panas. Kondisi alam yang demikian menyebabkan daerah ini seringkali mengalami kesulitan air. Desa Panyaksagan memiliki masalah dengan kebutuhan air, baik untuk kebutuhan pertanian maupun kebutuhan sehari-hari. Tidak ada pabrik di Desa Panyaksagan, lokasi yang terpencil juga bukan merupakan tempat strategis untuk berniaga, kesulitan air juga berarti kesulitan dalam bertani, fasilitas umum juga sangat minim, sehingga jalan favorit bagi warga untuk meningkatkan perekonomian adalah dengan merantau.⁹

Merantau merupakan tradisi yang telah lama terjadi di Desa Panyaksagan. Hampir setiap keluarga memiliki anggota keluarga yang merantau. Meski sebenarnya merantau itu tidak mudah, namun keinginan memiliki tambahan penghasilan dan meningkatkan taraf hidup menjadi motivasi besar bagi kebanyakan masyarakat untuk merantau. Sebagian besar tujuan perantauan

⁸ O. Hasbiansyah, “Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi”, *Mediator*, Vol. 9, No. 1 (Juni, 2008), 172.

⁹ <http://panyaksagan.blogdesa.net/2016/08/letak-geografis.html> (25 Februari 2017, 14:05).

mereka adalah Samarinda dan Malaysia, hanya sebagian kecil yang merantau ke Pasuruan dan Arab Saudi.¹⁰

Masyarakat Desa Panyaksagan merantau dalam rangka bekerja untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Pola yang biasa terjadi adalah mereka berangkat meninggalkan kampung halaman untuk mengumpulkan penghasilan hingga dirasa penghasilan mereka cukup untuk dibawa pulang. Kemudian mereka pulang dalam beberapa bulan untuk menikmati hasil rantauannya. Jika tabungan habis, mereka kembali merantau, kemudian pulang lagi. Begitu seterusnya, mirip seperti sistem kerja “semut”: mengumpulkan makanan kemudian dihabiskan, begitu habis mengumpulkan makanan lagi, kemudian dibawa pulang untuk dihabiskan, begitu seterusnya.

Potret Perilaku Konsumsi Masyarakat Perantau Madura: Masyarakat Desa Panyaksagan

Pada umumnya, masyarakat Desa Panyaksagan mulai merantau sejak masih bujang. Merantau bagaikan tradisi turun temurun bagi mereka. Mereka pertamakali belajar merantau dengan ikut orang tua atau saudara yang lebih tua. Di tanah rantau, masyarakat Desa Panyaksagan yang rata-rata tidak tamat SD bekerja sebagai buruh kasar. Mereka memberi istilah “bekerja di proyek”. Proyek yang mereka maksud adalah proyek pembuatan gorong-gorong, pembenahan jalan, pembangunan gedung, dan sebagainya. Selesai proyek yang satu, mereka mencari proyek berikutnya. Pendidikan yang rendah menyebabkan tidak adanya pilihan bagi mereka selain bekerja sebagai buruh kasar yang berpindah-pindah proyek.

Pekerjaan yang tidak tetap tersebut pada akhirnya menyebabkan perolehan penghasilan yang tidak tetap juga. Dari sembilan informan, hanya satu yang mengaku telah mendapat penghasilan tetap dari merantau, yaitu sebesar 2000 RM (kurang lebih 6 juta rupiah) tiap bulan. Itupun karena informan ini mengatakan bahwa suaminya telah lama merantau, lebih dari 25 tahun bahkan sebelum mereka menikah. Delapan informan lainnya tidak memiliki penghasilan tetap. Penghasilan mereka naik turun. Berikut adalah pernyataan para informan terkait penghasilan yang mereka peroleh beserta opini tentang pembelanjaan.

¹⁰ Wawancara pra-research dengan Kepala Desa Panyaksagan (Sujak, 45 tahun) pada 4 Maret 2017. Tidak ada catatan mengenai jumlah total penduduk Desa Panyaksagan yang menetap maupun yang merantau. Sensus penduduk juga belum pernah dilakukan di desa ini. Kepala Desa menerangkan dan meyakinkan bahwa laki-laki dengan usia produktif di desa yang baru dijamah aliran listrik pada tahun 2010 ini pasti merantau, karena tidak ada pekerjaan dengan upah menjanjikan di desa. Bahkan karena banyaknya masyarakat yang merantau ke Malaysia, ada ungkapan yang kerap mereka sampaikan, “Kami makan dari Malaysia, bukan Indonesia”.

“Penghasilan suami dari merantau bervariasi, tidak tetap setiap bulannya. Pernah dalam 2 bulan merantau mendapat penghasilan 14 juta. Pernah juga dalam 3 bulan merantau mendapat penghasilan 8 juta. Terakhir dalam 5 bulan merantau masih mendapat 4 juta, makanya belum bisa pulang. Penghasilan digunakan untuk makan, biaya hidup sehari-hari, dan biaya sekolah anak. Saya tidak pernah menghitung atau memperkirakan penghasilan suami cukup untuk berapa lama. Mengalir saja, kalau ada ya dimakan, kalau nggak ada ya cari lagi. Sambil nunggu punya uang lagi biasanya makan seadanya dari ladang. Jika dari merantau bisa mendapatkan penghasilan besar, saya sangat ingin membangun rumah. Saya juga paling suka kalau bisa beli perhiasan”¹¹

“Dulu waktu 10 tahun merantau bersama, kami bisa dapat penghasilan minimal 5 juta per bulan. Sekarang sejak 8 bulan suami merantau sendiri, total uang kiriman 17 juta. Tentunya uang kiriman digunakan untuk makan dan biaya sekolah anak. Uang kiriman diambil seperlunya saja, jadi selalu tersedia uang di bank. Cita-cita saya adalah ingin membuat rumah dan membeli sepeda motor.”¹²

“Dalam satu setengah tahun terakhir ini, total penghasilan suami 60 juta. Itu didapat dari 9 bulan merantau (3 bulan merantau, setengah bulan pulang, kemudian 6 bulan merantau lagi, dan 7 bulan pulang). Penghasilan digunakan untuk makan saja. Uang 60 juta itu sekarang sudah habis. Makanya sekarang cari uang lagi. Jika sudah punya uang, saya ingin melanjutkan pembangunan rumah dan membeli emas.”¹³

“Suami saya 2 tahun merantau belum pernah pulang, nggak rutin ngirimi tiap bulan. Kadang 2 bulan baru ngirim. Kalau saya hitung sejak awal merantau, total ngirimi saya ada 50 juta. Uang kiriman dari suami digunakan untuk makan, biaya sekolah anak, dan bayar hutang. Dari 50 juta itu, 39 juta untuk bayar hutang ke ipar. Saya menikah sudah 7 tahun, 5 tahun pertama suami nggak kerja. Kami hidup seadanya dari hasil ladang dan berhutang. Baru 2 tahun ini suami merantau. Alhamdulillah hutang yang 39 juta sudah lunas, tapi belum bisa pulang karena uang yang kami kumpulkan belum cukup. Uang kiriman kami pakai seperlunya, dihemat karena kiriman dari suami tidak rutin tiap bulan. Jika

¹¹ Wawancara dengan Wasil (25 tahun) pada 2 Desember 2017 pukul 15.00 WIB.

¹² Wawancara dengan Maryam (30 tahun) pada 2 Desember 2017 pukul 16.10 WIB.

¹³ Wawancara dengan Halimah (31 tahun) pada 2 Desember 2017 pukul 17.20 WIB.

penghasilan sudah banyak, saya ingin renovasi rumah dan belanja barang agar barang dagangan di toko bertambah.”¹⁴

“Penghasilan suami nggak tentu, Mbak. Cuma sedikit. Merantau pertama dapat 4 juta dalam 3 bulan. Merantau kedua juga dapat 4 juta dalam 5 bulan. Tapi diam di rumah juga malah nggak dapat uang. Saya hitung-hitung, total penghasilan suami saat 2 tahun di rumah hanya 4 juta. Penghasilan suami hanya untuk biaya hidup sehari-hari, itupun seringkali tidak cukup. Jika punya penghasilan besar, saya ingin membeli perabotan rumah tangga dan tentunya ingin naik haji.”¹⁵

“Suami saya merantau sudah lama, ada 25 tahun, sejak masih bujang sampai sekarang anak tertua baru lulus kuliah. Alhamdulillah sudah dapat gaji tetap, 2000 RM (kurang lebih kalau dirupiahkan 6 juta). Biasanya pulang 2 bulan sekali, kadang 3 bulan, paling lama 9 bulan baru pulang. Di rumah biasanya 1 bulan, paling cepat 15 hari. Penghasilan suami untuk makan dan biaya sekolah anak. Gaji 6 juta itu, untuk biaya sekolah anak saja sudah habis 4 juta. Anak saya 6, yang 3 sedang kuliah, 1 sekolah setingkat SMA di pondok pesantren, 1 masih SD kelas V, dan yang paling kecil masih 3,5 tahun (belum sekolah). Jadi, begitu gajian langsung habis, karena kebutuhan memang banyak. Sisa dari bayar sekolah anak dicukup-cukupkan sampai gajian lagi di bulan depan. Kalau ada sisa dari bayar sekolah inginnya untuk memperbaiki rumah. Saya juga menabung untuk haji, sudah 8 tahun, khusus di tabungan haji.”¹⁶

“Suami saya merantau sejak tahun 2000. Merantau paling cepat 1 bulan, pernah 2 bulan, 9 bulan, 1 tahun, 2 tahun, paling lama 3 tahun di rantauan tidak pulang. Jika pulang, biasanya 1 bulan di rumah. Penghasilan dari merantau bervariasi. Paling banyak dapat 8 juta/bulan, kadang 5 juta/bulan, kadang 3 juta/bulan, pernah juga hanya 500 ribu/bulan. Penghasilan digunakan untuk kebutuhan keluarga dan sekolah anak. Jika punya uang, saya ingin membangun Musholla, saya belum punya Musholla. Saya juga ingin membeli mobil”¹⁷

¹⁴ Wawancara dengan Siti Aisyah (26 tahun) pada 2 Desember 2017 pukul 18.30 WIB.

¹⁵ Wawancara dengan Amanatus Sholihah (24 tahun) pada 3 Desember 2017 pukul 13.00 WIB.

¹⁶ Wawancara dengan Hamidah (47 tahun) pada 3 Desember 2017 pukul 15.00 WIB.

¹⁷ Wawancara dengan Hanimah (37 tahun) pada 3 Desember 2017 pukul 19.30 WIB.

*"Suami saya pernah 5 bulan merantau ke Samarinda dengan penghasilan 1.5 juta/bulan. Pernah juga 5 bulan merantau ke Pontianak dengan penghasilan 900 ribu/bulan. Pernah juga 4 bulan merantau ke Cianjur dengan penghasilan 1.3 juta/bulan. Saya paling senang saat 2 tahun merantau ke Papua. Dalam 2 bulan penghasilan di sana bisa mencapai 12 juta. Penghasilan digunakan untuk makan dan keperluan keluarga. Jika sudah punya uang, saya ingin membeli perabotan rumah tangga, memperbaiki rumah, tentunya ingin naik haji juga."*¹⁸

*"Suami saya pernah merantau di Malaysia tapi kurang berhasil, merantau 3 tahun hanya dapat 10 juta. Kemudian kami 2 tahun merantau di Samarinda, bisa pulang dengan penghasilan 20 juta. Dengan 20 juta itu kami bisa bertahan selama 2 tahun di Madura. Penghasilan hanya pas-pasan, cukup untuk makan dan biaya sekolah anak. Jika berpenghasilan besar, kami ingin membuat rumah, lengkap dengan Musholla. Kami juga ingin beli sepeda motor"*¹⁹

Berdasarkan pernyataan dari masyarakat tersebut, ditambah dengan hasil observasi dan studi literatur yang dilakukan peneliti, diperoleh fakta mengenai perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura yang ditunjukkan dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. *Tidak masalah menahan lapar, asal suatu saat bisa berpesta.* Ketika kepala keluarga sedang merantau, mereka sangat berhemat. Namun saat pulang dari merantau dengan penghasilan yang dirasa cukup, mereka sangat boros.
2. *Harga diri adalah harga mati.* Meskipun sedang tidak ada uang, berani berhutang untuk menjaga harga diri. Misal, saat perayaan Maulid Nabi tiba. Ada tidak ada uang, mereka pasti harus mengadakan perayaan di rumah masing-masing, meskipun setelahnya mereka harus sangat berhemat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.
3. Selalu mengalokasikan penghasilan untuk tokoh agama setempat. Biasanya, sebelum berangkat merantau mereka pamit untuk meminta restu, ketika pulang merantau mereka bertandang dengan membawa "amplop".
4. Beberapa keluarga lebih mementingkan membeli perhiasan dan menambah hewan ternak daripada mementingkan gizi dan pendidikan anak. Kesadaran akan kesehatan dan pendidikan masih rendah. Wawancara dengan guru SMP setempat, mengatakan bahwa pernah suatu ketika diadakan penggalangan dana untuk pendidikan. Namun tidak satu pun siswa yang

¹⁸ Wawancara dengan Wati (24 tahun) pada 4 Desember 2017 pukul 06.00 WIB.

¹⁹ Wawancara dengan Siti Fatimah (34 tahun) pada 4 Desember 2017 pukul 07.30 WIB.

- membayar meski keluarganya terbilang sukses merantau. Justru yang membayar hanya anak atau keluarga guru itu sendiri.
5. Sukses merantau bagi mereka ditandai dengan kemampuan membangun rumah yang besar, lengkap dengan *mushollah* meskipun dengan kamar mandi seadanya. Oleh karena itu, hampir semua keinginan informan jika pulang dengan penghasilan banyak adalah membangun rumah.
 6. Berhutang untuk ongkos pergi merantau dan makan ketika ditinggal merantau itu sudah biasa.
 7. Pulang dengan uang banyak tapi kemudian ramai didatangi tetangga yang berniat hutang juga sudah biasa.
 8. Bagi wanita, lebih baik makan seadanya daripada berpenampilan seadanya. Mereka sangat menyenangi emas (perhiasan).
 9. Karena lokasi yang jauh dari pasar, sekali pergi ke pasar mereka belanja banyak.²⁰

Perilaku masyarakat perantau tersebut merupakan hasil dari pengalaman serta interaksi mereka dengan lingkungannya, yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan yang mereka lakukan. Masyarakat terdorong untuk melakukan migrasi keluar (merantau) karena kondisi alam yang kurang subur, kurangnya lapangan pekerjaan, serta rendahnya penghasilan. Perilaku masyarakat perantau juga dibentuk karena adanya interaksi mereka dengan lingkungan masyarakat sekitarnya (stimulus eksternal). Misalnya, berita kesuksesan tetangga yang merantau juga bisa menjadi faktor pendorong merantaunya tetangga yang lain.

Tidak dipungkiri, tradisi migrasi bentuk keliling (merantau) memberikan dampak positif bagi masyarakat Madura, terutama dalam segi ekonomi. Para perantau memberikan kiriman uang kepada keluarga yang tinggal di Madura. Namun, kebanyakan kiriman uang digunakan untuk kegiatan-kegiatan yang tidak produktif, misalnya untuk konsumsi dasar atau membayar hutang. Sebagian besar kiriman uang dihabiskan untuk membangun rumah, makanan sehari-hari dan pendidikan anak-anak. Sesudah keperluan *subsistence* ini diperoleh, kiriman uang digunakan untuk membeli barang-barang mewah seperti barang elektronik dan mendirikan rumah-rumah mewah. Hal ini menunjukkan bahwa tidak dibiasakan memakai kiriman uang untuk investasi atau pembangunan lokal. Meskipun demikian, walaupun pada umumnya uang tidak digunakan untuk aktivitas produktif, masyarakat yang menerima kiriman uang masih rasional. Uang digunakan untuk membeli produk-produk *subsistence* sebelum membeli barang-barang mewah.

²⁰ Nurul Fatma Hasan & Nadhifah, *Financial Management Behaviour: Fenomena pada Masyarakat Perantau asal Madura* (Sidoarjo: Penerbit Meja Tamu, 2018), 81.

Tidak hanya berdampak positif, merantau juga dapat memberikan dampak negatif dalam segi ekonomi. Walaupun kiriman uang menyediakan manfaat ekonomi jangka pendek, namun juga mengalihkan perhatian dari keperluan untuk investasi jangka panjang. Masyarakat bisa tergantung kepada penghasilan yang dibawa dari daerah-daerah lain tanpa membangun industri-industri sendiri atau menginvestasikan dalam sektor pertanian. Meskipun demikian, kesejahteraan keluarga bisa dilihat sebagai dampak baik dari migrasi (merantau). Walaupun uang mungkin tidak digunakan untuk investasi ekonomi, uang yang diterima dipakai untuk makanan dan memperbaiki rumah, atau untuk pendidikan dan kesehatan adalah bentuk investasi manusia. Walaupun penggunaan ini tidak mengakibatkan pertumbuhan ekonomi, namun pertumbuhan ekonomi itu bukan satu-satunya bentuk keberhasilan atau pembangunan.

Berdasarkan keterangan dari para informan, sebagian besar kiriman uang dipakai oleh keluarga-keluarga untuk konsumsi dan pendidikan anak. Semua informan mengatakan bahwa penggunaan utama kiriman uangnya adalah untuk *subsistence*, yaitu untuk makanan sehari-hari dan pakaian anaknya. Ini karena untuk sejumlah besar keluarga, kiriman uang merupakan satu-satunya bentuk penghasilan. Keluarga-keluarga yang isterinya adalah ibu rumah tangga sangat bergantung kepada kiriman uang ini untuk konsumsi. Meskipun demikian, sesudah kiriman uang digunakan untuk konsumsi sehari-hari, ternyata sebagian besar uang dipakai untuk membeli barang-barang mewah atau memperbaiki rumah.

Memperbaiki rumah adalah suatu prioritas dengan kiriman uangnya, dan sesudah rumahnya cukup mewah hal-hal yang lain dibeli. Kecenderungan ini jelas terlihat di desa dengan hanya sedikit pembangunan namun ukuran dan kualitas rumah rumah tinggi sekali. Sukses perantau juga dilihat dari kualitas rumah. Pekerja-pekerja yang sukses merantau, mempunyai rumah-rumah yang paling mewah. Kadang-kadang kiriman uang juga digunakan untuk investasi. Biasanya investasi ini merupakan usaha kecil seperti toko atau warung. Usaha-usaha ini kadang-kadang dibuka sambil suami masih bekerja sebagai penambah penghasilan.

Walaupun investasi skala kecil terjadi, memang bukan prioritas untuk kebanyakan keluarga di Madura. Keluarga-keluarga dengan penghasilan yang lebih tinggi, lebih sering membeli barang-barang mewah seperti sepeda motor atau hal-hal elektrik daripada menggunakan uangnya untuk investasi. Biasanya, justru keluarga-keluarga yang lebih miskinlah yang menginvestasikan kiriman uang itu dalam usaha-usaha kecil untuk menambahkan pendapatannya. Oleh sebab itu, walaupun mungkin ada penambahan ekonomi di Pulau Madura, penambahan ini tidak mengakibatkan

kenaikan investasi ekonomi. Sebagai pengganti, rumah-rumah di Madura dimajukan dan lebih banyak barang-barang dibeli dan diimpor dari Jawa dengan akibat sebagian besar kiriman uang tidak dibelanjakan di Pulau Madura.

PEMBAHASAN

Representasi Identitas Keagamaan dalam Perilaku Konsumsi Masyarakat Perantau Madura

Identitas keagamaan masyarakat perantau Madura tidak bisa dilepaskan dari kondisi sosial keagamaan masyarakat di daerah ini. Madura yang terkenal sebagai pulau santri, di mana Islam menjadi agama dominan dengan kultur religius yang dibangun selama bertahun-tahun oleh masyarakat, juga telah menjadi pola dan sendi dalam realitas kehidupan masyarakat termasuk masyarakat perantau. Oleh karena itu, sebagaimana masyarakat Madura pada umumnya, para perantaunya juga merupakan individu-individu yang taat beragama.

Untuk melihat identitas keagamaan masyarakat perantau Madura, digunakan analisis religiusitas dari Glock dan Stark yang meliputi lima dimensi, yaitu dimensi ideologi, dimensi intelektual, dimensi ritual, dimensi eksperiensial, dan dimensi konsekuensial. Sebagai penegasan, yang dimaksud dengan religiusitas adalah hubungan antara perasaan, keinginan, harapan, keyakinan manusia terhadap hukum yang ditunjukkan dengan ketaatan dalam melaksanakan ajaran agamanya.

Lebih lanjut, Dister menjelaskan bahwa religiusitas adalah suatu keadaan di mana individu merasakan dan mengakui adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia dan hanya kepada-Nya saja manusia bergantung dan berserah diri. Semakin seseorang mengakui adanya Tuhan maka semakin tinggi religiusitasnya. Glock dan Stark mengatakan bahwa, religiusitas adalah keberagamaan yang menunjukkan ketaatan dan komitmen seseorang terhadap agamanya. Ciri-ciri individu yang mempunyai religiusitas tinggi dapat dilihat dari tindak-tanduk, sikap dan perkataan, serta seluruh jalan hidupnya mengikuti aturan-aturan yang diajarkan oleh agama. Untuk lebih jelasnya, lima dimensi religiusitas dari Glock dan Stark adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Ideologi

Dimensi ideologi/keyakinan (*the ideological dimension, religious belief*) disebut juga dengan dimensi akidah, merupakan dimensi yang berkenaan dengan tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Sebagai muslim, para perantau Madura mengakui keterikatan diri mereka dengan doktrin agamanya. Keyakinan mereka atas kebenaran ajaran agama

(Islam) sudah tidak diragukan lagi. Menurut Hamidah dan Siti Amanah yang telah diinterpretasikan oleh peneliti bahwa “Agama adalah pengontrol perilaku, baik dan buruk, apa yang harus, boleh dan tidak boleh dilakukan, panduannya adalah agama yang kita anut (Islam).” Siti Aisyah, Siti Fatimah, dan semua perantau yang diwawancarai juga mengakui hal tersebut, meski dengan bahasa yang berlainan. Bagi para perantau Madura, Islam adalah nafas, pegangan hidup dalam semua sendi kehidupan. Menurut mereka hal ini bersifat mutlak, meski dalam konteks perilaku ada beberapa pengabaian terhadap nilai-nilai agama, adalah hal yang biasa sebagai manusia.

2. Dimensi Intelektual

Dimensi intelektual/pengetahuan (*the intellectual dimension, religious knowledge*) disebut juga dengan dimensi ilmu, merupakan dimensi yang berkenaan dengan tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya. Sebagaimana masyarakat Madura pada umumnya, para perantanya juga mempunyai intelektualitas keagamaan yang cukup tinggi. Kemampuan baca tulis al-Quran mereka cukup bagus, bahkan beberapa dari mereka juga ada yang memahami kandungan isi al-Quran dan hafal Surat Yasin serta beberapa surat pendek lainnya. Pengetahuan mereka tentang ajaran Islam juga cukup tinggi, hampir semua masyarakat sempat mengenyam pendidikan di pondok pesantren atau madrasah diniyah. Mereka mengetahui dan sangat memahami kewajiban ritual ibadah yang harus dilakukan oleh setiap muslim serta makna yang terkandung di dalamnya. Misalnya, makna shalat mengandung nilai kedisiplinan dan loyalitas; puasa mengandung nilai solidaritas dan empati; zakat mengandung nilai kepedulian dan pemberdayaan dan; naik haji mengandung nilai ukhuwah Islamiyah dan komitmen terhadap ajaran Islam.

3. Dimensi Ritual

Dimensi ritual/praktik (*the ritualistic dimension, religious practice*) disebut juga dengan dimensi ibadah, merupakan dimensi yang berkenaan dengan tingkat kepatuhan seseorang dalam menjalankan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang dianutnya.

Masyarakat perantau Madura adalah figur-figur yang sangat rajin menjalankan ritual keagamaan, seperti solat wajib, solat sunat, puasa ramadhan, puasa sunat, zakat, membaca al-Quran, mengkaji kitab, dan lain-lain. Semua tidak diragukan dalam pelaksanaannya. Hampir setiap rumah memiliki *mushollah*, bagi yang belum punya bercita-cita ingin segera membangun *mushollah*. Dalam wawancara, hampir semua informan menyampaikan bahwa keinginan mereka jika berpenghasilan besar adalah pergi haji.

Masyarakat Madura juga seringkali mengadakan perayaan keagamaan, *tahlilan*, *mauludan*, dan sebagainya. Sebagian besar dari mereka adalah lulusan pondok pesantren atau *madrasah diniyah* atau sekolah berbasis agama. Beberapa dari mereka tidak pernah mengenyam pendidikan formal tapi *mondok*. Itu sebabnya masyarakat Madura sangat menjunjung tinggi figur ulama seperti ustadz atau kyai. Ketika merantau, ulama setempat seperti mendapat 'jatah' sendiri. Jika ada kiriman uang, pasti ada alokasi khusus untuk ustadz/kyai.

Berangkat dari pemaparan di atas, menunjukkan bahwa ritual keagamaan masyarakat Madura sangat tinggi. Dimensi ini menjadi bukti utama tingkat keagamaan seseorang.

4. Dimensi Eksperiensial

Dimensi eksperiensial/pengalaman (*the experiential dimension, religious feeling*) disebut juga dengan dimensi ihsan atau penghayatan, merupakan dimensi yang berkenaan dengan tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius.

Dimensi ini bersifat sangat personal karena setiap individu memiliki pengalaman keagamaan masing-masing yang hanya diketahui dan bisa dirasakan oleh individu tersebut. Seorang yang memiliki pengalaman keagamaan positif akan cenderung semakin taat dengan agamanya, terutama praktik yang menghasilkan pengalaman keagamaan tersebut. Hal ini terwujud misalnya dalam perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapatkan teguran dari Allah, perasaan bahwa doanya sering terkabul, perasaan dekat dengan Allah pada saat berdoa, dan lain-lain. Orang yang sudah mencapai pada taraf dimensi ini, sudah tidak memikirkan lagi "keduniawian" apalagi yang bersifat kebendaan.

5. Dimensi Konsekuensial

Dimensi konsekuensial/pengalaman (*the consequential dimension, religious effect*) disebut juga dengan dimensi amal, merupakan dimensi yang berkenaan dengan tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya.

Dimensi ini merupakan puncak dari keempat dimensi sebelumnya dan merupakan tujuan ajaran Islam. Dimensi ini, untuk mengukur sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya di dalam kehidupan sosial, misalnya suka menolong sesama, bersikap adil, jujur, empati, tidak menipu, suka memaafkan kesalahan orang lain, dan lain-lain. Namun demikian ternyata ada jarak antara pengetahuan, pemahaman, ritual ibadah dan pengalaman keagamaan seseorang dengan perilaku aktual, terutama

perilaku sosial-ekonomi. Faktanya, perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura tidak selalu paralel dengan pengetahuan dan pemahaman keagamaannya.

Perilaku Konsumsi Masyarakat Perantau Madura Perspektif Islam

Dalam norma Islam, untuk memenuhi kebutuhan manusia secara hierarki meliputi keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam mengajarkan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*). Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mewujudkan tercapainya aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan tercapai dengan menyeimbangkan antara nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marginal (*marginal utility*) dalam konsumsi. Sehingga setiap muslim akan berusaha memaksimalkan nilai guna dari tiap barang yang dikonsumsi, yang akan menjadikan dirinya semakin baik dan semakin optimis dalam menjalani hidup dan kehidupan.²¹

Penelaahan al-Ghazali terhadap teori konsumsi memberikan konsep unik tentang batasan-batasan serta arahan positif dalam berkonsumsi, di antaranya: pertama, sifat dan cara. Bagi pelaku ekonomi muslim semestinya sensitif terhadap sesuatu yang dilarang dalam Islam. Seorang muslim hanya mengkonsumsi produk-produk yang jelas halal dan menghindari sejauh mungkin yang haram. Kedua, batasan dalam hal kuantitas dan ukuran konsumsi. Al-Ghazali memberikan arahan agar tidak berlaku kikir yakni terlalu menahan harta dan juga sebaliknya mengeluarkan harta secara berlebihan diluar kewajaran sesuai dengan faktor kebutuhan. Ketiga, dalam hal perilaku. Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna etika.²²

Hasan al-Banna menegaskan bahwa ruang lingkup keilmuan ekonomi Islam lebih luas dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT. Terdapat empat prinsip dalam sistem ekonomi Islam dalam perilaku ekonomi (termasuk konsumsi), yaitu:²³

²¹ Novi Indriyani Sitepu, "Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No. 1 (Maret, 2016), 103.

²² Elvan Syaputra, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin*", *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2 (Agustus, 2017), 153.

²³ Galuh Nashrullah Kartika, "Konsep Ekonomi dalam Perspektif Al Quran", *Al-Ulum*, Vol.1, No. 2 (April, 2016), 170.

1. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah (*abstain from wasteful and luxurius living*), bahwa tindakan ekonomi diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan hidup (*need*), bukan pemuasan keinginan (*wants*)
2. Implementasi zakat yang diwajibkan dan infak, shadaqah, wakaf, hadiah, yang bersifat sukarela, mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen muslim
3. Menjalankan usaha-usaha yang halal (*permissible conduct*) jauh dari riba, *maysir* dan *gharar*.

Dalam memenuhi keperluan hidup, setiap orang penting untuk memahami perbedaan kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan (*needs*) didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Sementara keinginan (*wants*) didefinisikan sebagai *desire* (kemauan) manusia atas segala hal. Cakupan keinginan lebih luas dari kebutuhan. Contoh sederhana menggambarkan perbedaan kedua kata ini dapat dilihat dalam perilaku konsumsi pada air untuk menghilangkan dahaga. Kebutuhan seseorang untuk menghilangkan dahaga mungkin cukup dengan segelas air putih, tapi seseorang dengan kemampuan dan keinginannya dapat saja memenuhi kebutuhan itu dengan segelas wishky, yang tentu lebih mahal dan lebih memuaskan keinginan.²⁴

Peleburan keinginan dengan kebutuhan dalam diri seorang muslim terjadi melalui pemahaman dan pengamalan akidah dan akhlak yang baik (*Islamic norms*). Sehingga ketika asimilasi itu terjadi, maka terbentuklah pribadi-pribadi muslim (*homo-Islamicus*) yang kemudian menentukan perilaku ekonominya yang orisinal dan bersumber dari Islam. Secara simultan otomatis ekonomi tentu akan mengkristal menjadi sistem yang bersumber dari Islam.²⁵

Perilaku ekonomi Islam tidak didominasi oleh nilai alamiah yang dimiliki oleh setiap individu manusia, ada nilai di luar diri manusia yang kemudian membentuk perilaku ekonomi mereka. Nilai tersebut adalah Islam itu sendiri, yang diyakini sebagai tuntunan utama dalam hidup dan kehidupan manusia. Jadi berkaitan dengan variabel keinginan dan kebutuhan ini, Islam sebenarnya cenderung mendorong keinginan pelaku ekonomi sama dengan kebutuhannya. Dengan segala nilai dan norma yang ada dalam akidah dan akhlak Islam peleburan atau asimilasi keinginan dan kebutuhan dimungkinkan untuk terjadi.

Ada beberapa dalil yang menerangkan tentang konsumsi yang bisa dijadikan sebagai acuan bagi seseorang:

²⁴ Mujetaba Mustafa, "Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Islam", *Al-Amwal*, Vol. 1, No. 2 (September, 2016), 151.

²⁵ Abdurrohman Kasdi, "Tafsir Ayat-ayat Konsumsi dan Implikasinya terhadap Pengembangan Ekonomi Islam", *Equilibrium*, Vol. 1, No. 1 (Juni, 2013), 31.

Pertama, anjuran untuk tidak berlebih-lebihan dalam berkonsumsi. Dalam hal ini Allah SWT berfirman yang artinya:

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." QS. al-A'raf (7): 31

"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir..." QS. al-Furqon: 67

Kedua, anjuran mengkonsumsi yang baik dan halal, Allah SWT berfirman:

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." QS. al-Baqarah (2): 168

Ketiga, mengkonsumsi sesuatu dengan menyebut nama Allah, hal itu sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah SWT yang artinya:

"Maka makanlah binatang-binatang (yang halal) yang disebut nama Allah ketika menyembelinya, jika kamu beriman kepada ayat-ayatNya." QS. al-An'am (6): 118

Keempat, dalam mengkonsumsi harus punya prinsip menghalalkan yang halal dan mengharamkan yang haram, hal itu sebagaimana yang dijelaskan firman Allah SWT yang artinya:

"(Yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al-Quran), mereka itulah orang-orang yang beruntung." QS. al-A'raf (7): 157

Kelima, larangan bakhil dan boros dalam berkonsumsi, sebagaimana firman Allah SWT yang artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya" QS. al-Isra (17): 27

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.” QS. al-Isra’ (17): 29

Dari ayat di atas *“Dan janganlah kamu menjadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu,”* maksudnya, janganlah kamu bakhil, tidak mau memberi apapun kepada siapa saja. *“Dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya,”* yakni, janganlah kamu berlebihan dalam berinfaq lalu kamu membeli sesuatu di luar kemampuanmu.

Keenam, Allah menjelaskan tentang kesederhanaan sebagaimana dalam firman Allah SWT yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas.” QS. al-Ma’idah (5): 87

Arti penting ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada perut. Pemanfaatan konsumsi secara berlebih-lebihan merupakan ciri khas masyarakat yang disebut dalam Islam dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghabur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tidak sesuai dengan aturan syari’at.

Perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura adakalanya belum sesuai dengan prinsip Islam. Perilaku konsumsi yang seharusnya didominasi oleh motif *masalahah*, kebutuhan, dan kewajiban terkadang masih dipengaruhi oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis. Hal ini nampak dari konsumsi yang dilakukan ketika kembali ke kampung halaman dari tanah rantauan. Belanja yang dilakukan seringkali berlebihan hingga terkadang *lebih besar pasak daripada tiang*.

KESIMPULAN

Religiusitas masyarakat etnis Madura telah dikenal luas berpegang teguh pada tradisi dan ajaran Islam dalam menapak realitas kehidupan sosial budayanya. Namun representasi religiusitas (identitas keagamaan) ini belum sepenuhnya diterapkan dalam perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura. Perilaku konsumsi masyarakat perantau Madura adakalanya belum

sesuai dengan prinsip Islam. Perilaku konsumsi yang seharusnya didominasi oleh motif *masalah*, kebutuhan, dan kewajiban terkadang masih dipengaruhi oleh ego, rasionalisme (materialisme), dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis.

Daftar Pustaka

- Jenita & Rustam, "Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam", *JEBI*, Vol. 2, No. 1 (Januari-Juni, 2017).
- Mujetaba Mustafa, "Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Al-Qur'an", *Al Amwal*, Vol. 1, No. 2 (September, 2016).
- Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 1995).
- M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi: Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, terj. Nur Hadi Ihsan dan Rifqi Amar (Surabaya: Risalah Gusti, 1999).
- Soetjipto, "Adaptasi Geografi Masyarakat Petani Madura di Pedukuhan Baran Kelurahan Buring Malang", *MIPA*, Vol. 37, No. 1 (Januari, 2008).
- Ruski, *Tinjauan Perilaku Konsumsi dari Perspektif Nilai-Nilai Budaya Lokal Kabupaten Bangkalan Madura* (Unitomo, 2017).
- M. Syahrani Jailani, "Ragam Penelitian Qualitative (Ethnografi, Fenomenologi, Grounded Theory, dan Studi Kasus)", *Edu-Bio*, Vol. 4 (2013).
- O. Hasbiansyah, "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", *Mediator*, Vol. 9, No. 1 (Juni, 2008).
- Nurul Fatma Hasan & Nadhifah, *Financial Management Behaviour: Fenomena pada Masyarakat Perantau asal Madura* (Sidoarjo: Penerbit Meja Tamu, 2018).
- Novi Indriyani Sitepu, "Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2, No. 1 (Maret, 2016).
- Elvan Syaputra, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin*", *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2 (Agustus, 2017).
- Galuh Nashrullah Kartika, "Konsep Ekonomi dalam Perspektif Al Quran", *Al-Ulum*, Vol.1, No. 2 (April, 2016).
- Mujetaba Mustafa, "Konsep Produksi dan Konsumsi dalam Islam", *Al-Amwal*, Vol. 1, No. 2 (September, 2016).
- Abdurrohman Kasdi, "Tafsir Ayat-ayat Konsumsi dan Implikasinya terhadap Pengembangan Ekonomi Islam", *Equilibrium*, Vol. 1, No. 1 (Juni, 2013).