

Agama, Etos Ekonomi, dan Perubahan Sosial

Oleh: **Muhammad Julijanto** | Tanggal Upload: 1 Maret 2022



Islamsantun.org. Agama adalah warna kehidupan. Beragama menjadi fokus kehidupan. Dengan beragama manusia mendapatkan sesuatu yang berarti. Menemukan makna. Agama dapat menimbulkan etos ekonomi. Teori Marx Weber menunjukkan bahwa etos keberagamaan menjadi motor penggerak kegiatan ekonomi, produktivitas bisa dibangun dari etos atau motivasi keberagamaan. Karena ajaran agama mengajarkan akan survive dan mampu menjalankan ajaran agama secara penuh (kaffah) bila secara ekonomi umat beragama berdaulat. Islam sangat mengajarkan etos ekonomi, karena pelaksanaan ajaran agama Islam syarat muatan ekonomi secara keseluruhan. Sehingga mendorong muslim paripurna dari keterbelakangan ekonomi yang mampu menopang kehidupannya.

Justru etos ekonomi umat menjadi penopang peradaban, jika ditelusuri etos kenabian Muhammad Saw karier awalnya berangkat dari menjadi seorang pedagang dengan sistem

tijarah merambah kepada sistem ekonomi moneter dalam politik hukum kenegaraan sebagai suatu entitas bangsa.

Artikel ini mendiskusikan hubungan agama dan ekonomi. Bagaimana etos agama dapat membimbing manusia mencapai kesejahteraan sosial? Berbagai evant keagamaan mampu menjadi penggerak roda ekonomi. Perayaan keagamaan akan menjadi daya tarik ekonomi sendiri. Sehingga pemerintah harus menyiapkan stok makanan yang cukup ketika bulan-bulan tertentu untuk menyambut perayaan kehidupan beragama di tanah air.

Seperti halnya momentum Ramadhan sebagai bulan suci, membuat umat Islam mempersiapkan kebutuhan ekonomi dan konsumsi untuk bisa fokus menunaikan ibadahnya, namun di sisi lain kegiatan keagamaan banyak diselenggarakan termasuk momentum silaturahmi berkumpul dengan keluarga yang mendorong gerakan ekonomi yang masif.

Dimana dalam waktu yang bersamaan terjadi perpindahan warga dari kota satu ke kota yang lain, yang otomatis membutuhkan tersedianya sarana transportasi dan infrastrukturnya, ketersediaan stok bahan bakar minyak baik untuk transportasi darat, laut dan udara. Sekalipun saat ini dikeluhkan konsumen melambungnya harga tiket pesawat. Yang secara otomatis akan ada pergeseran pengguna transportasi udara ke darat atau laut, berapapun prosentasenya diakibatkan tingginya harga tiket pesawat. Silaturahmi telah mampu menggerakkan kehidupan sosial dengan mobilitas yang tinggi antar pulau bahkan mobilitas antar Negara, mereka rela untuk menghabiskan segala sumber daya yang dimiliki, hanya untuk ingin bertemu dengan saudara dan sanak keluarganya, menyambung kembali persaudara yang telah lama berpisah secara fisik dengan keluarga yang lain di luar kota.

Dalam konteks agama mendorong kegiatan ekonomi suatu bangsa sangat fenomenal dalam konteks Indonesia. Dimana agama mempunyai etos yang luar bisa dapat menggerakkan segala aspek kehidupan umat. Agama bagi mayoritas warga negara mempunyai nilai-nilai etis dapat menjadi referensi bagi pemeluknya dalam melakukan kegiatan perekonomian dan bisnis dengan tetap menjunjung tinggi etika. (Yahya Wijaya, Nina Mariani Noor, 2014: 15).

Kegagalan yang paling terasa dari modernisasi yang merupakan akibat langsung dari era globalisasi adalah dalam bidang ekonomi. Kapitalisme modern yang walaupun akhirnya mampu membuktikan kelebihanhannya dari sosialisme, kenyataannya justru melahirkan berbagai persoalan, terutama bagi negara-negara Dunia Ketiga (termasuk negara-negara Muslim) yang cenderung menjadi obyek daripada menjadi subyek kapitalisme. Dikaitkan dengan kegagalan kapitalisme Barat di negara-negara Muslim tersebut, kesadaran bahwa akar kapitalisme bukanlah dari Islam kemudian membangkitkan keinginan untuk merekonstruksi sistem ekonomi yang dianggap “otentik” berasal dari Islam (Hamam Burhanuddin dalam Yahya Wijaya, Nina Mariani Noor, 2014:14). Apalagi sejarah memperlihatkan bahwa pemikiran ekonomi, telah pula dilakukan oleh para ulama Islam, bahkan jauh sebelum Adam Smith menulis buku monumentalnya *The Wealth of Nations*.

Hubungan bisnis dan agama.

Menghubungkan antara bisnis dan agama seringkali dianggap tabu baik oleh kalangan bisnis sendiri maupun kalangan pegiat agama. Bagi sebagian kalangan pegiat agama, bisnis dinilai sebagai ranah yang penuh dosa, sedangkan agama adalah ranah yang suci. Dalam perspektif etika bisnis, agama dan bisnis tidak perlu ditempatkan terpisah apalagi dianggap pada dirinya bertentangan. Namun tidak berarti keduanya serta merta dapat dipasangkan tanpa konsekuensi.

Etika bisnis religius meyakini bahwa agama menyediakan sumber-sumber yang berharga untuk kajian dan penilaian moral terhadap bisnis. Maka agama memiliki tugas mengawal bisnis untuk menjadi bisnis yang bermoral. Etika bisnis religius meyakini bahwa bisnis yang bermoral tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi. Sebaliknya, etika bisnis mengandung sikap optimistik bahwa bisnis yang bermoral sebenarnya lebih menguntungkan, setidaknya untuk jangka panjang, ketimbang bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moral.

Bagaimana etika bisnis Islam terungkap dalam hukum dan aturan yang mengatur kegiatan bisnis secara konkret. Islam memandang bisnis bukan sekadar sebagai kegiatan material tetapi juga immaterial, bukan sekadar kegiatan horisontal tetapi juga vertikal. Prinsip keadilan distributif ditegakkan dalam upaya mengurangi kemiskinan dan pemiskinan.

Etika dalam hubungannya dengan hukum (law). Dalam hal ini muncul berbagai teori. Antara lain, (1) Teori hukuman (punishment), bahwa yang berbuat salah mesti dihukum, bisa berupa pemberian ganti rugi (retribution), memberi balas jasa (restitution), atau memberi manfaat pada yang dizalimi (utilitarian). (2) Teori tanggung jawab (responsibility), bahwa siapa yang berbuat harus mempertanggung jawabkan perbuatannya. Di sini berkaitan dengan, apakah tindakan tersebut dilakukan karena tidak-tahu, adanya paksaan atau tekanan, atau karena kesalahan semata. (3) Teori kesengajaan berbuat (intentionalacts) dan ketidaksengajaan bertindak (unintentionalacts), bahwa berkaitan dengan hukum, perlu dilihat apakah tindakan tersebut disengaja (direncanakan) atau tidak direncanakan. (John Hospers, *An Introduction to Analysis*, 383-398).

Dalam kaitannya dengan sumber pengambilan keputusan moral. Ada tiga kelompok pemikiran dalam masalah ini. Pertama, Antara ekspresi dan tuntutan (assertion). Menurut kelompok ini, sebuah tindakan adalah wujud dari ekspresi langsung dari pelaku atau sikap yang tanpa harus dipikir lebih dulu. Artinya, sumber keputusan moral adalah reaksi langsung, insting dan gharizah tanpa berkaitan dengan kondisi lingkungan (lokus dan tempus). Sebaliknya, menurut yang lain, sumber tindakan moral adalah adanya tuntutan dari lingkungan, misalnya, sikap ketika menghadap raja berbeda dengan ketika menghadapi bawahan.

Kedua, Antara pernyataan dari rasa pelaku (personal taste) dan pilihan-pilihan yang dihadapi pelaku (personal preference). Menurut kelompok ini, sumber tindakan moral bukan gharizah atau kondisi tertentu melainkan pada perasaan yang bersangkutan. Sebaliknya,

lawan kelompok ini menyatakan sebuah tindakan dilakukan setelah seseorang mempertimbangkan berbagai alternatif. Artinya, sumber keputusan moral adalah rasio setelah mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada. Ketiga, Antara subjektif dan objektif. Menurut kelompok ini, moralitas lebih merupakan penilaian subjektif pelaku. Misalnya, ketika seseorang mengatakan bahwa sesuatu adalah baik atau buruk, itu adalah subjektif. Sebaliknya, menurut yang lain, moralitas adalah objektif, sesuai dengan kondisi yang ada. Misalnya, ketika seseorang menyatakan meja itu hijau, adalah karena kondisi riil meja adalah hijau lihat John Horpers, an Introduction to Philosophical Analysis (London, Reuledege, 1996),338-341.lihat juga Tim Penulis Rosda, Kamus Filsafat (Bandung, Rosda Karya, 1995), 102.

Bisnis dapat juga didefinisikan sebagai kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang dinamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang. Setiap barang dinilai dengan sejumlah uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dan aktivitas perdagangan ini merupakan kegiatan utama dalam sistem ekonomi yang diterjemahkan sebagai sistem aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa (Wikipidia/[bisnis.com](https://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis)).

Geliat keagamaan dan gairah ekonomi semakin terlibat, dimana orang semakin sadar akan indahnya berbagai dan membantu kesulitan orang lain. Apalagi di tengah pandemic, jiwa sosial dan solidaritas semakin terbuka, mereka mempunyai kesadaran tinggi untuk berbagai dengan yang lain yang mempunyai keterbatasan dan kemampuan yang minim dalam memnuhi semua kebutuhan hidupnya di masa pandemic. Di sisi lain moralitas harus dijunjung dalam bisnis, jangan melakukan penimunan Ketika barang langka, sehingga merugikan pihak lain.

Mereka suka berbagai dengan saudara sanak keluarga maupun lingkungan di masa mereka tinggal dan bentuk partisipasi dan saling membantu ketika salah satu tetangga sedang mengalami terpapar Virus Corona 19 sehingga menuntut untuk tidak berpartisipasi dalam kegiatan yang mengumpulkan orang dan terjadinya kerumunan.

Kesimpulan

Agama mempunyai etos ekonomi yang luar biasa, dimensi ibadah sosial telah menjadi core dalam ibadah, dimana ibadah yang dilakukan resonansinya dalam kesejahteraan sosial lebih luas. Bahkan memanfaatkan seseorang bila productive dan memberi manfaat bagi orang lain. Sebaik-baik manusia adalah yang memberi manfaat bagi orang lain.

Baca Artikel Asli di Website

Tentang islamsantun.org:

Portal media yang berdedikasi menyebarkan diskursus Islam yang ramah, moderat, dan *rahmatan lil 'alamin*. Menyajikan ragam artikel keislaman, opini, khutbah, hingga sastra pesantren, islamsantun.org hadir sebagai rujukan literasi keagamaan yang sejuk dan mencerahkan bagi masyarakat luas.

Ditulis oleh **Muhammad Julijanto**

Staf Pengajar IAIN Surakarta. Penulis Buku Agama Agenda Demokrasi dan Perubahan Sosial.

© 2026 islamsantun.org · Menyebarkan Islam yang *rahmatan lil 'alamin*