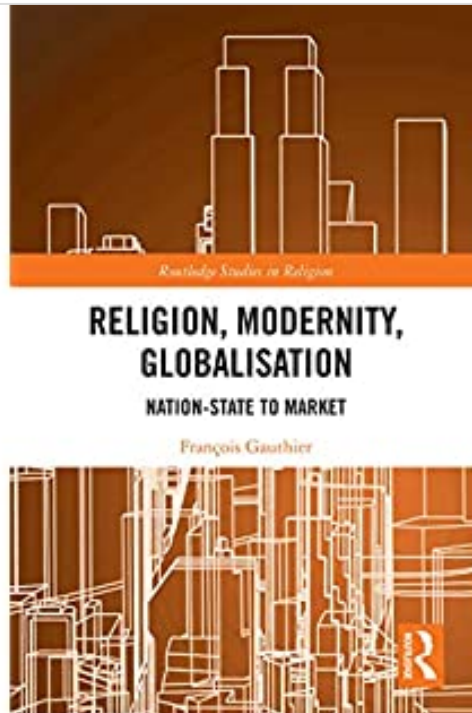


Membidik Agama dengan Logika Pasar (1)

Oleh: **M. Endy Saputro** | Tanggal Upload: 13 Juni 2021



Menyakitkan memang menemani belajar mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tapi buta masalah ekonomi (Islam). Bagaimana saya mau paham, *wong* ngajarnya saja *Metodologi Studi Islam*, mata kuliah *hore* yang akan dilupakan mahasiswa FEBI begitu menginjak semester tiga. Setelah menghabiskan beberapa purnama untuk berfikir bagaimana memantaskan diri jadi dosen di FEBI, akhirnya saya pun memutuskan melihat agama dengan logika ekonomi.

Memasuki Ramadan tahun ini, saya memberanikan diri tadarus buku terbaru Francois Gauthier, *Religion Modernity Globalisation: Nation-State to Market* (2020). Buku ini menarik paling tidak karena tiga hal. *Pertama*, Gauthier ingin melampaui model analisis Finke tentang *religious economy*. *Kedua*, dia menyinggung Indonesia sebagai sebuah kasus. *Ketiga*, buku ini termasuk salah satu buku terlengkap yang secara metodologis mengkaji agama dari sudut pandang *market* 'pasar'. Tulisan ini hanya akan mendiskusikan yang pertama saja.

Jamak sebelumnya di belantika sosiologi agama, Stark dan Finke menjadi idola bagaimana melihat agama dengan analisis *supply-demand*. Penganut madzab ini tentu akan dengan riang menyebut *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion* (2000) sebagai

buku babon mereka. Besutan Stark dan Finke ini merangkum dengan komprehensif bagaimana *religious economy* dikupas tuntas mulai dari basis ontologis, ancaman epistemologis dan detail premis-premisnya. Tapi karena *mumet*, saya urung membuka buku tersebut.

Saya lebih tercerahkan dengan membabibuka artikel-artikel *Supply-Side Explanations for Religious Change* (1993), *Religious Choice and Competition* (1998), dan *The Dynamics of Religious Economies* (2003). Artikel-artikel ini mengobati rasa dahaga saya tentang bagaimana pendekatan *supply and demand* memproduksi *rational choice theory* (RCT). Kelahiran teori ini sebenarnya tidak dapat dipisahkan dari perubahan fenomena agama, khususnya gereja, di Amerika sejak abad ke-18. Akan tetapi, karena memiliki cakupan aplikasi global, teori tersebut kemudian banyak digunakan untuk melihat fenomena perubahan agama di belahan negara lain. Sebut saja, salah satu yang saya suka, Fenggang Yang (2010) yang menggunakan teori tersebut untuk melihat kebangkitan agama di tengah rezim komunis di Tiongkok. Dari tulisan Yang berjudul *Religious Awakening in China under Communist Rule* ini, saya jadi paham, bahwa teori Finke dan Stark tergolong pendekatan ekonomi politik.

Analisis *supply-demand* lahir dari kegelisahan merebaknya teori-teori yang menekankan perubahan agama dari sisi personal individu. Mengapa seseorang yang mengalami perubahan keagamaan dilihat sebagai urusan psikologis? Para sarjana lebih menitikberatkan pada pemaknaan individu dan perubahan-perubahannya. Pendekatan ini dikritik karena lebih menitikberatkan pada *demand* individu. Dengan melihat kasus di Amerika, Finke dan Stark melihat perubahan keagamaan lebih disebabkan adanya perubahan pola *supply*.

Di masa awal Amerika, beberapa gereja yang disponsori negara mulai sepi jemaat seiring dengan kelahiran gereja-gereja (kecil) baru. Perubahan keagamaan ini salah satunya diakibatkan karena regulasi baru yang mengatur kebebasan beragama. Kelahiran gereja-gereja baru inilah yang disebut *supplier* atau produsen. Jemaatnya pun juga seolah tidak terpaku pada satu gereja tunggal, tetapi mereka dapat memilih mana yang disukai. Beragama pada saat itu diibaratkan seperti pergi keluar masuk ke swalayan. Di sinilah pilihan rasional menyelektuk mengapa hal tersebut terjadi.

Perubahan model keberagamaan tersebut oleh Finke dan Stark dikomentari seperti ini. Bila dulu, "*the force of modernity reduced the demand of religion.*" Kini, hal tersebut berubah, "*structure of the religious market can alter the supply of religion*" (116). Jadi sekarang logika pasar menentukan bentuk-bentuk penawaran keberagamaan.

Gampangnya gini saja, mari kita lihat, bagaimana kebebasan berekspresi di Indonesia memacu kemunculan *provider-provider* keagamaan baru, biasanya digawangi kaum muda, yang menawarkan berbagai macam kajian, seperti pelatihan dan program-program kesalehan kreatif. Ambil contoh pesantren dengan sistem daring, program baca Quran satu hari satu juz, *tahajud call*, dan lain sebagainya.

Gauthier melalui bukunya, ingin melampaui analisis Stark-Finke tersebut. Secara pedas, ia mengkritik bahwa Stark-Finker hanya menggunakan kosakata ekonomi untuk menterjemahkan perubahan agama. Gauthier ingin membuat analisis *supply-demand* lebih sistematis sebagai kerangka teoritis. Dua buku editan dia sebelumnya menjelaskan pola dan arah analisis Gauthier. Yang pertama patut disebut *Religion in the Neoliberal Age: Political Economy and Moders of Governance* (2013); yang kedua berjudul *Religion in Consumer Society: Brands, Consumers and Markets* (2013).

Buku pertama fokus pada bagaimana gerakan-gerakan kebangkitan agama muncul sebagai respons dan sekaligus menunggangi semangat global neoliberalisme pemerintah. Perubahan-perubahan atas institusi keagamaan, yang beberapa di antaranya disokong pemerintah, harus tergopoh mengikuti perubahan pasar keagamaan. Beberapa kasus malah harus berhadapan dengan proyek-proyek neoliberalisme negara. Buku kedua menampilkan wajah agama yang dipeluk oleh masyarakat konsumen. Teladan kasus yang ditampilkan berkuat seputar bentuk-bentuk baru komodifikasi agama. Bagaimana spiritualitas disajikan dalam menu-menu komoditas kesalehan yang sama sekali baru.

Buku Gauthier terbaru meracik secara apik tekanan neoliberalisme dan budaya konsumerisme ke dalam teoritisasi khas sosiolog agama. Dalam buku ini, Gauthier enggan menilik logika negara-bangsa dalam mengelola agama—sesuatu yang justru menjadi bagian cukup penting dalam analisis Finke dan Stark. Setelah meninggalkan logika negara-bangsa, Gauthier mengajukan neoliberalisme sebagai elan vital dalam kelahiran rezim *Market*. M ditulis dengan huruf kapital merepresentasikan kehadiran kekuatan besar dalam mempengaruhi pola keberagamaan.

Bagaimana semangat neoliberalisme melahirkan kelas menengah? Inilah yang harus dikaji terlebih dahulu, karena kelas inilah yang menjadi subjek utama masyarakat konsumen. Bagaimana neoliberalisme melahirkan ilmu manajemen, dan pada saat yang sama membuka ruang-ruang *entrepreneurship*? Bagaimana reformasi neoliberal mewujudkan hadirnya pasar bebas yang berimplikasi pada banyak pilihan, termasuk dalam hal beragama?

Gauthier ingin menghubungkan proses neoliberalisme dengan konsumerisme. Konsumerisme, baginya, adalah sebuah etos sekaligus ideologi budaya. Gauthier menulis, "*consumer culture is a culture of consumption meaning that its 'dominant values' are not only originated through consumption practices but are also in some sense derived from them*" (139). Senantiasa ingin *update* status di fesbuk atau WA merupakan bukti dari pernyataan tersebut. Apa yang menjadi perantara neoliberalisme dan konsumerisme?

Jawabnya *marketisasi*. Melalui gairah konsumsi yang hebat, *brand* dipasarkan karena di dalamnya mengandung makna, identitas, sosialitas, nilai, emosi, pengalaman, otensitas, mimpi dan kesempatan. Konsumsi mengubah kepemilikan menjadi sebuah relasi fanatik terhadap sebuah *brand*. *Brand* bergerak dalam sebuah jalinan ekonomi simbolis dan spiritualitas, dan kemudian menjadi sebuah sistem kepercayaan. Itulah mengapa ia memiliki kekuatan "**mind-**

share, viral” (144). *Brand* inilah yang dimarketisasi.

Marketisasi juga bentuk lain dari *mediatisasi*. Gauthier menggunakan istilah *hypermediatisation*, merujuk pada media-media (sosial) baru yang mana memungkinkan terbentuknya sebuah gerakan, jejaring dan interaksi sosial lainnya. *Mediatisasi* mentransformasikan media menjadi sumber primer informasi agama sekaligus menyediakan panduan moral dan spiritual. Melalui *marketisasi*, agama diprivatisasi. Melalui *marketisasi*, agama sebagai sebuah institusi diubah menjadi se bentuk organisasi.

[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 **M. Endy Saputro**

Dosen IAIN Surakarta

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