

BULAN RAMADHAN MEMBANGKITKAN EKONOMI UMAT: KOMPARASI KONSUMSI KAPITALISME DAN ISLAM

¹Indah Awalia, ²Siti Murtiyani, ³Muhammad Baiquni Syihab

¹²³STEI Hamfara, Yogyakarta

¹indahawalia435@gmail.com, ²smurtiyani246@gmail.com, ³baiqunisyihab@gmail.com

Abstrak

Umat Islam giat menjalankan ibadah terutama di Bulan Ramadhan. Puasa, zakat, infak, shodaqoh, dan bermacam-macam ibadah lainnya mereka lakukan. Khusus terkait dengan ibadah *maaliyyah*, mereka dituntut menunaikan kewajiban zakat juga sunnahnya infak dan shodaqoh sehingga mendapatkan pahala yang berlipat-lipat. Perilaku ekonomi umat Islam di Bulan Ramadhan menjadi sangat unik ketika menjelang maghrib waktu untuk berbuka puasa mereka berlomba-lomba *takjil* dengan membeli makanan melimpah. Artikel ini ditujukan untuk mengetahui dampak ekonomi dari perilaku umat Islam ketika menjalankan ibadah puasa, kemudian perilaku ini dilihat dengan kaca mata perbandingan antara kapitalisme dan Islam. Metode yang digunakan artikel ini adalah kualitatif dengan pengamatan di lapangan atau observasi dan studi pustaka dari berbagai sumber informasi, seperti buku, artikel-artikel yang sudah publish, dibantu oleh google, dan mesin kecerdasan buatan. Pembacaan yang serius dan berulang-ulang terhadap sumber informasi menghasilkan perbedaan arah analisis, yaitu dampak kebangkitan ekonomi menurut Islam dan dampak pada pertumbuhan ekonomi kapitalisme.

Kata Kunci: Ekonomi Islam, Kapitalisme, Puasa Romadlon, Umat

تجريدي

يمارس المسلمون العبادة بنشاط ، خاصة في شهر رمضان. الصيام والزكاة والإنفاق والصودقوه ومختلف العبادات الأخرى التي يقومون بها. خاصة فيما يتعلق بعبادة المالية، يتم توجيههم إلى الوفاء بواجب الزكاة وكذلك سنة الإدراك والصودقوه للحصول على مكافآت متعددة. يصبح السلوك الاقتصادي للمسلمين في شهر رمضان فريدا جدا عندما يتنافسون قبل وقت المغرب لتناول الإفطار عن طريق شراء طعام وفير. تهدف هذه المقالة إلى تحديد التأثير الاقتصادي لسلوك المسلمين عند الصيام ، ثم ينظر إلى هذا السلوك من منظور المقارنة بين الرأسمالية والإسلام. الطريقة المستخدمة في هذه المقالة نوعية مع الملاحظات في المجال أو دراسات الملاحظة والأدبيات من مصادر المعلومات المختلفة ، مثل الكتب والمقالات التي تم نشرها ، بمساعدة Google، ومحركات الذكاء الاصطناعي. القراءة الجادة والمتكررة لمصادر المعلومات تؤدي إلى اتجاهات مختلفة للتحليل ، أي تأثير الانتعاش الاقتصادي وفقا للإسلام والتأثير على النمو الاقتصادي للرأسمالية .

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإسلامي، الرأسمالية، صوم رمضان، الأمة

PENDAHULUAN

Bulan Ramadhan bulan umat Islam giat menjalankan ibadah meningkatkan spiritualitas mereka. Puasa, zakat, infak, shodaqoh, dan bermacam-macam ibadah lainnya mereka lakukan (Priyono, 2016). Khusus terkait dengan ibadah *maaliyyah*, mereka dituntun menunaikan zakat, infak, dan shodaqoh sehingga mendapatkan pahala yang berlipat-lipat. Perilaku ekonomi umat Islam di Bulan Ramadhan menjadi sangat unik ketika menjelang maghrib waktu untuk berbuka puasa mereka berlomba-lomba *takjil* dengan membeli makanan melimpah. Pembelian takjil secara berlebihan banyak dilakukan oleh masyarakat muslim mendorong munculnya pedagang-pedagang makanan dadakan (Jenuri & Apriyanti, 2023). Spiritualitas masyarakat betul-betul meningkat (Mahri, 2021).

Satu sisi terdapat kasus krisis spiritualitas terjadi pada orang kaya pelaku ekonomi yang suatu saat memajang patung dari beberapa kepercayaan dan suatu saat yang lain memajang kaligrafi lafadz Allah SWT, karena bingung dalam beragama. Pada saat itu dia juga bertanya kepada stafnya tentang bunga, tentang Puasa Ramadhan, dan sebagainya. Krisis spiritualitas menjadikan sosok dermawan merasakan ketidaknyamanan dalam tidak beragama dengan benar (Globalization & This, 2015). Bulan Ramadhan juga menimpa pelaku bisnis yang meskipun secara materi terdapat peningkatan omset yang lumayan namun secara spiritualitas kosong. Hidayat (2016) menjelaskan bahwa budaya konsumsi di bulan Ramadhan ini terbentuk oleh mitos ketakutan mengenai kesehatan karena harus menahan lapar dan dahaga, dan mitos ini telah diprediksi oleh pemilik modal untuk menjual produk melalui berbagai macam simbol dan tanda. Masyarakat modern saat ini telah kehilangan esensi dari puasa secara batiniyah sehingga spritualitas atau kesadaran untuk membentuk nilai kemanusiaan berdasarkan keimanan menjadi hilang dan kebangkitan yang terjadi menjadi semu, terbukti pada kondisi pasca Ramadhan selesai.

Artikel ini ditujukan untuk mengetahui dampak ekonomi dari perilaku umat Islam ketika menjalankan ibadah puasa, kemudian perilaku ini dilihat dengan kaca mata perbandingan antara kapitalisme dan Islam. Perilaku ekonomi khususnya perilaku konsumsi di Bulan Ramadhan yang sangat tinggi pasti memiliki dampak yang signifikan terhadap perputaran ekonomi masyarakat.

METODE

Metode yang digunakan artikel ini adalah kualitatif dengan wawancara, pengamatan di lapangan atau observasi dan studi pustaka dari berbagai sumber informasi, seperti buku, artikel-artikel yang sudah publish, dibantu oleh google, dan mesin kecerdasan buatan. Pembacaan yang serius dan berulang-ulang terhadap sumber informasi ini merupakan bentuk analisis teks dan konteks karena bertemu dalam teori berpikir penulis. Hasil simpulan dari pelacakan informasi di atas adalah artikel yang disajikan dengan narasi di paper ini.

HASIL DAN DISKUSI PEMBAHASAN

Kebangkitan ekonomi umat pada bulan Ramadhan ditandai dengan tingginya angka perputaran uang yang digunakan umat untuk belanja buka puasa di waktu takjil dan meningkatnya spiritualitas umat untuk menunaikan zakat, infaq, juga shodaqoh. Secara kasat mata bisa dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi akibat tingginya perputaran uang di masyarakat ketika bulan Ramadhan, baik ketika menjelang takjil untuk berbuka puasa maupun ketika menjelang idul fitri dengan penukaran uang baru, tentunya mengandung riba, adalah dampak dari sistem ekonomi Kapitalisme. Adapun dalam ekonomi Islam, kebangkitan ekonomi umat itu ditandai dengan adanya pengorbanan orang kaya untuk mengeluarkan zakat, infak, dan shodaqoh atas dasar keimanan, perintah dari Allah SWT.

Pertumbuhan Kapitalisme

Kebangkitan ekonomi pada bulan Ramadhan dapat terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhi pola belanja dan aktivitas ekonomi masyarakat selama bulan tersebut. Faktor-faktor tersebut sangat kuat dibaca dengan pendekatan kapitalisme dari cara kerjanya, yaitu kerakusan seseorang atau beberapa orang dalam konsumsi (Supriyanto, 2009). Selama bulan Ramadhan, umat Muslim berpuasa dari fajar hingga matahari terbenam. Setelah berbuka puasa pada waktu Maghrib, mereka biasanya berkumpul untuk berbuka bersama, yang dikenal sebagai "buka puasa bersama" atau "iftar". Hal ini menyebabkan peningkatan konsumsi makanan dan minuman pada waktu Maghrib dan sahur, yang dapat mendongkrak penjualan di sektor makanan dan minuman. Aktifitas ini memang aktifitas yang bernilai ibadah, namun jika tidak disadari bisa jatuh pada perangkap kapitalisme karena kerakusan yang mendorongnya tidak dibatasi oleh Islam.

Aktivitas konsumsi selain yang disebutkan di atas adalah adanya peningkatan penjualan produk-produk khusus seperti makanan khas Ramadhan bisnis kuliner, pakaian baru untuk merayakan Idul Fitri, serta dekorasi dan hiasan untuk merayakan hari raya (Rifai & Utomo, 2023). Hal ini dapat menggerakkan sektor perdagangan dan manufaktur. Agenda liburan keluarga pada bulan Ramadhan dapat meningkatkan permintaan untuk transportasi, akomodasi, dan pariwisata. Kemudian banyak perusahaan, terutama yang bergerak dalam bidang ritel, makanan dan minuman, serta pariwisata, melakukan promosi khusus dan memberikan diskon selama bulan Ramadhan untuk menarik pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan daya beli konsumen dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Perilaku-perilaku ekonomi di atas bisa masuk kategori perilaku kapitalisme jika perilaku tersebut semata-mata didorong oleh kerakusan dan tidak dikontrol oleh Islam. Pertumbuhan ekonomi seperti di atas merupakan gejala-gejala pertumbuhan ekonomi di sistem kapitalisme.

Kebangkitan Ekonomi Islam

Adapun perilaku konsumsi muslim selalu didasarkan pada pertimbangan syariat, antara halal dan haram, antara perintah dan larangan Allah SWT. Misalnya meningkatnya pengeluaran untuk zakat dan sadaqah sebagai bagian penting dari praktik keagamaan selama bulan Ramadhan. Banyak orang yang memanfaatkan bulan ini untuk memberikan sumbangan amal yang lebih besar dari biasanya. Ini dapat meningkatkan aliran uang ke organisasi amal dan membantu mendorong aktivitas ekonomi di sektor tersebut. Konsumen Muslim cenderung lebih memilih produk dan layanan yang halal selama bulan Ramadhan, termasuk makanan, minuman, kosmetik, dan produk lainnya yang diproduksi dan dipasarkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Banyak bisnis yang mengadakan promosi khusus dan memberikan diskon selama bulan Ramadhan dengan menekankan aspek-aspek Islam, seperti memperkenalkan produk halal, memberikan sedekah dari sebagian keuntungan penjualan, atau menawarkan produk-produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Promosi semacam ini dapat menarik perhatian konsumen Muslim dan mendongkrak penjualan. Selama bulan Ramadhan, banyak umat Muslim yang melakukan perjalanan untuk berziarah ke tempat-tempat suci, seperti Makkah dan Madinah. Ini dapat meningkatkan aktivitas ekonomi di sektor pariwisata dan industri terkait, termasuk transportasi, akomodasi, dan perdagangan. Perputaran perekonomian semacam ini mampu memutus lingkaran kemiskinan (Utomo, 2023).

Beberapa perilaku umat Islam dalam memenuhi kebutuhannya tadi bisa mendorong kebangkitan ekonomi umat. Umat bisa berkontribusi dalam pembangunan nasional akibat kesadarannya yang tinggi atas perintah dan larangan Allah SWT (Fardiansyah & Utomo, 2023). Perbedaan kebangkitan ekonomi dalam Islam dan Kapitalisme adalah pada faktor pendorongnya. Kebangkitan ekonomi model kapitalisme didorong oleh kerakusan materi sehingga hanya mengejar angka-angka pertumbuhan bahkan menafikan pemerataan, sementara kebangkitan ekonomi Islam didorong oleh semangat spiritualitas atas kesadaran pada perintah-perintah Allah dan larangan-larangannya. Kebangkitan ekonomi Islam tidak hanya mengejar pertumbuhan bahkan juga mengejar pemerataan dengan distribusi kekayaan. Ekonomi Islam yang murni kembali kepada al-Qur'an dan Hadits (Dzikri & Utomo, 2024) mampu menyelesaikan problem kemiskinan penduduk Indonesia (Aditya & Utomo, 2024).

KESIMPULAN

Beberapa simpulan dari artikel ini adalah bahwa dampak ekonomi dari perilaku umat Islam ketika menjalankan ibadah puasa ini bisa dipengaruhi oleh kapitalisme jika didorong oleh kerakusan saja atau Islam jika disorong oleh kesadaran spiritual menjalankan perintah Allah SWT. Kebangkitan ekonomi umat ketika bulan Ramadhan ini bisa dilihat dari aspek pertumbuhan ekonomi model kapitalisme karena yang dikejar hanya materi semata, seperti pertumbuhan pedagang-pedagang kuliner dadakan menjelang takjil yang bisnis orientasinya pada keuntungan materi saja dan bisa dilihat dari aspek ekonomi Islam ketika perilaku ekonomi ini didorong oleh ibadah kepada Allah SWT sehingga peduli dengan pemerataan seperti zakat, infak, dan shodaqah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. A., & Utomo, Y. T. (2024). EKONOMI ISLAM : PONDASI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 2(November 2023), 119–127.
- Dzikri, M. P., & Utomo, Y. T. (2024). AYAT-AYAT AL- QUR ' AN : PURIFIKASI AJARAN EKONOMI ISLAM. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(5), 36–43.
- Fardiansyah, M., & Utomo, Y. T. (2023). KONTRIBUSI EKONOMI ISLAM DALAM PEMBANGUNAN INDONESIA : PERSPEKTIF MADZHAB HAMFARA. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(2), 185–192.

<https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/420>

- Globalization, E., & This, C. (2015). *Spirit Gusjigang Kudus dan Tantangan Globalisasi Ekonomi A . Pendahuluan Antony Giddens pernah mengatakan bahwa globalisasi bukanlah apa yang ada dan terlihat di luar sana . Akan tetapi , globalisasi adalah apa yang memengaruhi aspek kehidupan kita yang s. 9(1), 19–40.*
- Hidayat, A. (2016). Budaya Konsumen Bulan Ramadhan Bagi Masyarakat Modern Di Indonesia. *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya, 14(2), 265–276.*
<https://doi.org/10.24090/ibda.v14i2.684>
- Jenuri, & Apriyanti, S. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Umat Islam Dalam Pembelian Takjil di Bulan Ramadhan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Mizan, 7(2), 1–14.*
- Mahri, J. W. dkk. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (A. Irfan S, Muhamad; Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Priyono, S. (2016). Zakat Sebagai Instrumen Dalam Kebijakan Fiskal. *Al Mashlahah Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam Zakat, April, 5–24.*
- Rifai, R. N., & Utomo, Y. T. (2023). BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID 19. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History, I(April), 24–31.*
- Supriyanto. (2009). Memahami Cara Bekerja Sistem Perekonomian. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, 6(November), 192–205.*
- Utomo, Y. T. (2023). Breaking the Vicious Cycle of Poverty. *Tsarwatica, 05(1), 1–6.*
<https://doi.org/10.35310>