

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku ekonomi mencerminkan kondisi lingkungan sosial, budaya, psikologi, dan spiritual masyarakat (Willer, 2006). Nilai spiritual diakui sebagai variabel penting dalam sosiologi dan psikologi yang dapat mempengaruhi perilaku ekonomi (Allport, 1965). Perilaku ekonomi mencerminkan peluang sosial, politik, bisnis, budaya dan agama dalam lingkungan (Mathras *et al.*, 2016; Minkler, 2004). Visi ekonomi seseorang akan direfleksikan dalam keputusan ekonomi yang dipilih sebagai sebuah konsep yang saling terkait secara ideologis (Schumpeter, 1955).

Ekonomi agama merupakan penelitian yang relatif baru dalam ekonomi. Ekonomi dan agama memiliki hubungan yang lebih dekat daripada yang diyakini oleh sebagian orang. Penelitian yang lebih baru harus difokuskan pada konsekuensi sosial-ekonomi agama dengan menggunakan teori ekonomi dan alat statistik. Karena dengan tersedianya data baru, baik historis maupun kontemporer, perhatian terhadap identifikasi efek religiusitas menjadi lebih jelas (Iyer, 2016).

Religiusitas merupakan sebuah ideologi dan unsur kunci budaya yang membentuk perilaku individu dalam membuat keputusan ekonomi. Keputusan seorang Muslim dan Yahudi tidak memakan babi membuktikan pengaruh agama terhadap perilaku ekonomi (Fam *et al.*, 2002). Imam asy-Syatibi menyatakan bahwa argumentasi paling kuat bersumber pada yurisprudensi yang berdasarkan atas hukum universal (Raysuni, 2013).

Masyarakat Muslim umumnya menerima bahwa hukum diperlukan untuk keberlanjutan agama, kehidupan manusia, keturunan, kekayaan materi dan kemampuan akal manusia. Ketidakpuasan dengan kehidupan materialistik yang irrasional dan individual membuat seseorang mengalami kegelisahan dalam hidup, meski dianggap sudah mapan secara ekonomi (Kenny & Kenny, 2006). Masalah ini mendorong mereka untuk mencari ketenangan dan kebahagiaan hidup melalui pendalaman ilmu agama.

Dinamika pemahaman umat Islam melahirkan sebuah fenomena baru yang disebut “hijrah”. Komunitas hijrah yang beranggotakan mayoritas Muslim terpelajar tumbuh sangat pesat dalam beragam bentuk metode ajaran seperti komunitas Salafi, Tarbiyah, dan berbagai komunitas hijrah lainnya di Indonesia, yang cukup menarik perhatian publik (Fajriani & Sugandi, 2019). Sebuah ajaran menyatakan: “Orang muslim adalah orang yang menyelamatkan orang-orang Muslim lainnya dari lisan dan tangannya dan orang yang berhijrah yaitu orang yang menjauhi apa yang telah dilarang oleh Allah” HR. Bukhari (Khan, 2009).

Pemahaman religius terhadap ajaran tersebut memberi semangat kuat untuk berkembangnya fenomena hijrah yang bahkan menarik partisipasi berbagai kalangan termasuk tokoh idola publik yang menjadi pembentuk tren dalam masyarakat. Peran media sosial juga turut mendukung sehingga komunitas hijrah berkembang pesat pada kalangan anak muda milenial.

Dunia mencatat bahwa hampir 80% penduduknya mengikuti jalan kehidupan yang diajarkan agama (PEW Research Center, 2008). Sekitar 70% penduduk Amerika Serikat menyatakan bahwa agama membentuk perilaku kehidupan mereka (PEW Research Center, 2012). Nilai-nilai kepercayaan agama atau Religiusitas mempengaruhi perilaku manusia secara ritual dan simbolis (Khraim, 2010). Sejauh mana agama dan keyakinan memengaruhi perilaku seseorang yang dapat mencerminkan tingkat religiusitas individu dan kedudukan agama (Sood & Nasu, 1995). Karena itu, agama merupakan fenomena jangka panjang sebagai konstruksi berharga untuk memahami perilaku individu dalam konsumsi dan produksi.

Sebagai sebuah faktor budaya, agama merupakan salah satu lembaga sosial paling universal dan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, nilai, dan perilaku manusia, baik individu maupun masyarakat (Fam *et al.*, 2002). Agama mempengaruhi keputusan ekonomi dalam produksi dan konsumsi (Essoo & Dibb, 2004). Keyakinan juga mempengaruhi preferensi konsumen dan produsen dalam membuat pilihan (Mokhlis, 2009).

Islam sebagai salah satu agama dengan sistem kehidupan yang tidak hanya mengatur hubungan vertikal antara manusia dan Tuhan Maha Pencipta, tetapi secara

komprehensif mengatur hubungan secara horizontal antar sesama manusia yang meliputi kehidupan sosial, politik, budaya, hukum, dan ekonomi. Islam mengajarkan pemenuhan yang sejalan dengan syari'ah. Tidak semua keinginan naluriah menjadi kebutuhan, tetapi terlebih dahulu melewati uji masalah (Raysuni, 2013). Aktivitas ekonomi, produksi dan konsumsi, harus berdasarkan pertimbangan masalah dengan orientasi untuk mendapatkan secara inklusif kebaikan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Religiusitas terhadap perilaku ekonomi telah cukup mendapat perhatian dikalangan peneliti. Berbagai hasil penelitian terdahulu sepakat menyatakan bahwa agama mempengaruhi perilaku dan membuat pilihan ekonomi. Namun, dalam penelitian sebelumnya belum ada yang menganalisis mengenai faktor perbedaan tingkat pemahaman religi dalam satu agama yang sama diantara muslim yang telah menyatakan diri mereka ber hijrah dengan muslim pada umumnya.

Penelitian ini mengkaji dampak religiusitas terhadap perilaku ekonomi, produktifitas dan kesejahteraan, antara individu pada kelompok hijrah dengan individu non hijrah. Secara spesifik, lebih fokus kepada bagaimana tingkat religiusitas berpengaruh terhadap kinerja ekonomi individu diantara kedua kelompok ini. Perilaku ekonomi yang berbeda akibat dari perbedaan tingkat pemahaman religi, yang akan berdampak terhadap produktifitas dan kesejahteraan menjadi hal yang penting untuk dibahas.

B. Rumusan Masalah

Salah satu bentuk peningkatan religiusitas yang bersumber dari pemahaman dan pengamalan agama pemeluk Islam menyebabkan perbedaan dalam perilaku ekonomi. Bagaimana keterkaitan antara religiusitas dengan perilaku ekonomi? Apakah perilaku ekonomi mempengaruhi kinerja ekonomi? Apakah perbedaan tingkat religiusitas akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian adalah untuk:

1. Menganalisis keterkaitan antara religiusitas dan perilaku ekonomi.
2. Mengkaji dampak religiusitas dan perilaku ekonomi terhadap produktifitas.

3. Menganalisis pengaruh religiusitas, perilaku ekonomi dan produktifitas, terhadap kesejahteraan.
4. Memberikan rekomendasi terhadap pengembangan ekonomi yang berbasis spiritual.

