



Laporan Riset

Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan *Komodifikasi* Mukena

Noni Mirantika, Saortua Marbun*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya



Jurnal Studi Kultural

<http://journals.an1image.net/index.php/ajsk>

Info Artikel

Sejarah artikel:

Dikirim 14 Februari 2016

Direvisi 20 Maret 2016

Diterima 27 Mei 2016

Kata Kunci:

Komodifikasi

Mukena

Perlengkapan

Salat

Ideologi Pasar

Abstrak

Pada abad ke-14 Walisongo memperkenalkan mukena seiring dengan penyiaran Agama Islam di Jawa. Saat itu mukena digunakan untuk menutupi Bagian Tubuh Wanita Jawa yang hanya memakai kemben. *Komodifikasi* mukena terjadi setelah abad ke-20. Kondisi ini disebabkan oleh karakteristik mukena sebagai barang ekonomi, semakin banyak wanita muslimah yang menggunakan mukena dan meluasnya ideologi pasar sehingga seseorang merasa lebih nyaman membeli mukena dari pada membuatnya secara swadaya.

Kondisi ini memberikan peluang bagi penjahit atau produsen untuk mengembangkan industri penjualan perlengkapan salat. Hal ini terkait pula dengan ideologi yang berlaku pada industri pembuat mukena, yakni ideologi pasar sehingga mereka melihat mukena sebagai sumber keuntungan. Posisi produsen lebih kuat daripada konsumen mukena karena produsen menguasai aneka modal, yaitu modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik secara bersinergi. Gejala ini tercermin pada semakin berkembangnya produk dan pasar mukena.

© 2016 Komunitas Studi Kultural Indonesia. Diterbitkan oleh An1image. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Mukena adalah busana perlengkapan salat untuk perempuan muslim khas di Indonesia, sebenarnya dalam Islam tidak ada kaidah terperinci perihal pakaian seperti apa yang *seyogyanya* digunakan untuk salat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda atau kotoran.

Mukena adalah komoditas budaya khas di Indonesia, konon merupakan hasil penyesuaian yang dilakukan oleh para wali zaman dahulu sesuai dengan prinsip dalam Agama Islam. Prinsip Agama Islam menerangkan bahwa seorang wanita muslimah harus berpakaian bersih, rapi, wajar, tidak berlebihan, tidak menyerupai pakaian wanita kafir, tidak menyerupai laki-laki, kainnya harus tebal, tidak diberi wewangian dan menutupi aurat.

Ketika itu cara berbusana Perempuan Indonesia adalah mengenakan kemben yang memperlihatkan dada bagian atas hingga kepala, untuk menyelaraskan dengan cara berpakaian yang diatur dalam Islam maka diciptakanlah mukena yang lugas untuk menutupi seluruh anggota badan kecuali wajah dan telapak tangan. Berdasarkan hal tersebut banyak kalangan ingin membuat usaha mukena.

Usaha mukena mulai menjamur di kalangan wanita muslimah. Mukena tersedia pula untuk anak-anak dengan berbagai model. Hal ini terjadi untuk memenuhi kebutuhan mukena yang meningkat secara signifikan terutama pada Bulan Ramadhan, menjelang Hari Raya Idulfitri dan Idulada.

Dewasa ini mukena digunakan bukan sekedar penutup aurat wanita, mukena dikenakan sebagai busana untuk mempercantik diri, agar tampil modis dan menarik. Mukena semakin laris dan dijual di pusat-pusat perbelanjaan. Usaha mukena ini adalah salah satu usaha yang memiliki kemungkinan rugi yang sangat kecil karena mukena merupakan produk yang tidak mudah rusak dan tidak bisa basi.

Segmen pasar dari usaha mukena cukup besar karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah Islam. Seiring berkembangnya zaman motif, warna dan model mukena juga semakin bervariasi, mulai dari jenis mukena *one piece* (terusan), *abaya* dan *two piece*. Selain itu, mukena dengan tema gambar kartun juga tersedia bagi anak-anak sehingga anak-anak akan lebih termotivasi dalam menjalankan salatnya.

Keadaan yang menguntungkan berbagai pihak juga dapat menimbulkan masalah yaitu pertama, mengapa mukena saat ini *dikomodifikasi*?

* Peneliti koresponden: Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Triatma Mulya, Jl. Kubu Gunung Tegal Jaya Kuta Utara Badung, Bali 80361. Mobile: +628123643289 | E-mail:saortuam@gmail.com |

Kedua, bagaimana pandangan agama mengenai *komodifikasi* dari mukena? Dan ketiga, bagaimana pandangan manajemen mengenai perubahan atau *komodifikasi* untuk mendapatkan keuntungan tersebut?

Jawaban atas pertanyaan ini amat penting, tidak saja untuk memahami alasan utama konsumen membeli mukena sebagai perlengkapan salat, tetapi diharapkan pula memberikan sumbangan bagi pengembangan sosiologi *komodifikasi* agama.

Selain itu dapat pula digunakan untuk mengetahui penyebab dari *komodifikasi* mukena, memahami pandangan agama mengenai mukena, dan mengetahui pandangan dari segi manajemen mengenai *komodifikasi* mukena.

Adapun manfaat dari laporan penelitian mengenai *komodifikasi* mukena ini adalah bagi masyarakat adalah agar digunakan sebagai petunjuk dan tambahan pengetahuan dalam usaha menjalankan bisnis mukena. Dan bagi pemerintah digunakan sebagai tolok ukur pemerintah terhadap masyarakat dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan, baik usaha kecil, menengah, maupun usaha dalam skala besar.

2. Komodifikasi Mukena

Sebelum membahas mengenai *komodifikasi* mukena haruslah diketahui apa itu *komodifikasi*, mengutip dari Greg Fealy (2008) istilah *komodifikasi* berasal dari *commodity*, yang antara lain berarti benda komersial atau objek perdagangan [1]. Jadi *komodifikasi* Agama Islam adalah komersialisasi Agama Islam atau mengubah keimanan dan simbol-simbolnya menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan untuk mendapat keuntungan.

Selanjutnya dalam analisis masyarakat konsumsi menurut Baudrillard (1998) masyarakat yang *terkomodifikasi* adalah suatu masyarakat di mana segala sesuatu mengalami *komodifikasi* dalam artian segala sesuatunya berubah menjadi komoditas [2].

Suatu masyarakat di mana tidak ada sesuatu pun yang tidak dapat dipertukarkan termasuk di dalamnya hal-hal nonmaterial yang sebelumnya dianggap bukan untuk diperjualbelikan seperti ilmu pengetahuan dan seni.

Mukena merupakan sarana wajib yang digunakan oleh Wanita Muslim Indonesia ketika ia hendak melakukan ibadah. Dewasa ini mukena bukan saja sebagai simbol keimanan karena sudah menjadi produk atau komoditas yang dapat dijual atau dibeli di pasar.

Saat ini mukena sudah *dikomodifikasi* untuk beberapa alasan. Wanita saat ini sudah tidak memiliki waktu yang cukup untuk membuat sendiri mukena yang akan digunakan,

pembuatan mukena acap kali dianggap sebagai beban bagi sebagian muslimah.

Saat ini banyak wanita muslimah yang lebih memilih berkarir dalam dunia kerja daripada berdiam diri di rumah. Selain itu, tidak semua wanita memiliki keterampilan menjahit yang baik. Tidak saja karena banyak menguras tenaga dan waktu, tetapi pula menguras modal finansial (modal ekonomi).

Kondisi ini memerlukan cara untuk memecahkannya. Pada konteks inilah muncul solusi, yaitu membeli mukena sehingga *komodifikasi* mukena menjadi tidak terhindarkan. Dengan adanya *komodifikasi* mukena akan sangat membantu baik dari produsen maupun konsumen jika dilihat dari produsen, pendapatan akan bertambah apabila mukena yang ditawarkan terjual.

Dan apabila dilihat dari segi konsumen, maka konsumen tidak akan sibuk karena harus membuat terlebih dahulu mukena yang akan digunakan nanti. Pembuatan mukena adalah simbol tradisionalitas, sedangkan *komodifikasi* mukena adalah simbol modernitas.

Akibatnya, Orang Islam yang memosisikan dirinya sebagai manusia modern lebih suka membeli mukena daripada membuat mukena dengan cara membuat sendiri karena terkait dengan modernitas.

3. Pandangan Agama Mengenai Mukena

Mukena merupakan salah satu perlengkapan yang digunakan oleh wanita muslimah ketika hendak salat, tetapi penggunaan mukena hanya digunakan oleh wanita muslimah di Indonesia. Pada dasarnya disunahkan bagi wanita muslimah mengenakan baju kurung dan kerudung pada saat melaksanakan salat.

Berkean dengan hal ini terdapat suatu riwayat dari Umar bin Khotob dan putranya, Abdullah bin Umar serta Aisyah r.a. Imam Ay-syafi'i juga memiliki pandangan, yaitu bahwa wanita muslimah harus menutupi auratnya (bagian tubuh yang harus ditutupi) secara baik dan benar pada saat menjalankan ibadah salat, yang mana busana yang dipakainya pada saat ruku' atau sujud tidak menunjukkan bentuk tubuh dan pinggulnya serta bagian-bagian aurat yang sensitif.

Diriwayatkan dari Aisyah, bahwa ia pernah mengerjakan salat dengan mengenakan empat lapis pakaian, yang demikian itu merupakan perbuatan yang disunahkan (apabila dikerjakan mendapat pahala dan apabila tidak dikerjakan tidak mendapat dosa) dan jika di luar kemampuannya ada bagian yang terbuka, maka diberikan maaf baginya.

Imam Ahmad menyebutkan bahwa: "Secara umum para ulama' bermusyawarah mengenai busana yang dikenakan

untuk salat (baju kurung dan kerudung). Sedangkan yang menggunakan lebih dari baju kurung dan kerudung akan lebih baik dan lebih menutupi.

“Hal ini diperkuat oleh hadis dari Ummu salamah, ketika ia bertanya: “Wahai Rasulullah (Nabi Muhammad SAW), apakah wanita muslimah boleh mengerjakan salat dengan baju kurung dan kerudung? Nabi menjawab: Boleh, asal baju kurung itu sempurna dan menutupi bagian punggung dan kedua kaki.” (HR. Abu Dawud).

Demikian juga yang diriwayatkan dari Aisyah, Maimunah dan Ummu salamah, yang semuanya adalah istri Nabi Muhammad SAW: “Bahwa mereka (Aisyah, Maimunah, Ummu salamah) memperlihatkan salat dengan mengenakan baju kurung dan kerudung.” (dikisahkan oleh Ibnu Mundzir).

Pendapat-pendapat di atas dapat diasumsikan bahwa seorang muslimah harus menggunakan kerudung dan baju kurung ketika salat dan diusahakan agar busana tersebut cukup tebal agar tidak menunjukkan bagian-bagian tubuh yang sensitif ketika ia ruku’ atau sujud.

Selain itu juga baju kurung pun diupayakan panjang supaya bagian kedua telapak kaki tidak akan terlihat ketika salat. Pemakaian kerudung dan baju kurung bisa diganti dengan memakai mukena ketika salat karena mukena memiliki fungsi yang sama dengan pemakaian baju kurung.

Perihal wajah, wanita muslimah boleh membukanya dalam salat, di mana tidak ada perbedaan pendapat mengenai masalah ini. Sedangkan mengenai kedua telapak tangan, ada dua pendapat: Pertama, diperbolehkan membukanya.

Ini merupakan pendapat Imam Malik dan Imam As-syafi’i, yang didasarkan pada riwayat dari Ibnu Abbas dan Aisyah mengenai maksud dari firman Allah SWT yang artinya. “Yaitu, wajah dan kedua telapak tangan.

Selain itu, terdapat larangan untuk menutup wajah dengan cadar. Akan tetapi, terkadang menutup telapak tangan dan wajah itu dibutuhkan pada saat berjual beli (dengan lawan jenis). Kedua, mengenai telapak tangan, dan wajah, di mana keduanya dianggap sebagai aurat sebagaimana sabda Nabi: “Wanita adalah aurat.” (HR. At-tirmidzi).

Lebih lanjut Imam At-tirmidzi mengatakan, bahwa hadis ini berstatus hasan shahih. Adapun yang dimaksud oleh hadis ini mencakup seluruh anggota tubuh wanita kecuali wajah.

Sementara menurut kesepakatan, selain wajah, kedua telapak tangan dan kaki wanita dikategorikan sebagai aurat. Era ini banyak dijumpai wanita muslimah yang memakai mukena dengan berbagai warna yang mencolok. Bagaimana pandangan Islam mengenai persoalan ini?

Dalam suatu hadits, Rasulullah bersabda,

مَنْ لَبِسَ ثَوْبَ شَهْرَةٍ فِي الدُّنْيَا أَلْبَسَهُ اللَّهُ ثَوْبَ مَدَلَّةٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Siapa yang memakai pakaian *syuhrah* di dunia, maka Allah akan memberinya pakaian hina pada hari kiamat.” (HR Ahmad, Abu Daud, dan An Nasai dalam Sunan Al Kubra, hasan)

Meskipun ada ancaman bagi seseorang yang mengenakan pakaian *syuhrah* (setiap busana yang dipakai dengan tujuan mendapat reputasi baik di depan orang banyak), akan tetapi salat tetap sah selama pakaian tersebut menutup aurat dan suci, serta terpenuhinya syarat dan rukun salat yang lain.

Hal ini dikarenakan syarat sah salat berkaitan dengan pakaian cukup dengan tertutupnya aurat dan sucinya pakaian tersebut. Sedangkan mengenai warna, bahan, model, dan jenis pakaian bukan merupakan syarat sah salat. Sehingga pada dasarnya seorang muslimah tetap sah salatnya jika salat tanpa mukena, asalkan pakaiannya sudah menutupi aurat.

Berkenaan dengan hadits pakaian *syuhrah* tersebut, terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai hukumnya:

1. Niat/iktikad. Pakaian *syuhrah* dikenakan karena memang oleh pemakainya diniatkan untuk mencari ketenaran di antara orang lain. Sehingga seseorang yang mengenakan pakaian yang wajar, tetapi diniatkan untuk pakaian *syuhrah*, maka ia juga dikenai ancaman sesuai hadits di atas.
2. Kultur (tradisi atau *urf*). Jenis dan model pakaian merupakan produk budaya di mana di satu tempat berbeda dengan di tempat lain. Sehingga, dalam pakaian laki-laki, kita melihat banyak perbedaan model pakaian yang dipakai oleh kaum muslimin dari berbagai belahan dunia.
3. Corak/warna. Berdasarkan penjelasan mengenai tradisi atau *urf*, pakaian *syuhrah* juga bisa berbeda-beda hukumnya berdasarkan kebiasaan setempat. Sebagai contoh, muslimah di Wilayah Afrika Tengah kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna-warna, muslimah di Timur Tengah kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna hitam, dan muslimah di Asia Tenggara kebanyakan mengenakan pakaian salat berwarna putih.

Hal ini dikuatkan dengan beberapa hadits tentang warna pakaian. Dalam Shahih Al Bukhari, nomor 5375 disebutkan:

أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِنِيبَابٍ فِيهَا خَمِيصَةٌ سَوْدَاءٌ صَغِيرَةٌ فَقَالَ مَنْ تَرَوْنَ أَنْ نَكْسُوَ هَذِهِ فَسَكَتَ الْقَوْمُ قَالَ انْتُونِي بِأُمَّ خَالِدٍ فَأَتَيْتُ بِهَا ثُحْمَلٌ فَأَخَذَ الْخَمِيصَةَ بِيَدِهِ فَأَلْبَسَهَا وَقَالَ أَبْلِي وَأَخْلِقِي وَكَانَ فِيهَا عِلْمٌ أَخْضَرُ أَوْ أَصْفَرُ فَقَالَ يَا أُمَّ خَالِدٍ هَذَا سَنَاءٌ وَسَنَاءٌ بِالْحَبَشِيِّ حَسَنٌ

Dibawakan kepada nabi secarik kain yang di dalamnya ada pakaian kecil yang berwarna hitam. Maka beliau bersabda, “Menurut kalian siapa yang pantas dipakaikan baju ini?” Maka para sahabat diam. Beliau bersabda, “Bawa Ummu Khalid ke sini,” maka Ummu Khalid pun dibawa kepada beliau, lalu beliau mengambil baju tersebut dan memakaikannya.

Lalu beliau bersabda, “Semoga tahan lama hingga Allah menggantinya dengan yang baru.” Pada pakaian tersebut ada corak yang berwarna hijau atau kuning, dan beliau bersabda: “Wahai Ummu Khalid, ini *sanah, sanah*.” *Sanah* adalah perkataan Bahasa Habasyah yang berarti bagus.” Masih dari Shahih Al Bukhari, dari Atha’ dia berkata:

وَكُنْتُ آتِي عَائِشَةَ أَنَا وَعُيَيْدُ بْنُ عُمَيْرٍ وَهِيَ مُجَاوِرَةٌ فِي حَوْفِ ثَبِيرٍ قُلْتُ وَمَا جَجَابَهَا قَالَ هِيَ فِي قُبَّةٍ تُرَكِبُهَا لَهَا عِشَاءٌ وَمَا بَيْنَنَا وَبَيْنَهَا غَيْرُ ذَلِكَ وَرَأَيْتُ عَلَيْهَا دِرْعًا مَوْرَدًا

“Dan aku bersama ‘Ubaid bin ‘Umair pernah menemui ‘Aisyah Radhiyallahu ‘Anha yang sedang berada di sisi Gunung Tsabir. Aku (Ibnu Juraij) bertanya: “Hijabnya apa?” Ia menjawab: “Dia berada di dalam sebidang tenda kecil. Tenda itu memiliki penutup dan tidak ada pembatas antara kami dan beliau selain penutup itu, dan aku melihat beliau mengenakan *gamis* berwarna mawar.” Dari ‘Ikrimah, disebutkan:

أن رفاعة طلق امرأته فتزوجها عبد الرحمن بن الزبير القرظي قالت عائشة وعليها خمار أخضر فشكت إليها وأرتها خضرة بجلدها فلما جاء رسول الله صلى الله عليه وسلم والنساء ينصر بعضهن بعضا قالت عائشة ما رأيت مثل ما يلقي المؤمنات لجلدها أشد خضرة من ثوبها

Bahwasanya Rifa’ah menceraikan istrinya yang kemudian dinikahi oleh ‘Abdurrahman bin Az Zubair Al Quradhi. ‘Aisyah berkata: "Dia memakai khimar yang berwarna hijau, akan tetapi ia mengeluh sambil memperlihatkan warna hijau pada kulitnya”.

Ketika Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam tiba-dan para wanita menolong satu kepada yang lainnya-maka ‘Aisyah berkata: "Aku tidak pernah melihat kondisi yang terjadi pada wanita-wanita beriman, warna kulit mereka lebih hijau daripada bajunya (karena kelunturan).” (HR Al Bukhari no. 5487) Dalam riwayat Bukhari secara mu’allaq (mengaitkansesuatu atau menjadikan sesuatu tergantung):

ولبست عائشة رضى الله تعالى عنها الثياب المعصفرة وهي محرمة

“Aisyah Radhiyallahu ‘Anha memakai pakaian yang berwarna kuning ketika sedang *ihram*.”

Dalam Al Mushannaf Ibnu Abi Syaibah,

عن إبراهيم وهو النخعي أنه كان يدخل مع علقمة والأسود على أزواج النبي صلى الله عليه وسلم فيراهن في اللحف الأحمر

“Dari Ibrahim (An Nakha’i) bahwasannya ia bersama ‘Alqamah dan Al Aswad masuk menemui istri-istri Nabi Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam. Maka ia melihat mereka mengenakan mantel berwarna merah.”

Dari Ummu Salamah Radhiyallahu ‘Anha ia berkata,

عن أم سلمة قالت: لما نزلت يُذَيِّنَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيهِنَّ خَرَجَ نِسَاءُ الْأَنْصَارِ كَأَنَّ عَلَى رُؤُوسِهِنَّ الْغُرْبَانَ مِنَ الْأَكْسِيَةِ

Ketika turun ayat “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka” (QS Al Ahzaab: 59), maka keluarlah wanita-wanita Anshar (dari rumah mereka) di mana seakan-akan di atas kepala mereka terdapat burung gagak dari pakaian (warna hitam) yang mereka kenakan.” (HR Abu Dawud, nomor 4101, shahih)

Berdasarkan hadis-hadis yang disebutkan di atas, pada dasarnya mengenakan busana dengan berbagai macam warna atau corak hukumnya boleh. Akan tetapi pakaian-pakaian tertentu dapat menjadi pakaian *syuhrah* jika bertentangan dengan adat istiadat di wilayah tersebut. Maka, bagi muslimah di Indonesia, mencukupkan diri dengan mukena berwarna putih lebih utama, karena akan terhindar dari pakaian *syuhrah*.

4. Pandangan Manajemen Terhadap Komodifikasi Mukena

Saat ini komodifikasi agama sudah menjadi suatu *trend* dalam kehidupan masyarakat. Semua barang maupun jasa yang bisa diperjualbelikan telah digunakan masyarakat untuk memperoleh keuntungan guna pemenuhan kebutuhan.

Tidak terkecuali *komodifikasi* terhadap apa yang bisa dipergunakan oleh seseorang dalam menghadap kepada Tuhan Yang Maha Esa. *Komodifikasi* mukena pada dasarnya berkaitan erat dengan konsumerisme, globalisme yakni ideologi pasar bebas.

Konsep “globalisasi” menjadi metafora baru bagi kelompok pendukung utopia pasar untuk pandangan *neoliberal* mereka. Pasar menyediakan aneka barang konsumsi sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan atau diinginkan oleh konsumen. Kejayaan pasar mengakibatkan manusia mengalami komersialisasi dan *komodifikasi* yang mencakup keseluruhan aspek kehidupannya (Morison, 2012) [3].

Dengan adanya fakta ini tidak membingungkan jika “... simbol-simbol yang bernuansa agama yang dianggap sakral sekalipun ternyata tidak dapat lepas dari tarikan komersialisasi dan komodifikasi” (Ibrahim, 2007:162) [4]. Perpaduan antara pasar dan konsumerisme melahirkan, memelihara, membentuk dan melanggengkan *komodifikasi* agama (Kirtiasa, 2013) [5].

Gejala seperti ini tidak saja berlaku pada Agama Islam, tetapi juga agama-agama lain, misalnya Hindu. Gagasan ini menjadi lebih kuat, jika dikaitkan dengan pendapat Kitiarsa (2013) [5] tentang ciri-ciri *komodifikasi* agama, yaitu pertama, barang yang dijual adalah simbol agama.

Gagasan ini berlaku, mengingat bahwa mukena adalah simbol Agama Islam. Kedua, *komodifikasi* agama terikat pada motif mencari laba.

Gagasan ini dapat diterapkan pada kasus *komodifikasi* mukena, mengingat bahwa penjualan mukena sebagai suatu kegiatan bisnis dapat dipastikan terarah pada tujuan mencari keuntungan. Apalagi dalam kegiatan industri mukena mempekerjakan tenaga upahan di suatu tempat usaha pekerjaan tenaga upahan.

Ketiga, *komodifikasi* agama bersifat terselubung. Gagasan ini berlaku pada *komodifikasi* mukena, yakni Pasar Badung sebagai penjual mukena.

Kondisi yang terjadi saat ini diperkuat pula oleh ideologi pasar atau agama pasar yang semakin melembaga pada masyarakat Bali (Maguire, 2004) [6]. Ideologi pasar bertalian dengan berbagai paham lain, misalnya konsumerisme yang antara lain ditandai oleh adanya kenyataan bahwa segala tujuan, aktivitas atau hubungan didominasi oleh jual beli. (Ritzer, 2012) [7].

Betapa pentingnya pasar bagi kehidupan umat manusia dapat dicermati pendapat Kitiarsa (2013:990-991) yang menyatakan bahwa pasar tengah menjadi agama dunia yang pertama bagi umat manusia [5].

Begitu pula Maguire (2004:19) [6] mengemukakan jika "... Uang adalah nama tuhan yang diberikan orang pada agama ini sehingga sekarang bernama *moneytheisme*". Kondisi ini berlaku pada Masyarakat Bali, terbukti dari kenyataan bahwa Orang Bali sangat sibuk bekerja agar mendapatkan uang. Di desa berkembang turunannya, yaitu toko serba ada (*toserda*) dan warung serba ada (*waserda*) sebagai tempat orang desa membelanjakan uangnya.

Penguatan ideologi pasar mengakibatkan modal sosial yang menekankan pada *resiprositas* dan solidaritas sosial-berbasis ideologi *collectivism* menjadi melemah, sebaliknya individualisme menjadi semakin menguat pada orang Islam.

Akibatnya, bekerja sama yang berbasiskan *collectivism* tidak lagi dianggap sebagai kebajikan sosial dalam konteks saling berinvestasi modal sosial, tetapi dianggap sebagai beban sosial dan ekonomi yang menghambat kemajuan.

Dengan demikian banyak informan berpendapat bahwa kegiatan membeli mukena adalah berkah karena beban sosial berbentuk kerja sama menjadi mengecil sehingga

penyaluran tenaga dan waktu untuk kepentingan yang bernilai ekonomis menjadi lebih besar, uang pun dapat mengalir ke dalam sistem ekonomi keluarga.

5. Metode

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel ini menggunakan metode wawancara dengan narasumber yang berada di Pasar Kumbasari atau Pasar Badung. Dikarenakan penjual mukena di Daerah Bali yang mencakup banyak penjual berada di daerah tersebut. Selain itu informasi yang penulis dapatkan akan lebih tepercaya apabila langsung mendapatkan informasi dari penjual dan atau dari *supplier*.

Banyaknya mukena yang mereka pesan juga membuat penulis semakin yakin memilih Pasar Kumbasari sebagai tempat penelitian. Penulis memilih beberapa penjual mukena yang ada di Pasar Kumbasari sebagai narasumber serta merangkum berbagai pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber tersebut.

Adapun nama narasumber yang penulis jadikan panutan dalam pembuatan artikel ini adalah Ibu Dewi dan Ibu Siti. Dengan pendapat yang telah disampaikan oleh narasumber maka penulis akan membahas hasil penelitian penulis pada bagian selanjutnya.

6. Diskusi

Mukena digunakan sebagai sarana perlengkapan bagi seorang muslimah untuk mendekati diri kepada penciptanya, maka tidak ada salahnya bila manusia mengusahakan untuk mengenakan pakaian yang terbaik.

Mukena merupakan salah satu perlengkapan salat bagi wanita, dari zaman dahulu hingga sekarang yang telah berkembang di negara kita Indonesia ini, memang di dalam Islam tidak ada peraturan terperinci mengenai busana macam apa yang selayaknya dipakai untuk salat, yang ada hanyalah prinsip-prinsip umum bahwa busana untuk salat hendaknya menutupi aurat dan bersih dari noda/kotoran.

Mukena di Indonesia ini sudah mengalami banyak perkembangan saat ini, bila dulu warna mukena sudah dapat dipastikan pasti berwarna putih polos, sekarang dilihat dari warnanya pun sudah sangat bervariasi.

Dengan kombinasi warna yang menarik, serta bahan yang nyaman tentunya. Kini mukena hadir dalam berbagai motif, warna dan corak seni yang terbaik, sehingga hati menjadi senang saat menggunakannya, beribadah semakin bersemangat dan khusyuk tentunya.

Semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan mukena sebagai sarana perlengkapan ketika salat. Semakin baik pula produk atau mutu produk yang akan dihasilkan seperti berkualitas tinggi dan dapat memuaskan konsumen serta

beraneka ragam bentuk dan ukurannya dengan *style* yang modis sesuai perkembangan zaman.

Sebagai kebutuhan sehari-hari mukena yang ditawarkan oleh penjual mukena memiliki beberapa keistimewaan yaitu harga terjangkau oleh kemampuan konsumen, kualitas produk terjamin dan sesuai dengan selera masyarakat.

Ruang lingkup usaha ini seluruh masyarakat yang ingin membeli mukena meskipun tempatnya berada di pasar, tetapi tempat ini terbilang cukup nyaman. Dengan lokasi yang berada di tempat strategis cukup mudah untuk mencapai Pasar Kumbasari.

Berbagai model dan variasi mukena yang dijual di Pasar Kumbasari cukup beragam jadi apabila membeli mukena di Pasar Kumbasari maka terdapat banyak pilihan. Ada berbagai macam bahan mukena, tidak hanya memberikan tampilan yang menawan namun bahan mukena juga bisa disesuaikan dengan kebutuhan.

Mukena sebaiknya mudah dibawa ke mana pun namun juga harus mudah dijaga kebersihannya untuk menjaga kesucian mukena. Berikut adalah pilihan berbagai bahan mukena yang bisa dipilih sesuai dengan keunggulan dan kebutuhan yang ditawarkan.

6.1. Mukena Sutra

Sutra dikenal sebagai bahan kain yang sangat kuat dan elastis, sehingga ketika dipakai saat salat tidak mengganggu penggunaannya. Selain itu, kain sutra tidak panas di kulit dan juga tidak ikut dingin saat udara di luar sedang dingin, sehingga sangat nyaman untuk digunakan.

Bahan sutra memberikan bentuk yang berkilau sehingga memberikan kesan yang luks dan tampak tidak hanya bersih namun juga bersinar. Mengingat bahwa harganya yang tidak murah dan kualitas terbaik yang diberikan, mukena sutra paling cocok untuk digunakan saat Salat Ied di hari yang Fitri, dan perayaan besar lainnya.

Hanya sedikit produsen yang menjual mukena dengan bahan sutra dikarenakan harga pokok tinggi juga akan menyebabkan harga jual yang tinggi pula. Dengan sebab demikian penjual/produsen tidak ingin mengambil resiko menderita kerugian apabila mukena sutra tidak laku dipasaran.

6.2. Mukena Katun

Katun sangat sesuai untuk dikenakan untuk sehari-hari ketika berada di rumah bahan ini sangat sesuai karena katun memiliki tekstur yang kuat dan halus. Katun juga terkenal sebagai bahan kain yang nyaman karena bisa menyerap keringat dan dingin saat dipakai.

Bahan katun tidak kaku dan lentur sehingga ketika dikenakan untuk salat tidak mengganggu konsentrasi penggunaannya. Tetapi katun tidak cocok digunakan ketika bepergian karena katun cukup berat dan ketika dilipat akan cepat kusut.

6.3. Mukena Parasut/Satin

Mukena yang terbuat dari bahan parasut memberikan rasa sejuk dan nyaman saat dikenakan. Sangat cocok untuk dibawa bepergian, karena kain parasut mempunyai beberapa kelebihan yaitu dapat dilipat dan dimasukkan dalam tas kecil.

Bahannya sangat ringan, teksturnya memang kusut sehingga tidak perlu takut terlihat lebih kusut lagi setelah dilipat-lipat dan bahan kain parasut cepat kering jika dicuci sehingga kebersihan mukena selama di perjalanan dapat terus terjaga.

Selain bahan yang berbeda pada pembuatan mukena, ada beberapa model yang terdapat di pasaran termasuk yang ada di Pasar Kumbasari. Berikut adalah model mukena yang ada di Pasar Kumbasari.

6.4. Mukena *one piece* (terusan)

Merupakan mukena yang paling sederhana karena pemakaiannya langsung masuk menutupi seluruh badan dengan tali kepala karet dan tanpa memiliki bawahan.



Citra 1. Mukena Bordir, 2013

<http://www.bordirkudus.com/wp-content/uploads/2013/09/kmp045T-mukena-bordir-terusan-Hanifa-pink.jpg>

6.5. Mukena *Abaya*

Abaya adalah pakaian muslim yang berbentuk *long dress*, pakaian sederhana atau tradisional, pakaian terusan longgar, pada dasarnya gaun seperti jubah. Mukena *abaya* umumnya digunakan oleh perempuan di beberapa bagian Dunia Islam seperti Turki, Afrika Utara, dan Semenanjung Arab.



Citra 2. Mukena Abaya, 2015

<https://mukenamurahbaliku.wordpress.com/2015/02/23/mukena-abaya-hoodie-asli-bali/>

6.6. Mukena *two piece* (atas bawah)

Mukena *two piece* merupakan mukena yang terdiri dari dua bagian yaitu atasan dan bawahan. Saat ini mukena *two piece* merupakan model mukena yang paling banyak dijumpai dalam pemakaiannya di masyarakat.



Citra 3. Mukena Kanaya, 2016

http://www.imgur.net/media/1073699684394049787_2189799199

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari kedua narasumber, mukena yang paling banyak diminati konsumen adalah Mukena Bali. Mukena Bali adalah mukena *two-piece* yang memiliki ciri khas pada motifnya.

Mukena Bali memiliki bahan yang nyaman ketika digunakan, tidak panas dan tidak licin ketika dipakai saat salat. Mengenai harga yang ditawarkan oleh penjual cukup terjangkau bagi masyarakat, untuk mukena *one piece* (terusan) adalah Rp. 55.000-Rp. 120.000, harga yang mukena *one piece* tergantung dari bahan apa yang digunakan dan motif mukenanya.

Untuk mukena *abaya* sebesar Rp 75.000-Rp.100.000, dan untuk mukena *two piece* sebesar Rp 85.000-Rp 210.000, serta harga untuk mukena ala Bali sebesar Rp 65.000-Rp 120.000. Untuk harga grosir mukena anak mulai dari Rp 80.000-Rp 100.000; 1 set sarung anak Rp 55.000-Rp 65.000; sajadah anak Rp 45.000 dan busana muslim anak antara Rp 65.000 hingga Rp 85.000.

Penjualan akan meningkat secara signifikan ketika memasuki Bulan Ramadhan, Idulfitri dan Idulada (hari raya kurban). Wanita muslim akan membeli mukena guna menjalankan ibadah *tarawih* (salat *sunnah* di bulan puasa Ramadhan), Salat Idulfitri dan Salat Idulada.

Menurut narasumber meningkatnya penjualan pada saat itu bisa mencapai hingga 75% dari biasanya. Tentu hal ini akan memberikan keuntungan yang cukup besar dan hari-hari besar tersebut sangat dinantikan oleh penjual.

Betapa kuatnya pengaruh ideologi pasar tercermin pula pada pertimbangan bahwa membuat mukena dengan cara membuat sendiri dianggap tidak praktis, tidak efisien, dan tidak efektif atau secara umum disebut merepotkan.

Dengan mengacu kepada Villarino (2011:19) globalisasi yang berintikan pada ideologi pasar yang menyatu dengan konsumerisme tidak saja mengakibatkan manusia terikat pada jual beli dalam memenuhi kebutuhannya, tetapi melahirkan pula kebiasaan, yaitu “apa yang dimiliki dipamerkan secara terbuka, bahkan dibanggakan” [8].

Karakteristik manusia pada era masyarakat konsumen, tidak saja terjebak pada jual beli dan nilai simbolik, tetapi menganut pula budaya tontonan. Dengan demikian timbul manusia yang menganut budaya tontonan sehingga apa yang mereka miliki tidak hanya bernilai guna, tetapi juga bernilai simbolik atau nilai tanda, yaitu berguna untuk menunjukkan gengsi seseorang dalam masyarakat (Atmadja, 2010) [9].

Dengan adanya gagasan ini, maka *komodifikasi* mukena tidak hanya karena dorongan nilai agama, tetapi nilai simbolik atau nilai tanda.

7. Kesimpulan

Pelaksanaan salat lima waktu merupakan kewajiban mutlak bagi Umat Islam. Bagi Umat Islam salat adalah tiang agama yang harus di bangun dengan kokoh. Dalam menjalankan ibadah salat seorang wanita muslimah terutama di Asia Tenggara membutuhkan mukena sebagai perlengkapan dalam menjalankan salat.

Pembuatan mukena tidak lagi dengan cara individualis, tetapi dengan cara membeli sehingga timbul *komodifikasi* mukena atau bisa disebut *komodifikasi* agama. Dalam perspektif konsumen *komodifikasi* mukena disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu salat sebagai kewajiban yang harus dijalankan terikat mutlak pada mukena sebagai perlengkapannya (untuk wanita muslim).

Mukena sulit dibuat dengan cara individual, karena pengaruh ideologi pasar mengakibatkan orang berpikir praktis, efektif, efisien, cepat atau tidak merepotkan dalam penyelenggaraan ibadah, diskontinuitas (keterbatasan) pengetahuan pembuatan mukena sehingga pembuatan mukena yang rumit menjadi sulit dibuat.

Terjadinya diferensiasi sosial pada masyarakat desa sehingga orang sulit diajak kerjasama untuk membuat mukena, dan penggunaan mukena sebagai simbol status sosial sehingga membeli mukena tidak saja dinilai dari segi nilai agama, tetapi terkait pula dengan gengsi.

Kondisi ini memberikan peluang bagi produsen untuk mengembangkan industri penjualan mukena. Hal ini tidak hanya karena produsen terjebak pada ideologi pasar-mencari uang guna memenuhi kebutuhan, tetapi juga karena produsen memiliki aneka modal, yaitu modal budaya, simbolik, sosial, dan ekonomi.

Modal ini dipadukan dengan modal kerjasama, yaitu mendapatkan *partner/supplier* yang mampu memenuhi pesanan mukena, sehingga mukena siap dijual kepada konsumen. Aneka modal ini bersinergi dalam konteks memunculkan *komodifikasi* mukena.

Hubungan antara wanita muslimah sebagai konsumen mukena dan penjual mukena di Pasar Kumbasari sebagai produsen mukena adalah berdimensi kekuasaan yang berbasiskan pada agama sebagai ideologi sehingga muncul kekuasaan yang *hegemonik*. Pola kekuasaan seperti ini memiliki potensi munculnya kekerasan, berupa kekerasan simbolik yang dilakukan oleh penjual terhadap konsumennya.

Penjualan mukena tidak saja bermakna komodifikasi mukena, tetapi dapat pula bermakna komodifikasi agama. Hal ini berkaitan dengan kenyataan bahwa mukena adalah simbol perempuan muslim dalam menjalankan salat, penjualan mukena terkait dengan motif mencari untung.

Saran

Dengan adanya komodifikasi mukena diharapkan dapat meningkatkan pendapatan penjual mukena yang ada di Pasar Kumbasari.

Inovasi pada mukena juga sangat diperlukan guna meningkatkan harga jual mukena kepada konsumen. Meningkatkan iklan penjualan, meskipun pasar Kumbasari telah diketahui oleh masyarakat luas tetapi meningkatkan iklan penjualan juga merupakan solusi yang baik. Misalkan iklan melalui sosial media yang saat ini sedang *trend*.

Referensi

- [1] Fealy, G. 2008. *Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia*. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia.
- [2] Fealy, G., & White, S. (Eds.). 2008. *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. Institute of Southeast Asian Studies.
- [3] Cari tugas akademik. 2014. "Hukum Memakai Mukena Potong Tengah Dalam Shalat | Kumpulan Artikel Dan Makalah". caritugasakademik.blogspot.co.id. 19 Mei 2016. <http://caritugasakademik.blogspot.co.id/2014/09/hukum-memakai-mukena-potong-tengah.html>.
- [4] Ibrahim. 2007. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru
- [5] Kitiarsa, P. 2010. "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama", dalam B. S. Turner eds. 2010. *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion*. Terjemahan Daryatmo, 2013. Sosiologi Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [6] Marguire, D. C. 2000. *Sacred Energies*. Fortress Press. Terjemahan Ali Noer Zaman, 2004. *Energi Suci Kerja Sama*

Agama-agama untuk Menyelematkan Masa Depan Manusia dan Dunia. Jakarta: Pohon Sukma.

- [7] Ritzer, G. 2011. *Sociology Theory*. Eight Edition. Publisher by McGraw-Hill. Terjemahan Alimandan. 2012. Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmoder. Jakarta: Prenada Media.
- [8] Villarino, R. R. 2011. *Learning to Live: Consumerism. Original Edition*. Nova Galicia Edicions. Terjemahan Septina Yuda P. 2011. Konsumerisme. Jakarta: PT Bhuwana Ilmu Populer.
- [9] Atmadja, N.B., 2010. *Ajeg Bali: gerakan, identitas kultural, dan globalisasi*. Penerbit & distribusi, LKiS.