

“Berjilbab Tanpa Syariah”: Interaksi Pasar dengan Fesyen Kelas Menengah di Yogyakarta

“Wearing Hijab Without Syariah”: Market Interaction With Middle Class Fashion in Yogyakarta

Sucipto

Dosen Fakultas Syari’ah IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Jl. Lintas Jambi-Ma. Bulian KM. 16 Simpang Sei Duren Kec. Jambi Luar
Kota, Kab. Muaro Jambi – Jambi
Email: sucipto.djaafar@gmail.com.

Abstrak: Pakaian merupakan identitas yang darinya tubuh seseorang direngkuh, diidentifikasi, ditafsirkan, bahkan dijinakkan. Dalam konteks agama Islam, pakaian menempati posisi penting, karena ia juga menjadi penanda bagi identitas keIslaman. Kini, fenomena pakaian, seperti jilbab dan/atau *jilboobs*, menjadi suatu diskursus tersendiri dalam kajian Islam. Tujuan penelitian ini secara sosiologis berusaha mendeskripsikan penggunaan jilbab yang digunakan lebih sebagai *fashion* dibanding sebagai bentuk ketaatan terhadap syariat, atau apa yang disebut sebagai “berjilbab tanpa syari’at”. Pengamatan ini dilakukan di Jogjakarta. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa jilbab dan identitasnya kini menjadi salah satu bentuk komoditas yang dapat diperjualbelikan, digandakan, dan digunakan melampaui apa yang sudah digariskan oleh syariat.

Kata Kunci: *jilboobs*, fesyen, religiusitas.

Abstract: *Today’s clothes is a form of identity from which a body is possibly pubbled, identified, interpreted, even domesticated. In the case of Islam, the clothes plays significant role since it is a sign of Islamic identity. This phenomenon, such as jilbab or jilboobs, has a main discourse in Islamic studies. The purpose of this study Sociologically tried to describe the use of the hijab being used more as a fashion rather than syariah complement or mostly known as “wearing hijab without syariah.” These observations were made in Jogjakarta. The results showed that Jilbab, or its identity, is used as comodification from which one could sell, buy or use it beyond what syariah has grounded the rule.*

Keywords: *jilboobs, fashion, religiosity.*

A. Pendahuluan

Pakaian menjadi isu menarik sejak 10 tahun terakhir di seluruh agama. Pakaian menjadi penanda bagi keberagaman seseorang, seperti jilbab, jubah, penutup kepala, kalung, dan anting yang bersalib (*rosario*), bahkan kitab suci al-Qur’an kecil. Pakaian menjadi identitas seseorang yang darinya ia diidentifikasi, digolongkan, bahkan ditafsirkan oleh orang lain. Dalam ranah agama, pakaian juga menjadi faktor determinan bagi pembentukan identitas seseorang di ranah publik dan privat. Di sisi lain, industri fashion yang semakin berkembang telah membuka *public space* yang seluas-luasnya. Sentuhan “fashioner” membentuk pola

dan format baru penggunaan pakaian dan membentuk identitas keagamaan. Roland Barthes pernah mengatakan: “Setiap busana adalah bentuk resistensi dan subversi terhadap penindasan dari fashion sebelumnya.”

Fenomena pakaian keagamaan terus mengalami perubahan pola, format, dan manfaatnya. Pakaian menjadi ruang baru bagi industri busana ketika ruang privasi lainnya dijajah tanpa perlawanan dari sudut nilai agama. Kini, pakaian keagamaan muncul, memaksa dominasi kepantasan baru dalam ranah keagamaan. Tidak banyak kita ketahui tentang subversi yang bisa muncul dari jilbab, karena sejarah dan tradisi kita selama ini memberi identitas suci terhadap jilbab tersebut yang sulit untuk dibantah.

“*Jilboobs*” merupakan salah satu dari sekian banyak pola modernisasi yang diawali dengan gerakan emansipasi dan dibentuk dari proses “pemaksaan”. Emansipasi esensinya terletak pada mode baru, merepresentasikan sesuatu yang dibebaskan dari yang lama. Masalahnya, mode baru ini menjadi tirani dalam bentuknya yang lain. Fashion segera tunduk pada tirani mode baru. Modernitas membebaskan kita dari tradisi, tetapi ia juga membuat kita menjadi budak dalam bentuknya yang lain. Seolah-olah kita diperintah untuk menjadi modern, seperti yang diutarakan Arthur Rimbaud “*Une saison en enfer*”: “Kita harus menjadi benar-benar modern.

Pada umumnya, kajian modernitas dan religiusitas perempuan Muslim ditandai oleh pakaian yang menutup aurat, karena kesadaran nilai-nilai agama mereka memakainya. Pakaian umumnya berperan sebagai utilitas primer, namun menutup aurat bagi Islam merupakan *masalah ammah*. Masalahnya, pakaian tersebut kini tidak lagi berposisi sebagai pemberi manfaat (*utilitas*), tetapi telah menjadi sesuatu “kemewahan” dan “keindahan.” Berpakaian tidak lagi berfungsi untuk menutupi aurat dan tubuh, lebih dari itu untuk menunjukkan nilai estetik dan kemewahan.

Nilai estetik tersebut muncul dan terus berkembang. Kreativitas seni silih berganti memenuhi keinginan pengguna dan kebutuhan pengguna yang kemudian dikenal sebagai kontestasi fashion. Perkembangan fashion tidak terlepas dari produktivitas dan kreativitas yang beriringan dengan nilai-nilai kebaruan yang ekspresif dan tentu ekspektasi tradisional tadi pun akan bergantian.¹

Fashion yang mengimitasi ekspektasi tradisional pun bergantian. Hal itu bisa dilihat dalam 10 tahun ini. Ada banyak macam pakaian yang menggambarkan fashion Muslim. Sebelum media menjadi konsumsi pokok kita sehari-hari, masyarakat tidak pernah mengenal baju koko sebagai pakaian yang identik dengan figur atau aktor tertentu. Bahkan, berbagai macam fashion Muslim kini telah berafiliasi dengan tokoh agama yang populer ditengah masyarakat.

Jilbab atau *khimar* yang panjangnya dapat menutup kepala, lekuk leher, dada, dan bagian belakang tubuh. *Jilboobs* lebih pendek, hanya menutup bagian kepala saja, sedangkan bagian belakang leher dapat terlihat saat terjadi gerakan-gerakan dengan posisi jilbab yang didepan tidak sampai menjulur ke bawah bagian depan si pengguna. *Jilboobs* yang memadukan pakaian yang lebih “*slim*”, *fit with body* dengan lekuk tubuh yang tercetak jelas. Bahan yang

digunakan berbahan jeans dan kaos. Karena itulah mereka dikenal sebagai *jilboobs* atau *jilbab boobs* (jilbab + payudara).

Munculnya fenomena *Jilboobs* dalam 3 tahun belakangan didasari pada gaya hidup “religius” yang melanda masyarakat kita. Agama sebagai komoditas masyarakat telah berevolusi menjadi industri kreatif melalui ritual-ritual yang berkembang, gerakan kembali kepada agama menandai acara di media elektronik dan sosial berfungsi tak lebih sebagai komodifikasi spritualitas semata. Kebutuhan masyarakat kelas menengah pada nilai-nilai spiritual juga disinyalir sebagai mediasi untuk berkembang.²

Secara perlahan menghargai agama sebagai materi, dipertukarkan, dan mengganti tradisi keberagamaan adalah nilai-nilai keagamaan berbagai media dan instrumen kunci untuk memfungsikan hasrat mereka. Di tengah kontroversi tersebut, pertanyaan yang muncul adalah apa motivasi si pemakai jilbab? Apa yang “mencolok” dari penampilan jilbab dari sudut pandangan kelas menengah? Mengapa perempuan menggunakan jilbab? Apakah jilbab dipilih secara bebas atau dipaksakan pada mereka? Bisa saja jilbab dianggap sebagai ekspresi identitas yang sah dari hati nurani individu, dan oleh karenanya menjamin perlindungan di bawah hukum sekular liberal? Jawaban atas pertanyaan ini mengisi kalimat-kalimat selanjutnya dalam pembahasan ini.

Tidak semuanya berawal dan muncul untuk mengaktualisasikan nilai keagamaan si pemakai namun tidak pula muncul karena komodifikasi agama. Pada umumnya, muncul karena mitasi trend fashion terkini, perkembangan fashion menitikkan pada ruang sosial baru pemakai jilbab, dan tidak lagi mengindikasikan kesolehan dan kepatutan, tetapi telah menunjukkan model baru yang penuh hasrat tabu yang hampir tidak bisa dibantah.

B. Proses Trend Menutup Kepala pada Wanita Muslim

Modernisasi memberikan banyak bentuk transformasi sosial, modernisasi semacam ini, subkultur semisalnya jilbab bisa dianggap melanggar hukum ‘sifat kedua manusia’, reposisi dan kontekstualisasi komoditas, dan meruntuhkan konvensionalitas dengan sesuatu yang baru, melainkan *stylist* subkultur dianggap memberi kebohongan, sebagaimana Althusser menyebutnya ‘kepalsuan dalam praktik sehari-hari’.³

Perkembangan jilbab juga mengindikasikan: *Pertama*, stimulus; *Kedua*, mitasi dari media massa yang distimulus oleh *public figure*; dan *Ketiga*, ekspresi subversi yang dilematis pada ketaatan dan trend. Media massa dan perkembangan teknologi yang mutakhir mengakibatkan gaya berjilbab dimitasi dari *public figure* lewat media, internet ataupun majalah muslim. *Trendsetter* para remaja artis yang tiba-tiba berjilbab dengan model jilbab yang inovatif, modis, kasual dan trendy. Menutup kepala bagi Perempuan Muslim telah jelas sebagai kewajiban berasal dari QS Al-Ahzāb (5): 59. Dewasa ini menutup kepala dalam makna ayat tersebut telah terdekonsruksi dari sebagai kepatuhan kepada syariat dan atau bahkan disinyalir menutup tubuh sebagai aurat mengalami perubahan makna tubuh dalam pemahaman perempuan Muslim dewasa ini.

Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang

*mukmin, "Hendaklah mereka mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka." yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.*⁴

Fenomena awal jilbab *funky* adalah menggunakan sehelai kain yang berfungsi sebagai penutup kepala saja, dan tidak menutup bagian leher dan dada. Meskipun tiga macam jenis jilbab menghiasi muslimah, seperti jilbab besar, jilbab standar, dan jilbab funky. Namun, jenis jilbab funky masih diminati di kalangan kelas menengah, alasannya adalah a) ingin tampak modis, b) mencari kepraktisan dalam menggunakan jilbab, c) mengikuti trend (perkembangan jenis busana modern).⁵

Perkembangan pakaian muslimah tersebut bukan hanya memiliki utilitas tradisional tetapi telah menjelma menjadi fashion dan gaya hidup, jilbab sebagai *complementer* dalam kehidupan sehari-hari yang hal ini terlibat pada suka dan tidak suka untuk mengenakan busana muslimah, ruang yang dipilih untuk berjilbab, dan situasi yang cocok untuk mengenakan jilbab bahkan jilbab dan pakaian seperti apa yang pantas secara sosial dan estetika dalam mengenakan jilbab.

Sebagaimana Piliang, fenomena masyarakat Indonesia dewasa ini menyertai kemajuan ekonomi adalah gaya hidup sebagai fungsi dari differensiasi social yang tercipta dari relasi konsumsi. Konsumsi tidak lagi sekedar berkaitan dengan nilai guna dalam memenuhi fungsi utilitas atau kebutuhan dasar manusia tertentu akan tetapi kini berkaitan dengan unsur-unsur simbolik untuk menandai kelas, status, atau simbol sosial tertentu. Konsumsi mengekspresikan posisi sosial dan identitas kultural seseorang di dalam masyarakat. Yang dikonsumsi tidak lagi sekedar objek, tetapi juga makna-makna sosial yang tersembunyi dibalikinya.⁶

Dari sudut pandang linguistik, sebagaimana dikemukakan Piliang konsumsi dapat dipandang sebagai proses menggunakan atau mendekonstruksi tanda-tanda yang terkandung di dalam obyek-obyek oleh para konsumen dalam rangka menandai relasi-relasi sosial. Dalam hal ini obyek-obyek yang dapat menentukan status, prestise, dan simbol-simbol sosial tertentu bagi pemakainya. Obyek membentuk perbedaan-perbedaan pada tingkat *semiotic* atau pertandaan. Mengutip pandangan Williamson, mengkonsumsi objek-objek bukan sekedar menghabiskan nilai guna utilitasnya, akan tetapi juga untuk mengkomunikasikan makna-makna tertentu dan menggunakan obyek untuk mengkomunikasikan/ mempresentasikan/ menandai/ mengirim pesan. Jilbab hari ini tidak lagi dapat dipahami secara praktis maupun teoritis sebagai makna religiusitas seseorang karena dapat dibuktikan yang memakai jilbab juga bagian dari mereka yang berperilaku negatif. Hal ini perlu pembuktian secara empiris apakah jilbab masih menjadi pakaian takwa atau jilbab hanya menjadi penutup aurat yang tidak memiliki korelasi positif bagi keberagamaan seseorang.

Pakaian takwa diidentikkan dengan seorang Muslimah sebab busana sudah bukan merupakan kebutuhan pokok lagi, melainkan sudah mencapai pada taraf bagaimana pakaian itu menjadi ciri dari ketakwaan dan estetika seseorang. Dalam ajaran Islam, pakaian bukan semata-mata masalah kultural, namun lebih jauh dari itu merupakan tindakan

ritual dan sakral yang dijanjikan pahala sebagai imbalan-nya dari Allah S.W.T. bagi yang mengenakannya secara benar. Masalah pakaian, Islam menetapkan batasan-batasan tertentu untuk laki-laki maupun perempuan. Pakaian selalu dipahami sebagai bagian dari klaim identitas individu.

Dunia fashion juga akan mempengaruhi pakaian perempuan muslim, pakaian sebagai penutup aurat bagi seorang muslim juga sangat ekspresif terhadap identitas diri. Ekspektasi tradisional yang didukung secara historis tentang busana Muslimah yang digunakan sebagai identitas wanita Muslim sejak lama dan telah menjadi pilihan utama **busana muslim** di seluruh dunia. Busana muslim yang berkembang sejak awal Islam. Sebab, faktanya tidak ada gambaran kongkrit dari busana muslim pada zaman Rasulullah saw. Sehingga tidak dapat membandingkan apakah busana yang sekarang ini sesuai atau mirip dengan penutup aurat yang digunakan wanita muslimah pada zaman Rasulullah saw. Masyarakat Muslim modern kebanyakan berpendapat bahwa busana muslim dengan bentuk yang sekarang ini sudah sesuai dengan bentuk yang dipakai oleh wanita muslim pada zaman Rasulullah saw.

Tesis di atas dibantah oleh temuan Fadwa El Guindi yang menunjukkan memang ada praktik dalam menutup aurat yang mengandung pesan pengucilan perempuan (*seclusion*) seperti di Bizantium dan Yunani dan penutup aurat yang dipraktikkan umat Islam merupakan simbol kelas sosial tinggi, seperti di Mesopotamia. Bahkan menjadi simbol kejantanan pria suku Tuareg di Sahara, Afrika.⁷ Fakta penggunaan penutup aurat yang dikenal umat Islam dewasa ini juga telah dipraktikkan oleh banyak suku bangsa dengan berbagai simbol yang muncul.

Perbedaan pendapat para *fuqaha* yang muncul pada bentuk penutup aurat tersebut dengan berbagai tawaran pasar akan keindahan dan kerapian dalam berpakaian. Baju kurung (*muluah*) yang digunakan perempuan Muslim lebih banyak mejadi olok-olokan dengan menutup seluruh tubuh kecuali bagian mata, sedangkan kerudung (*rida'*) yang menutup bagian atas sampai bagian bawah tubuh perempuan termasuk wajah.⁸ Ibnu Katsir dalam tafsirnya lebih dekat pada pemahaman tentang penggunaan penutup aurat seperti *muluah* dan *rida'* sebagai pembeda antara budak dan wanita jahiliyah⁹, menutup aurat apapun bentuknya menunjukkan kemuliaan perempuan secara sosial dan membedakan kelas sosial tertentu.

Sementara itu kepada para penganut pendekatan kajian keagamaan, Fadwa menunjukkan bahwa berbusana seperti di atas bukan hanya monopoli teks dan tradisi keagamaan Islam. Melainkan juga pernah menjadi kebiasaan wanita Yahudi, dan sampai kini masih menjadi kostum kebesaran para biarawati Kristen. Terhadap pengguna kajian kawasan yang melihat jilbab sebagai produk budaya Arab, buku ini menyodorkan bukti antropologis bahwa jilbab justru berasal dari tradisi Mesopotamia dan Bizantium.¹⁰ Pelacakan sejarah dalam menemukan beberapa pola perilaku berjilbab. *Pertama*, pola komplementaritas gender di Sumeria, Kunci setiap rumah dibawa si wanita, biasanya terikat pada jilbab mereka. Ini sekaligus simbol bahwa jilbab terkait erat dengan kekuasaan. *Kedua*, pola eksklusivitas kelas di Persia-Asyiria-Mesopotamia. Pemakai penutup kepala di Persia menunjukkan kelas sosial tinggi. Hukum

Asyiria mewajibkan wanita bangsawan menutup kepala. Para pelayan wajib menutup kepala hanya selama mendampingi wanita bangsawan. Sedangkan kalangan budak dan para pelacur dilarang memakai pakaian tersebut, kecuali setelah mereka menikah.¹¹

C. Reposisi Keberagaman Kelas Menengah

Reposisi Fashion Muslim Kelas Menengah

Reposisi sebagai proses penempatan kembali ke posisi semula; penataan kembali posisi yang ada; penempatan ke posisi yg berbeda atau baru. Sebagai defenisi reposisi fashion dalam Islam dan Trend fashion telah mengalami perubahan radikal secara konsep dari selama masa tradisional, secara tematik, kajian budaya konsumsi masyarakat ikut memberi peran dalam perubahan itu. Minat konsumsi masyarakat yang berakibat pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Secara defenitif: *The way a person or group of people live, including the place they live in, the things they own, the kind of job they do, and the activities they enjoy.*¹²

Perubahan pola berjilbab bukan fashion dan mode yang penting tetapi pola semakin bagus namun semakin aneh, jika tujuannya untuk semangat berjilbab, boleh saja.¹³

Jean Baudrillard dengan ide-ide teoretis dasar tindakan masyarakat konsumtif dalam karya *Consumer Society* menyatakan bahwa tindakan konsumsi sebagai tanda yang tidak mencerminkan realitas. Tindakan Konsumtif tidak dapat difahami sebagai sesuatu yang menunjukkan realitas yang memiliki makna sebagai mana dalam teori tindakan weber. Namun tanda tersebut merupakan kode bagi penanda akan sesuatu kelompok masyarakat.¹⁴

Modenya gimana dulu.., yang suka aneh..Yang macam macam? Aku suka yang menutup dada..¹⁵

Turner menyatakan bahwa permukaan tubuh tampak di mana-mana harus dirawat. Tidak hanya sebagai batas individu sebagai biologis dan psikologis entitas, tubuh berfungsi sebagai perbatasan diri sosial, dan permukaan tubuh menjadi simbolik negara yang di atasnya drama sosialisasi yang berlaku, dan tubuh menjadi hiasan bahasa melalui yang diungkapkan.¹⁶

Homans dalam bukunya *Elementary Forms of Social Behavior* (1974) menjelaskan beberapa proposisi yang berkenaan dengan tindakan manusia di mana "*Semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang, makin sering satu bentuk tindakan tertentu memperoleh imbalan, makin cenderung orang tersebut menampilkan tindakan tertentu tadi*". Kemudian ia menjelaskan bahwa "*Makin tinggi nilai hasil suatu perbuatan bagi seseorang, makin besar pula kemungkinan perbuatan tersebut diulanginya kembali*". Bagi Homans, prinsip dasar pertukaran sosial adalah "*distributive justice*" aturan yang mengatakan bahwa sebuah imbalan harus sebanding dengan investasi.

Faktor tiga nilai dasar yang selamanya ini menjadi fondasi bagi perilaku jilboobs telah diambil tempatnya: *Pertama*, keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, tidak lagi menjadi prinsip untuk dipedomani seorang muslimah untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. *Kedua*, Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang

dimiliki. *Ketiga*, Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan-hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar (QS.2.265).

Kepentingan Diri (*Self-interest*) Wanita Muslim dalam Berjilbab

Konsep *self-interest* secara historis terus menjadi perdebatan yang dinamis dalam diskursus filosofis, sosiologi, maupun politik. Dalam filsafat Plato, misalnya, *self-interest* diposisikan sebagai sesuatu yang negatif. Dikatakan Plato, *self-interest* merupakan biang kejahatan dan dosa. Baginya *self-interest* hanya akan mendorong individu berlaku tidak adil terhadap orang lain.

Syar'i... dan enak dipandang menutup dada..Kalau ke pesta sekali agak modis. Cara memamakai jilbab, jilbab anda merasa terlalu kaku dan tidak mampu leluasa dalam beraktivitas ? Tidak... merasa kaku dan tidak leluasa dalam berjilbab, Menjadi lebih safety.. Pedes..sekarang pake baju ketat dan tidak menutup aurat.¹⁷

Pendapat wanita muslim berkembang dalam penggunaan jilbab adalah pertama, (1) kepentingan diri, dan (2) rasionalitas, Sementara itu, Aristoteles memandang secara ambigu keberadaan *self-interest*. Menurutnya, *self-interest* tidak melulu negatif, melainkan juga positif. Sebab, menurutnya *self-interest* pada dasarnya terbagi menjadi dua: *bad self-interest* dan *good self-interest*¹⁸. Kalaupun demikian, wanita muslim menggunakan jilbab didasarkan pada kepentingan (1) menutup dada, (2) aman (*safety*), dan (3) kelihatan modis ke pesta.

Kepentingan 1 dan 2 wanita muslim termasuk *Good interest*, sementara kepentingan ke tiga yang menurut Aristoteles adalah kepentingan umum (*common interest*) yang memungkinkan terbentuknya suatu *unanimitas* masyarakat. Agustinus, keberadaan *self-interest* disubordinasi oleh kepada kecintaan dan pengabdian kepada Yang Ilahiah, gerak vertikal penghambaan diri kepada Allah, dan *self-interest* masih diletakkan sebagai yang sekunder, Konsep *self-interest* yang partikular dideduksikan kepada yang universal, yaitu masyarakat atau Allah.

"Jilbab *funky* dan *jilboobs* itu tergantung kepada si pemakai, berjilbab tidak nyaman dengan memakai kerudung kok "begitu" ...sekarangan masih belum sempurna tapi berusaha untuk bisa lebih baik.¹⁹"

Pernyataan wanita muslim di atas telah menggambarkan sudut berbeda, keistimewaan jilbab tergantung pada si pemakai, wanita muslim di era modern berada dalam situasi yang sangat berbeda daripada era-era sebelumnya. Berjilbab memiliki *self-interest* seolah betul-betul menemukan kediriannya (*the self*). Karena berjilbab ketidaknyaman berjilbab benar-benar telah tidak berhubungan dengan komunitas social, berjilbab terkait dengan apa yang disebut Bentham sebagai melihat *self-interest* sebagai perkara psikologis individual. Meski kata Bentham selain *self-interest* terhubung dengan kepentingan masyarakat, namun *self-interest* dianggap lebih prioritas. Wanita muslim berjilbab memprioritaskan bentuk kenyamanan dan kesyari'ahan dalam satu sisi, namun sebenarnya keduanya memiliki perdaan yang mencolok. Kepentingan berjilbab syar'i adalah sebagai afirmasi diri dari

kehendak *will to power*, tindakan itu rasional dan penuh integrasi sosial dan spiritual. Begitu pendapat Nietzsche, yang melihat *self interest* sebagai afirmasi diri dari kehendak *will to power*. Begitu juga dengan Ayn Rand, yang melihat *self-interest* sebagai tindakan individu rasional yang penuh integritas.²⁰

*He cites two sorts of evidence that indicates the self-interested model of human behavior is wrong: 1) that people do evidence concern for the welfare of others, and 2) that people often do not evidence a concern for their own welfare*²¹.

Perilaku *self interest* dalam pandangan Brennan, orang yang peduli hanya tentang diri mereka sendiri dan tidak sama sekali kepada orang lain, mereka tidak memiliki selera altruistik dan tidak mau mengorbankan waktu mereka sendiri atau sumber daya untuk kemajuan orang lain. Brennan menyebutkan dua macam bukti yang menunjukkan model egois manusia perilaku yang salah: (1) bahwa bukti orang keprihatinan bagi kesejahteraan orang lain, dan (2) bahwa orang sering tidak keprihatinan untuk kesejahteraan mereka sendiri. Pandangan brennnan menyimpulkan dua pola kepentingan diri, wanita muslim kelas menengah memiliki dua pola tersebut (1) altruistik dan (2) Mode egois, berdasarkan pada pandangan di bawah ini.

"Jilbab yang dikenakan oleh artis dan selebritis agama itu menarik, namun tergantung ..jilbabnya Azkia Mecca itu menarik, Oki. Kalau jilbab dipakai dengan syar'i... suka."²²

Seorang artis berkembang dengan mode altruistik tersendiri untuk mudah beradaptasi dengan kebutuhan industri ruang publik, tampilan yang menarik adalah syarat utama untuk menentukan keberlangsungan seorang artis. Sebagian kelas menengah memfokuskan pada kondisi ini, namun ketentuan lain untuk diterimanya stimulus ini apakah mitasi yang akan dilakukan oleh seseorang berhasil atau tidak. Sementara mode altruistik dan mode egois ditampilkan dalam ruang publik yang dipertontonkan kepada khalayak dalam acara-acara islami.

Meskipun demikian, Metode rasionalitas menuntun kita memahami kepentingan diri wanita muslim kelas menengah ini, upaya Pertama, memandang rasionalitas sebagai konsistensi internal terhadap pilihan, dan yang kedua adalah mengidentifikasi rasionalitas dengan maksimalisasi kepentingan diri.²³ Persoalan yang pertama, rasionalitas sebagai konsistensi personal yang menjadi disposisi dalam menentukan berbagai pilihan-pilihan ekonomi, dalam bahasa ekonomi di sebut dengan preferensi, lebih jauh pilihan-pilihan tersebut dapat difahami dalam kegiatan konsumsi. Manusia dalam memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) sebagai kebutuhan-kebutuhan pokok (*dhorury*) baik yang tahan lama (*durabel good*) atau pun barang yang lekas habis (*undurabel good*).²⁴

D. Rekontekstualisasi Komoditas Jilbab

Komoditas penutup aurat pada umat Islam sebagai kontek religiusitas dan kepatuhan terhadap hukum fiqih, sementara itu, ragam pemakaian jilbab ada dua faktor yaitu faktor instrinsik dan faktor ekstrinsik. Syarat dalam pemakaian jilbab adalah longgar, tidak tembus pandang, lekuk-lekuk tubuh tidak tampak, tidak menyerupai laki-laki dan memakai kaos

BERJILBAB TANPA SYARIAH

kaki, Usaha-usaha agar pemakaian jilbab sesuai dengan syariat Islam adalah dengan faktor lingkungan yang kondusif, kebiasaan pemakaian jilbab dapat dikembangkan melalui: ketaatan, keyakinan, istiqomah, keterpaksaan, kesabaran, dan keterampilan, kepribadian utuh-kaffah-paripurna dapat dikembangkan salah satunya adalah dengan pemakaian jilbab yang sesuai dengan syariat Islam.²⁵

Penelitian tentang fenomena jilbab *funky* bukan sesuatu yang baru dalam perubahan yang terjadi di masyarakat Indonesia. Jilbab *funky* yang dimaksud adalah sehelai kain yang berfungsi sebagai penutup kepala saja, dan tidak menutup bagian leher dan dada. Terdapat tiga macam jenis jilbab, yaitu, jilbab besar, jilbab standar dan jilbab *funky*. Namun, jenis kedua adalah yang terbanyak di antara peminatnya. Selanjutnya, faktor yang menyebabkan gemar menggunakan jenis jilbab funky adalah a) ingin tampak modis, b) mencari kepraktisan dalam menggunakan jilbab, c) mengikuti trend (perkembangan jenis busana modern) dari ketiga faktor tersebut, ternyata yang menjadi latar belakang utama mahasiswi menggunakan jilbab *funky* adalah karena kurangnya wawasan keagamaan dan pengaruh keluarga, lingkungan, budaya serta media massa.²⁶

"Jilbab *funky* dan *jilboobs* digunakan sebagai keinginan si pengguna, karena pemakai jilbab funky lebih didasarkan pada motivasi orang yang memakainya".²⁷

Motivasi pemakai jilbab *funky* adalah kepentingan diri, setiap manusia memotivasi dirinya dalam menggunakan barang. Barang atau benda sebagai komoditas di dunia moderen ini. Kaum modernist meninggalkan jiwa (*soul*) demi mendapatkan keindahan fisik (*body*). Motivasi yang menyelinap dalam diri pemakai jilbab terbukti. Sebagaimana orang merasa tidak nyaman menggunakan jilbab *funky* dan modis karena bias agama. Walaupun saat sekarang menggunakan jilbab bukan *funky* dan modis dihantui oleh kebenaran dalam memakai jilbab:

"Tidak nyaman dengan begitu (jilbab kasual dan *funky*), pakai kerudung kok begitu, saya mencoba untuk menjalankan syari'ah, walaupun sekarang masih belum sempurna tapi berusaha untuk lebih baik".²⁸

Pakaian muslimah tersebut bukan hanya memiliki utilitas tradisional tetapi telah menjelma menjadi fashion dan gaya hidup, jilbab sebagai *complementer* dalam kehidupan sehari-hari yang terlibat pada suka dan tidak suka untuk mengenakan busana muslimah.

"...Bentuk jilbab itu tidak masalah namun enak dipandang dan menutup dada yang penting..."²⁹

Pernyataan di atas menunjukkan (1) pilihan *public space* dalam pemakain jilbab berdasarkan jenis jilbab, dan (2) situasi tertentu yang cocok mengenakan jilbab, tetapi jilbab dan pakaian seperti apa yang pantas secara sosial dan estetika mendasari pilihan pemakai. Posisi jilbab pada publik yang lebih luas seperti perkumpulan adat, budaya, pesta perkawinan dibedakan dalam bentuk trendy, modis dan inovatif Syar'i. Dengan bentuk seperti itu, berjilbab bukan suatu tanda kesalehan namun pesta menempatkan jilbab sebagai kebutuhan indentitas.

"...Kalau ke pesta sekali agak modis, cara memamakai jilbab..."³⁰

Di pesta-pesta, variasi jilbab dengan bentuk dan pola jilbab yang beragam, ruang ini mengekspresikan ragam pola tidak dibatasi oleh syari'at, namun justru tampilan keindahan dan estetika mengambil peran penting. Pola-pola berjilbab muncul dengan aneh, tiada ekspresi ruang berjilbab kecuali di pesta perkawinan tentunya. Mereka tidak memperdulikan berbagai bentuk yang menyalahi atau tidak dari dasar hukum berjilbab, berjilbab adalah keharusan yang harus dipatuhi demi menjaga esensi agama yang tersiarkan ditengah masyarakat. Jilbab syar'i adalah jilbab yang enak dipandang dan menutup dada. Bagaimanapun juga makna jilbab bagi kelas menengah muslim di Yogyakarta tidak mengalami perubahan baik yang menggunakan jilbab *fungky*, modis, kasual dan jilboob, jilbab seutuhnya bermakna identitas muslimah dalam menutup aurat, namun kondisi formal dan non formal membentuk pengguna jilbab untuk menentukan jenis jilbab.

"saya berjilbab pada kegiatan formal berbeda dengan kegiatan keagamaan, jilbab dalam kegiatan formal harus rapi dan "tidak aneh", memakai jilbab dalam kegiatan keagamaan agar tampak "alim", panjang dan menutup dada³¹."

Penguna jilbab pada saat kegiatan keagamaan dan kegiatan formal, pandangan kelas menengah bersifat kondisional dan berbeda dengan keinginan si pemakai jilbab baik jilbab yang syari dan juga modis namun jilbab tidak tampak aneh namun jilbabnya membedakan prespektif keindahan misalnya kerapian, begitu ketika ruang pemakai adalah kegiatan keagamaan tentu pemakai jilbab seharusnya menutup dada, namun pemakai jilbab tidak mampu meninggalkan bentuk tubuh karena tubuh bagian yang esensi bagi kehidupan yang dikonsumsi bagi diri sendiri maupun bagi seorang yang dianggap boleh secara syari'ah.

Hasrat berjilbab sebagai isyarat identitas, tanda, dan memiliki makna penggunaan jilbab, adaptasi jilbab sebagai identitas keagamaan dalam kegiatan formal, karena sikap formal kita menunjukkan kadang tradisi yang telah tergerus oleh pola pakaian konvensional nonsyar'i. Jilbab tidak seharusnya hanya menutup dada, tetapi juga menutup fisik yang tidak pantas diumbar kepublic. Meskipun sebab ini menunjukkan kegelisahan yang terus menerus ke-indentitas-an agama bagi umat, namun mode fashion menumbuhkan hasrat untuk mensubversi substansi agama. Dilema bagi umat dalam menentukan kebenaran jiwa dan fisik. Meninggalkan jiwa berarti umat telah masuk ke dalam ranah modernitas, meninggalkan fisik justru membuka celah bagi modernitas pakaian keagamaan yang tentu menguap dalam produksi modernitas.

Produsen menyesuaikan preferensi harapan pengguna (konsumen), dasar preferensinya adalah kepentingan diri (*self interest*), sebagaimana kelas menengah dalam penelitian ini menunjukkan eksistensi dan asketisme lebih dominan. Meskipun demikian, jilbab tidak lagi bermakna jika kemudian tidak mampu memberi ruang publik untuk menilai. Penilaian publik kepada jilbab membentuk pandangan *interest*, mode yang menarik, dan tidak aneh.

"Saya tertarik pada jilbab dari mode fashion terbaik, jika dilihat pada modenya yang suka aneh, sebab mode yang beragam, semakin bagus semakin aneh, mode, pola dan bukan fashion."³²

BERJILBAB TANPA SYARIAH

Berdasarkan tanggapan dalam *Focus group discussion* berjilbab bukan hanya rendahnya alasan kepehaman terhadap syariat melainkan kondisi keluarga, sekolah, teman, dan keluarga yang berjilbab menuntun dan membentuk pola dan bentuk jilbab. Kelas menengah memilih jilbab berdasarkan pada (1) bentuk dan pola yang sesuai syar'i atau tidak (2) kenyamanan (3) menarik, ketiga alasan tersebut menentukan pola-pola pilihan jilbab, namun berjilbab dengan tertutupnya dada dan baju panjang dapat menutupi "pantat" dipilih secara luas oleh kelas menengah.

Jilbab secara umum berdasarkan suka-suka tetapi syar'i, meskipun pola berjilbab kelas menengah meluas dengan tanpa panutan yang jelas hingga menimbulkan jilbab yang beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan dan keinginan produsen, ketika produsen sebagai *maker-marketer*, kemudian menyebar sebagai pilihan utama, relasi konsumen-produsen-kelas menengah membentuk pola jilbab baru.³³

Saat bulan puasa dan lebaran artis-artis berjilbab menginspirasi kelas menengah untuk memodekan jilbab, namun penolakan atas artis berjilbab telah dianggap sensasional dan mencitrakan diri sebagai muslimah, karena sebagian artis mengenakan jilbab tidak pada setiap aktivitas keartisan. Perubahan pola berpakaian tidak berjilbab dengan berjilbab membentuk image positif, si artis dianggap mendapatkan hidayah dan serius untuk mempertahankan jilbabnya. Meskipun si artis berjilbab disyaratkan jilbab syar'i, namun sampai sekarang jilbab syari belum juga difahami secara luas karena memang dalam syari'at jilbab memiliki dimensi spiritual dan sosial.

"Bagaimana pendapat anda jika ada artis tiba-tiba berjilbab seperti Claudia Cintia Bella? Tergantung pake jilbab tetapi kelakuan... masih tetap tidak syar'i ubah begitu niat dan mendapat hidayah dan serius...public figur.. menjadi contoh,.. kalau sewaktu puasa dan hanya lebaran..."³⁴

Bagaimanapun juga jilbab memiliki utilitas tersendiri bagi perempuan kelas menengah, utilitas tidak diorientasi pada material namun utilitas lebih pada substansi menjaga kehormatan mereka, kehormatan yang mereka anggap paling berharga adalah bentuk tubuh yang tidak boleh mudah dipertontonkan di ruang publik. Berjilbab juga penting untuk keamanan dan rasa aman yang menurut mereka ini lebih penting sekedar daripada keindahan dan estetika jilbab dan mode bahkan fashion yang memaksa untuk mereduksi tradisi keagamaan. Selain lebih aman, berjilbab mampu meningkatkan kepercayaan diri mereka, sebagian menganggap memakai pakaian ketat dan tidak menutup aurat cenderung tidak aman.

"Kegunaan berjilbab selain sebagai mematuhi agama adalah menjadi lebih safety..Pede.. sekarang pake baju ketat dan tidak menutup aurat..."³⁵

Jilbab sebagai kewajiban dan tentu pematuhan hukum berjilbab adalah kewajiban, berjilbab telah menjadi tradisi yang tidak dibantah dan mereka memiliki banyak aktivitas, namun aktivitas tersebut tidak dapat menghentikan kebiasaan berjilbab, berjilbab dan pakaiannya bagi mereka tidak mampu mengurangi aktivitas tersebut. Sehingga keputusan untuk membeli jilbab ketika mereka menemukan mode dan warna yang menarik, dan

kegemaran untuk memilih model dan bahan yang mereka sukai. Mereka menganggap membeli jilbab bukan suatu keharusan di saat persediaan jilbab telah terpenuhi. Apakah mereka benar telah menjalan syari'at dan disinilah arti penting berjilbab yang dibanyak komunitas berharap mendapatkan jawaban, yaitu kebenaran saat seseorang menentukan nasib agamanya melalui jilbab akan menemukan ruang kosong yang perlu dihiasi oleh aspek lain, bukan saja berjilbab tapi, dengannya mereka mencoba untuk menentukan kesolehan mereka dan kepatuhan pada agama. Tentunya harapan terbesar dari umat beragama adalah kepastian dalam menjalankan nilai-nilai agama, nilai agama tidak hanya berjilbab, namun esensi tetap memnuhi riwayat seorang muslimah yang telah benar-benar muslim.

E. Penutup

Perkembangan hijab atau jilbab mengindikasikan: *Pertama*, stimulasi; *Kedua*, imitasi dari media massa yang distimulus oleh *public figure*; dan *Ketiga*, ekspresi subversi yang dilematis pada ketaatan dan tren.

Kelas menengah muslim di Yogyakarta memilih jilbab berdasarkan pada pada (1) bentuk dan pola yang sesuai syar'i atau tidak (2) kenyamanan (3) menarik, ketiga alasan tersebut menentukan pola-pola pilihan jilbab, namun berjilbab dengan tertutupnya dada dan baju panjang dapat menutupi "pantat" dipilih secara luas oleh kelas menengah.

Jilbab memiliki utilitas tersendiri bagi perempuan kelas menengah, utilitas tidak diorientasi pada material namun utilitas lebih pada substansi menjaga kehormatan mereka, kehormatan yang mereka anggap paling berharga adalah bentuk tubuh yang tidak boleh mudah dipertontonkan di ruang publik. *Wallāhu A'lam bisshawab* []

Catatan:

¹ Kris Budiman, *Jejaring Tanda-tanda: Strukturalisme dan semiotik dalam kritik kebudayaan*, (Yogyakarta: Indonesiatara, 2004), hlm. 115.

² Irwan Abdullah, *Rekonstruksi dan Reproduksi Budaya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 34.

³ Louis Althusser dan Etienne Balibar, *Reading Capital* diterjemahkan oleh Ben Brewster (London: Verso), 1979, hlm. 140-141.

⁴ Al-Ahzāb (5): 59

⁵ Ismail Machfud, "Penggunaan Jilbab Funky di Universitas Muhammadiyah Malang", *skripsi*, (Malang: Unmuh, 2004). Lihat versi digital: <http://skripsi.um.ac.id/files/disk1/1/jiptummpp-gdl-s1-2004-ismailmach-44-Pendahul-n.PDF>

⁶ Konsumsi adalah proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai-nilai yang tersimpan di dalam suatu objek. Konsumsi dapat dipandang pula sebagai proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai-nilai yang tersimpan di dalam suatu objek. Konsumsi dapat dipandang pula sebagai objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi (penciptaan dunia objek-objek) dan internalisasi diri (penyerapan nilai-nilai) melalui objek-objek sebagai medianya. Konsumsi merupakan proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-objek untuk kemudian menerima nilai-nilai tersebut

⁷ Fadwal El Guindi, *Jilbab: Antara Kesalehan, Kesopanan dan Perlawanan*, (Jakarta: Serambi, 2003), Hlm 44.

⁸ Husein Muhammad dan Faqihuddin Abdul Kodir, *Fiqh Perempuan: Refleksi kiai atas wacana agama dan gender*, (Yogyakarta: LKiS & Pelangi Aksara, 2001), hlm. 77-80.

⁹ Abdullah, *Tafsir Ibnu Kasir Juz 22*, (Yogyakarta: Niaga Swadaya, 2005), hlm. 536.

¹⁰ *Gatra*, (Nomor 26, 12 April 2003), dalam <http://gatra.com/artikel.php?id=28360>, Diakses tanggal 19 Maret 2011.

- ¹¹ Gatra, hlm. 46.
- ¹² Anonim, *Longman dictionary of contemporary English*
- ¹³ Wawancara, 50 Nopember 2015
- ¹⁴ Jean Boudrillard, *Consumer society*, dalam George Ritzer, *Teori Sosial Postmodernism*, (terj. Muhamad Taufik), (Yogyakarta: Kreasi wacana, 2009). hlm 136-137.
- ¹⁵ Focus group discussion (FGD), 16 Nopember 2015
- ¹⁶ Rob Shields (ed.), *Life Style the Subject of Consumption*, (London and New york: Routledge a division of Routledge, Chapman and Hall Inc., 1992), hlm. 115.
- ¹⁷ Wawancara, 15 Noember 2015
- ¹⁸ Frans Magnis Suseno, *13 Tokoh Etika*, (Yogyakarta: Kanisius, 1996), hlm 41; Muhamad Hatta, *Alam Filsafat Yunani*, (Jakarta: Tinta Mas, 1986), hlm. 142-145.
- ¹⁹ Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015
- ²⁰ Wildan Pramudya, *Kritik Amartya Sen Terhadap pendekatan Behavioral dalam Teori Ekonomi*, (<http://indoprogress.mofuse>).
- ²¹ Michael C. Jensen, *Self-interest, altruism, incentives, and agency Theory*, (*Journal of Applied Corporate Finance*, Vol. VII, no. 2 (Summer 1994). also published in Michael C. Jensen, *Foundations of Organizational Strategy*, Harvard University Press, 1998), hlm. 5.
- ²² Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015
- ²³ Amartya sen, *On ethic and economic*, (United kingdom: Blackwell Publishing, 1988), hlm.11-12.
- ²⁴ Save M Dangun, *Pengantar Filsafat Ekonomi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1992), hlm. 56.
- ²⁵ "Aurat dalam Pandangan Hukum Islam", Dalam <http://penelitianpendidikan.com/indexx.php?module=detaildata&id=1242> Diakses pada 11 Desember 2015.
- ²⁶ Aurat dalam, Diakses pada 11 Desember 2015.
- ²⁷ Catatan Focus group discussion (FGD) , 16 Nopember 2015
- ²⁸ Catatan Focus group discussion (FGD) , 16 Nopember 2015
- ²⁹ Focus group discussion (FGD), 16 Nopember 2015
- ³⁰ Focus group discussion (FGD), 16 Nopember 2015
- ³¹ Wawancara, 15 Nopember 2015
- ³² Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015
- ³³ Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015
- ³⁴ Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015
- ³⁵ Catatan Focus group discussion (FGD), 15 Nopember 2015

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Tafsir Ibnu kasir juzz 22*, Niaga Swadaya, 2005.
- Aristoteles, *Nicomacean Ethic*, terjemahan WD Ross, Kichener: Botoche Book, 1999.
- Ash, Colin, *Social self Interest*, lihat dalam <http://www.reading.ac.uk/Econ/Econ/workingpapers/emdp396.pdf> Diakses pada 11 Desember 2015
- Betham, Jeremy, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, London: Batoche Books Kitchener, 2000.
- Bolland, Lawrence, "Current Views on Economic Positivism," dalam David Greenaway, Michael Bleaney and Ian Stewart (ed.) *Companion to Contemporary Economic Thought*, 1991.
- Boudrillard, Jean, *Consumer Society*, dalam George Ritzer, *Teori social Postmodernism*, (Penerjemah: Taufik, Muhamad) Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009.
- Budiman, Kris, *Structural and semiotic approach in cultural criticism in Indonesia* diterjemahkan *Jejaring tanda-tanda: strukturalisme dan semiotik dalam kritik kebudayaan*, Jakarta: Indonesia Tera, 2004.
- Campbell, Tom, *Tujuh Teori Sosial: Sketsa, Penilaian, Dan Perbandingan*, Yogyakarta: PT Kanisius, 1994.
- Dagun, Save M, *Pengantar Filsafat Ekonomi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992.
- El Guindi, Fadwal, *Jilbab: Antara Kesalehan, Kesopanan, dan Perlawanan*, Jakarta: Serambi, 2003.
- Farooq, Mohammad Omar, *Self-Interest, Homo Islamicus and Some Behavioral Assumptions in Islamic Economics and Finance* Associate Professor of Economics and Finance Upper Iowa University September 2006 Draft in progress.
- Gensler, Harry J, dkk, *Ethics: Contemperory Reading*, New York and London: Routledge, 2004.
- Hatta, Muhamad, *Alam Filsafat Yunani*, Jakarta: Tinta Mas, 1986.
- Hobbes, Thomas, *Leviathan or the Matter, Forme, & Power of a Common-wealth Ecclesiasticall And Civill* London: Green Dragon in St. Pauls Church-yard, 1651.
- Kay, John, "In Search of Self-interest," *Financial Times*, 30 Juli 2002.
- Labiona, Jesus M Zaratiegui, *A reading of Hobbes Leviathan with Economic Glasses*, Spanyol: MBC University Press, 2000.
- Lee, Martyn J, *Consumer Culture Reborn*, diterjemahkan dalam *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*, Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2006.
- Mark, Karl, *Das Capital: kritik der politichen oekonomi*, Written: 1867 First english edition of 1887 (4th German edition changes included as indicated). Progress Publishers, Moscow, USSR, First Published: 1887 Translated: Samuel Moore and Edward Aveling edited by Fredrick Engels Online Version: Marx/Engels Internet Archive (marxists.org) 1995, 1999 Transcribed: Zodiac, Hinrich Kuhls, Allan Thurrott, Bill McDorman, Bert Schultz and Martha Gimenez (1995-1996)
- Metwally, M.M, *Teori dan model ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh M.Husen Sawit, SE., PHD, Jakarta: PT. Bangkit Daya Insani, 1995.
- Mill, John Stuard, "Utilitarianism" in *The Basic Writings of John Stuart Mill*, New York: The Modern Library, 2002.
- Muhammad, Husein, dan Abdul Kodir, Faqihuddin, *Fiqh perempuan: refleksi kiai atas wacana agama dan gender*, Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara: 2001.
- Peatherstone, Mike, *Consumer Culture And Postmodernism*, diterjemahkan Misbah Zulfa Elizabeth, *Postmodrenisme Dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta, Pustakapelajar: 2008

BERJILBAB TANPA SYARIAH

- Pramudya, Wildan, *Kritik Amartya Sen Terhadap pendekatan Behavioral dalam Teori Ekonomi*, (<http://indoprogress.mofuse>)
- Ritzer, George, *The Postmodern Social Theory*, diterjemahkan Muhamad Taufik, *Teori social postmodernism*, Yogyakarta, Kreasi wacana: 2009.
- Sen, Amartya, *On ethic and economic*, Blackwell, 1988
- Serrano, David Teira, "A Positivist Tradition in Early Demand Theory," *Journal of Economic Methodology*, (2006, vol. 13, issue 1)
- Shields, Rob (ed.), *Life style the subject of consumption*, (London and New York, Routledge a Division of Routledge, Chapman and Hall Inc, 1992) .
- Siregar, Mulya, *Pengembangan Ekonomi Syariah: Mewujudkan Peradaban Luhur Melalui Keadilan, Kemaslahatan dan Keseimbangan*, Makalah Seminar Bulanan MES, 20 November 2006
- Stigler, George, *Economics or Ethics The Tanner Lectures on Human values*, Delivered at Harvard university: April 24, 25, and 28, 1980.
- Thurow, Lester C., *The Dengerous Currents: The State of Economics*, New York: Random House, 1983.
- Tilkidjiev, Nikolai, *The Middle Class: The New Convergence Paradigma*, institute of sociology, Bulgarian of science, tt.
- Warde, Ibrahim, *Islamic Finance in the Global Economy*, Edinburgh University Press, 2000.