

HAJI DAN KEGAIRAHAN EKONOMI: Menguak Makna Ibadah Haji Bagi Pedagang Muslim di Yogyakarta

M. Sulthoni

Mublisin

Mutbo'in

STAIN Pekalongan

Abstract: Haj is an exclusive and unique worship. It is exclusive because not all Muslims do not have to that. This ritual is only done by those who have the physical ability, psychological, and financial requirements to run it. Hajj ritual is unique because it often goes beyond the normative boundaries. The phenomenon of pilgrimage draper in Beringharjo market that is the subject of this study clearly demonstrate this. The traders set aside a portion of the liver berrela trading profits earned every day, collecting little by little in a long time, and after a relatively large collected was not used to expand the business as usual by merchants, but "spent" to perform Hajj. This study found the base rationalization traders in the market Beringharjo which can be traced from three aspects, namely the meaning of the Hajj, the use of pilgrims symbols, and the use of these symbols in their trading activities. First, the meaning of Hajj has at least four different meanings, namely: (a) normative meaning; (b) the pilgrimage is a guarantee for answered prayer; (c) the Hajj is a symbol of high social and cultural status; (d) the symbol of Hajj is a trust assurance to buyers. Second, the creation of the symbolic aspects of the pilgrims in Beringharjo market traders motivated by three things, namely cultural, social, and economic background. Third, widening, shifting and expanding the meaning of Hajj which is influenced by religious backgrounds, worldviews as Javanese, and its position as a trader.

Kata Kunci: makna, pergeseran makna, motivasi, simbol, status sosial

PENDAHULUAN

Minat orang Islam Indonesia untuk memenuhi kewajiban ibadah haji, rukun Islam yang kelima, sangat kuat. Meskipun Islam menentukan bahwa kewajiban melaksanakan ibadah haji hanya untuk mereka yang dapat memikul beban biaya perjalanan serta tidak ada hal lain yang menghalangi terlaksananya kewajiban tersebut, tetapi banyak orang Islam Indonesia –yang belum benar-benar mampu—“memaksakan” diri mengumpulkan biaya perjalanan haji dengan menjual barang-barang atau berhutang. Ada kesan bahwa orang Indonesia lebih mementingkan haji daripada banyak bangsa lain, dan bahwa penghargaan masyarakat terhadap para haji memang lebih tinggi. Keadaan ini mungkin dapat dikaitkan dengan budaya tradisional Indonesia.

Kenyataan bahwa jamaah haji Indonesia yang lebih menggantungkan biaya haji dari hasil jual barang-barang yang dimiliki, merupakan fenomena yang cukup menarik. Mungkinkah gejala ini, selain merupakan tanda kuatnya iman mereka, juga karena adanya kemungkinan memperoleh keuntungan-keuntungan ekonomi pada masa-masa mendatang setelah menunaikan ibadah haji? Atau mungkin dapat dikatakan bahwa tingginya angka jamaah haji Indonesia merupakan indikasi dari dua hal penting. *Pertama*, meningkatnya ketakwaan dengan memenuhi rukun Islam kelima. Sebuah bukti bahwa kehidupan beragama semakin membaik. *Kedua*, hal itu menunjukkan pula membaiknya kemampuan ekonomi (Vredenburg, 1997: 21), sebab, untuk menunaikan ibadah haji diperlukan biaya yang sangat tinggi, apalagi jika ukurannya adalah penghasilan petani yang pas-pasan untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Martin van Bruinessen menemukan bahwa banyak orang Jawa menunaikan ibadah haji karena terobsesi pada aspek-aspek simbolik seperti busana dan gelar haji serta paham-paham keberkahan benda-benda Tanah Suci (Bruinessen, 1997: 121). Lebih lanjut menurut Martin, dalam kosmologi Jawa, sebagaimana halnya banyak kosmologi suku-suku lain di Indonesia, pusat-pusat kosmis, titik temu antara dunia fana ini dengan alam supranatural, memainkan peranan sentral (Bruinessen, 1997: 122). Kuburan para leluhur, gunung, gua, dan hutan tertentu serta tempat ‘angker’ lainnya tidak hanya diziarahi sebagai ibadah saja, tetapi juga dikunjungi untuk mencari ilmu alias kesaktian dan legitimasi politik maupun ekonomi. Setelah orang Jawa mulai masuk dan kenal Islam,

Mekkah-lah yang dianggap sebagai pusat kosmis utama (Bruinessen, 1997: 122).

Dalam menjalankan syariat Islam, termasuk ibadah haji, umat Islam di Jawa terpecah menjadi dua kelompok yang disebut para ahli sebagai Islam Jawa (Muslim Abangan) dan Islam normatif (kelompok santri). Woodward mensinyalir perpecahan tersebut akibat dari perbedaan penafsiran terhadap aksioma keagamaan yang tunggal, di antaranya (1) tauhid, (2) makna syariat secara zahir dan makna batin, (3) hubungan antara manusia dan Tuhan sebagai hamba dan Tuan. Cara seseorang menafsirkan dan menerapkan aksioma-aksioma tersebut, lanjut Woodward, mempunyai pengaruh besar terhadap bagaimana aspek-aspek pengetahuan keagamaan dipahami (Bruinessen, 1997: 122).

Penemuan Woodward tentang konsep haji masyarakat Abangan di Yogyakarta sangat menarik untuk diutarakan di sini. Bahwa, lakon Dewa Ruci dalam cerita pewayangan Jawa sesungguhnya merupakan ajaran untuk menaklukkan hawa nafsu, yang disebut oleh kelompok muslim Abangan sebagai cara berhaji ke dalam diri sendiri. Kebanyakan kelompok Muslim Abangan membandingkan pemahaman haji ini dengan berhaji secara fisik ke Mekkah. Mereka menganggap berhaji yang sejati adalah berhaji ke dalam hati sendiri, sementara berhaji ke Mekkah sebagai bentuk haji lahiriah. Oleh karena itu, mereka merasa kurangnya urgensi hadir secara fisik ke Mekkah sampai beberapa kali, karena pengalaman mistik yang menyeluruh jauh lebih penting ketimbang kehadiran fisik di tempat suci itu (Woodward, 2008: 293).

Berbeda dengan kelompok Muslim Abangan, kaum Santri cenderung mencari pengalaman dekat dengan Allah ketika mengunjungi Mekkah, atau melakukan shalat di hadapan Ka'bah. Mereka meyakini bahwa tempat berdirinya Ka'bah merupakan bagian dunia yang pertama kali diciptakan Allah, dan tempat tertinggi di bumi. Ia merupakan pusat dunia di mana komunikasi antara dunia tinggi dengan dunia rendah memungkinkan terjadi (Woodward, 2008: 286).

Putuhena (2007: 339-340) mengungkapkan adanya keyakinan kolektif di kalangan kaum Santri bahwa harta tidak sekadar digunakan untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga rohani. Jika ada seorang Muslim yang memiliki harta lebih (mampu), maka uang itu harus digunakan untuk naik haji. Atau sebaliknya, naik haji digunakan untuk memotivasi diri bekerja lebih keras dan bersikap hemat. Dengan demikian, terdapat dua konsep kaum Santri dalam memandang haji. *Pertama*, berkah. Seluruh aktivitas hidup seseorang dianggap berkah

ketika berhaji karena secara langsung ia dapat menziarahi Tanah Suci untuk bermunajat dan berdoa kepada Allah swt di rumah-Nya yang diberkahi. *Kedua*, peningkatan kualitas ekonomi. Haji juga berfungsi untuk motivasi pelakunya dalam pengembangan kualitas ekonomi, sebagaimana yang disimbolkan dalam ritual sa'i. Dalam konteks ini, pelaksanaan haji mempertemukan dan memperkuat antara ide kesalehan individu dengan keharusan materi.

Dua konsep tersebut dimanfaatkan oleh komunitas pedagang Santri di Yogyakarta, khususnya di Pasar Beringharjo, untuk menumbuhkan kepercayaan diri memasuki dunia perdagangan yang serba tidak pasti. Dengan keyakinan adanya berkah, mereka menyandarkan segala usaha kepada Tuhan melalui doa-doa yang dipanjatkan di Mekkah, sembari bekerja keras menerjemahkan ritual-ritual haji ke dalam aktivitas sehari-hari guna memastikan doa-doa itu dikabulkan. Itulah yang dikenal dengan istilah *ikhtiyar*. Tidak jarang *ikhtiyar* kelompok pedagang santri mencatut simbol-simbol haji, seperti menyematkan gelar "haji" pada nama pemilik sebuah usaha, untuk menarik pelanggan. Hal itu terjadi karena secara umum masyarakat berpandangan bahwa orang yang sudah berhaji mungkin lebih jujur, amanah, adil, ketimbang mereka yang belum haji. Ibadah haji, dengan demikian, dapat dijadikan peluang mendulang keuntungan materi bagi orang-orang mau memanfaatkannya.

Uraian di atas menunjukkan bahwa ibadah haji dalam arti sempit mempunyai beberapa fungsi penting, baik secara spiritual maupun material. Untuk mengungkap makna yang tersembunyi di balik simbol-simbol haji itu memang bukan hal mudah, karena makna tersebut lebih bersandar pada keyakinan dari pada rasionalisme. Makna di sini merujuk kepada kognisi, afeksi, intensi, dan apa saja yang terpayungi dengan istilah "perspektif partisipan" atau subjek penelitian (Alwasilah, 2002: 107-108). Transparansi makna aspek simbolik haji itu hanya dapat diuraikan oleh subjek yang meyakini makna simbolis tersebut. Akan tetapi, karena paham dan keyakinan itu bersifat faktual dan aktual, implikasinya dapat terlihat pada realitas sosial mereka.

Dari uraian di atas, penelitian ini berusaha melakukan kajian mengenai pranata keagamaan yaitu pranata sosial yang berhubungan dengan kehidupan beragama dari suatu masyarakat meliputi segala pemenuhan kebutuhan anggota masyarakat tersebut dalam mengabdikan kepada Tuhan. Dalam penelitian ini akan digambarkan fenomena perilaku keagamaan pedagang pakaian Muslim di Yogyakarta melalui

salah satu aspek pranata ibadahnya yaitu haji. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini adalah: *Pertama*, apa makna haji bagi pedagang Muslim di Pasar Beringharjo Yogyakarta? *Kedua*, apa yang melatarbelakangi proses penciptaan aspek-aspek simbolik haji pada pedagang Muslim di Yogyakarta? *Ketiga*, bagaimana konstruksi simbol-simbol itu dan sejauh mana aspek simbolik haji itu saling berinteraksi dengan konstruksi sosial, budaya, dan kegiatan ekonomi pedagang Muslim (Jawa) di Yogyakarta?

Untuk melihat secara utuh fenomena penerimaan masyarakat Yogyakarta terhadap Islam yang telah begitu sempurna, sehingga unsur-unsur keislaman telah terasimilasikan dengan unsur-unsur lokal dalam sebuah budaya besar di jantung kekuasaan Islam, kajian ini telah dilaksanakan dengan menggunakan studi lapangan, di mana deskripsi kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memproses data sebagai upaya untuk menggambarkan konstruksi bisnis, yang dipengaruhi baik oleh agama (ibadah haji), dalam aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh para pengusaha Muslim. Penelitian sosiologis-antropologis ini telah dilakukan dalam satu periode, antara bulan April 2011 hingga bulan Oktober 2011.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna Haji Menurut Pedagang Beringharjo

Dengan meletakkan haji sebagai ritual simbolis keagamaan, meminjam definisi Geertz tentang agama dan kebudayaan, maka sebagai sistem simbol keagamaan yang diwariskan secara terus menerus, pemahaman terhadap haji akan cenderung berubah sesuai dengan konteksnya. Pemaknaan terhadap ritual haji mengalami perluasan, pelebaran, pergeseran, dan bahkan juga pereduksian. Fenomena ini secara jelas menunjukkan bahwa pemaknaan dan pemahaman terhadap haji tidak akan pernah tunggal.

Perluasan, pelebaran, dan/atau pergeseran makna haji juga akan berpengaruh terhadap pemaknaan semua aktivitas dalam ibadah haji. Sama-sama mengunjungi Ka'bah pada bulan Dzulhijjah, memakai kain putih tanpa jahitan, memotong rambut, melaksanakan *wuquf* di arafah, lari-lari kecil antara syafa dan marwah, mengelilingi ka'bah (thawaf), mencium Hajar Aswad, dan beragam ritual lainnya yang biasanya dilakukan selama menjalankan ibadah haji mungkin saja maknanya akan berbeda setiap orangnya.

Keragaman pemahaman terhadap haji dapat dilihat pada fenomena para pedagang di pasar Beringharjo Yogyakarta. Di pasar ini relatif banyak para pedagang yang menyematkan atau menempelkan titel haji sebagai identitas toko tersebut. Apakah secara kultural penyematan nama haji tersebut sekedar penunjuk bahwa haji A pemilik toko tersebut, ataukah untuk menunjukkan bahwa pemilik toko tersebut telah menjalankan ibadah haji. Atau bisa saja kita bangun asumsi-asumsi lainnya untuk lebih mempertajam cakrawala berpikir atas fenomena tersebut. Dengan asumsi-asumsi tersebut kita tidak saja dapat membangun pemahaman apakah konstruksi pemahaman mereka terhadap haji memiliki sinergitas dengan orientasi substansial dari ibadah haji, tetapi juga dapat mengetahui adanya perluasan, pelebaran, dan/atau pergeseran makna haji.

Salah satunya fenomena Hj. Risa atau H. Hasan. Bagi pasangan suami-istri ini menunaikan ibadah haji merupakan keharusan bagi umat Islam yang mampu. Yang disampaikan oleh Hj. Risa dan H. Hasan sebenarnya merupakan pengetahuan dan jawaban standar yang biasa kita dengar ketika menanyakan mengapa menunaikan ibadah haji. Tetapi jika ditelusuri lebih jauh, kita akan menemukan pemahaman yang unik yang mendorong mereka berdua untuk menjalankan ibadah haji. Bagi mereka berdua, ibadah haji adalah jalan untuk menuju keberkahan hidup dan meningkatkan status sosial di masyarakat. Pemahaman tersebut merupakan hasil dari ---meminjam konsep Peter L Berger dan Luckmann tentang konstruksi sosial--- objektivasi atas fungsi “lain” haji sebagaimana diyakini oleh masyarakat, khususnya masyarakat Jawa. Menunaikan ibadah haji tidak hanya –atau bahkan bukan-- untuk menjalankan rukun Islam yang kelima, tetapi yang nampaknya paling utama adalah adanya keyakinan bahwa siapapun yang berdoa di tanah suci Mekkah dan Madinah, maka Allah akan mengabulkan doa-doanya.

Fenomena ini dialami oleh Hj. Risa dan H. Hasan. Ketika doa mereka di depan Ka’bah, yaitu agar diberi kelancaran dan kemudahan dalam mencari rizki dan agar ibunya yang sakit polip disembuhkan, dikabulkan oleh Allah, yaitu usaha yang mereka jalankan semakin maju sehingga perekonomian mereka semakin meningkat dan penyakit polip ibundanya disembuhkan oleh Allah, maka yang muncul kemudian adalah keinginan untuk kembali ke tanah suci Mekkah. Bahkan Hj. Risa dan H. Hasan sampai mengatakan bahwa jika tidak ada peraturan dari pemerintah yang “melarang” haji setiap tahun, maka pasangan suami istri ini akan melaksanakan ibadah haji setiap tahun. Dalam konteks

“kemustajaban” doa inilah, fenomena berhaji para pedagang yang berrela hati untuk menghabiskan sejumlah uangnya yang dikumpulkan sekian lama. Mereka berrela hati menghabiskan uang yang telah disisihkan sekian lama karena mereka yakin uang yang telah mereka gunakan untuk naik haji akan diganti oleh Allah berlipat-lipat. Jadi sebenarnya mereka bukan menghabiskan uang yang telah ditabung sekian lama, tetapi “diinvestasikan” kepada Allah SWT.

Haji bagi para pedagang juga dianggap sebagai media untuk memberikan jaminan kepercayaan kepada para konsumennya. Pedagang yang telah berhaji akan dianggap lebih jujur dan lebih dapat dipercaya dari pada pedagang yang belum menjalankan ibadah haji. Papan nama yang menunjukkan bahwa toko tersebut miliki Hj. Sari, H. Sugeng, H. Naim, H. Agus, Hj. Daryati, dan para responden lainnya tidak sekedar papan informasi pemilik toko, tetapi juga menginformasikan kepada konsumen bahwa yang memiliki toko tersebut seorang Haji atau Hajjah. Berdasarkan informasi dari para responden, sejak mereka melekatkan kata haji di depan nama mereka, pembeli yang datang ke toko mereka semakin banyak. Hal ini pula yang menyebabkan usaha mereka semakin maju. Jika melihat dari bertambahnya jumlah pembeli setelah menambahkan gelar haji di depan nama para pemilik toko tersebut, maka papan nama tersebut bukan sekedar informasi kepemilikan toko, tetapi juga semacam garansi bahwa jika anda membeli pakaian di toko itu, maka anda tidak akan diperdaya sebagaimana sering terjadi jika anda membeli kepada mereka yang belum haji. Pelaksanaan ibadah haji, dengan demikian, juga untuk membeli kepercayaan pembeli. Apakah para haji pedagang tersebut menjalankan bisnis secara jujur atau tidak, kita perlu melakukan penelitian lebih mendalam dengan metode yang lebih canggih untuk mengetahui hal tersebut.

Gelar “Haji” yang mengawali Naim tidak berkaitan dengan tingkat religiusitas dan spiritualitas Bapak Naim, tetapi lebih kepada persoalan kultural belaka. Penggunaan gelar “haji” di depan namanya bukan karena dia telah pergi ke baitullah, tetapi karena istrinya telah menjalankan ibadah haji. Jika tidak diformalkan dalam bentuk papan nama sebagai penunjuk kepemilikan toko, penyebutan Haji Naim sebenarnya tidak perlu memunculkan berbagai macam tafsiran. Tetapi karena menjadi nama pemilik toko, maka penambahan gelar haji di depan namanya menarik untuk dibahas. Kita dapat mengajukan pertanyaan, misalnya, jika alasan menggunakan gelar haji karena istrinya sudah naik haji, mengapa dia mengikuti nama istrinya? Mengapa harus menggunakan

nama Haji Naim sebagai penunjuk tokonya? Setidak-tidaknya dia ingin menumbuhkan kepercayaan konsumen bahwa toko tersebut milik seorang haji.

Namun ada juga responden yang walaupun memiliki kemampuan untuk kembali menunaikan ibadah haji, seperti H. Damiri, H. Agus, Hj. Daryati, Hj. Yanti, dan beberapa responden lainnya, cenderung tidak memilih untuk tidak naik haji lagi karena sesuai syariat agama kewajiban mereka hanya sekali untuk menunaikan ibadah haji. Pemahaman dan kesadaran mereka bahwa kewajiban seorang Muslim hanya sekali untuk menjalankan ibadah haji, tentu memiliki dimensi berbeda dalam memaknai haji dibandingkan dengan orang-orang yang sangat bersemangat untuk menjalankan haji berkali-kali dan/atau orang yang menggunakan nama haji walaupun sebenarnya belum menjalankan ibadah haji. Menurut mereka, jika ada uang lebih maka lebih baik digunakan untuk bershadaqah, memfasilitasi saudara untuk naik haji, atau untuk keperluan sosial lainnya yang lebih bermanfaat.

Perbedaan ekspresi-ekspresi dalam menjalankan ibadah haji merupakan manifestasi dari perbedaan pemahaman terhadap makna haji. Dari rangkaian pemaparan di atas, kita dapat mengetahui bahwasannya para haji pedagang sedikitnya memahami haji dalam empat makna berbeda. *Pertama*, sebagaimana dipahami masyarakat umum, bahwa ibadah haji secara normatif merupakan rukun Islam yang ke lima, yaitu kewajiban yang harus ditempuh oleh mereka yang ingin paripurna dalam berislam. *Kedua*, ibadah haji merupakan fasilitasi terkabulkannya beragam keinginan hanya dengan berdoa. *Ketiga*, ibadah haji merupakan cara untuk mendapatkan status sosial dan kultural yang lebih tinggi. *Keempat*, ibadah haji merupakan jaminan kepercayaan kepada para pembeli.

Keempat macam pemaknaan haji para haji pedagang tersebut tentu tidak didapatkan semata-mata dari memahami teks-teks keagamaan, tetapi sebagai hasil internalisasi dari proses objektivasi atas berbagai fenomena yang dialaminya. Mungkin di dalam teks-teks keagamaan kita tidak akan menemukan keragaman pemaknaan terhadap haji, tetapi lingkungannya akan memberi tahu bahwa haji tidak hanya sekedar pemenuhan atas kewajiban bagi seorang muslim yang memiliki kemampuan fisik, psikis, dan finansial, tetapi juga dapat menjadi jalan untuk mendapatkan rizki yang lebih banyak, meningkatkan status sosial, dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Secara implisit apa yang dilakukan oleh H. Naim tersebut menunjukkan – meminjam bahasanya Geertz – adanya pergeseran,

perluasan, dan pelebaran makna haji. Haji Naim meletakkan haji dalam wilayah sekular, yaitu hanya untuk kepentingan bisnis belaka. Meskipun mungkin tidak semua haji pedagang meletakkan haji dalam koridor bisnis, tetapi sebagian besar responden menunjukkan kenyataan tersebut. Haji bukan lagi keparipurnaan keberislaman, tetapi merupakan investasi untuk mendapatkan keuntungan ekonomi lebih banyak dan sekedar identitas untuk meningkatkan status sosial, dan menumbuhkan kepercayaan. Hal ini merupakan tantangan bagi agama dalam realitas sosial untuk mentransformasikan ajaran-ajaran agama yang bersifat abstrak menjadi lebih konkrit sehingga mudah direalisasikan dan diaplikasikan. Pada dasarnya, ajaran agama memiliki wajah tunggal, namun akan berubah menjadi berbagai wajah ketika berhadapan dengan realitas sosial. Begitupun dengan ibadah haji, pada dasarnya ajaran pada kitab-kitab agama Islam memiliki kesatuan pemahaman. Tetapi, pemahaman itu akan bervariasi jika sudah dihadapkan pada dunia materil, masyarakat.

Perbedaan tersebut juga muncul karena perbedaan dalam beragama, yaitu apakah menggunakan rasa, rasio, dan atau penggabungan keduanya. Keberagamaan yang hanya berbasis pada rasa cenderung tidak memperdulikan aturan-aturan formal keagamaan, tetapi lebih menekankan pada pemuasan batin. Keberagamaan yang hanya berbasis rasionalitas belaka maka juga akan cenderung menghilangkan nilai-nilai kesakralan agama dan melihat agama hanya pada wilayah fungsionalnya belaka. Namun ada juga yang menggabungkan keduanya, yaitu berusaha memenuhi kepuasan batin pada satu sisi, dan ketaatan normatif terhadap agama pada sisi yang lain.

Motivasi Naik Haji

Motivasi atau spirit merupakan sesuatu yang *mentrigger* seseorang untuk melakukan sesuatu hal. Begitu pula dengan fenomena haji pedagang yang menjalankan ibadah haji. Upaya untuk mengetahui motivasi seseorang dapat juga dengan melihat fungsionalisasi dari haji yang dijalankan. Berdasarkan fungsionalisasi haji yang dilakukan oleh para haji pedagang di Pasar Beringharjo, kita dapat mengetahui bahwa ibadah haji yang mereka jalankan tidak semata-mata motivasi keagamaan, tetapi juga sosial, ekonomi, dan budaya.

Motivasi haji berbasis religiusitas adalah spirit yang terkandung pada orang yang melakukan ibadah haji, *pure* atau murni semata-mata karena ingin mendekatkan diri kepada Allah, lebih menguatkan iman,

dan menyempurnakan rukun Islam yang kelima. Sedangkan ibadah haji yang dilakukan atas dasar sosial, biasanya hanya melakukan ibadah haji sebatas kehadiran fisik atau lahiriah belaka di Mekkah. Karena spirit utamanya untuk mendapatkan status sosial tinggi atau penghargaan di mata masyarakat, maka walaupun harus menjual barang-barang atau berhutang pun untuk melakukan ibadah haji ke Mekkah, yang biayanya lumayan besar. Beda halnya dengan motivasi haji berbasis ekonomi, hal ini lebih dilakukan karena ingin sepulang dari haji usaha yang digeluti semakin maju dan lancar, juga semakin dipercaya oleh para konsumen.

Motivasi-motivasi tersebut tidak berada pada posisi saling terpisah, tetapi berkait kelindan antara yang satu dan yang lainnya. Ada haji pedagang yang memiliki tiga motivasi sekaligus dalam melaksanakan ibadah haji, yaitu motivasi sosial, agama, dan ekonomi. Hal ini dinyatakan oleh Hj. Risa yang menuturkan bahwa keinginannya untuk melakukan ibadah haji ke tanah suci Mekkah, dikarenakan untuk menunaikan ibadah haji yang menjadi kewajiban umat muslim jika mampu, sebagaimana terdapat dalam ajaran normatif Islam. Selain itu juga agar dia dan keluarganya lebih dihormati, disegani, *diwongke* jika berada di tengah-tengah masyarakat, sebagaimana terjadi pada orang-orang yang telah menjalankan ibadah haji lainnya. Selain itu, ibadah haji yang dilakukan juga berorientasi pada motif ekonomi. Ada dua wilayah “ekonomis” yang dapat dimanfaatkan oleh haji pedagang, yaitu ketika masih di tanah suci Mekkah dan ketika telah kembali berjualan. Berdasarkan adanya keyakinan bahwa berdoa di depan ka’bah akan dikabulkan oleh Allah, maka haji pedagang dalam doanya memohon kepada Allah agar usahanya lancar. Dan ketika kembali berjualan, maka gelar haji menjadi investasi kepercayaan kepada para calon konsumennya.

Berbagai motivasi Hj. Risa tersebut, memicu dia untuk selalu ingin menunaikan ibadah haji setiap tahun sekali, demi mensakralkan atau mengokohkan keadaan yang dialaminya, agar tidak cepat termakan oleh ruang dan waktu. Ketika melihat sikap antusiasme tersebut, tampak nyata bahwa nilai-nilai ibadah haji telah mengalami peran lain. Di satu sisi menjadi legitimasi dalam kancah sosial, instrumen dalam mendatangkan banyak uang atau materi, dan menampakkan semua itu dengan olesan religiusitas kehajian yang belum tentu menghadirkan keharmonisan antara lahiriyah dan batiniyah.

Akan tetapi, selain hal tersebut di atas, juga terdapat beberapa haji pedagang yang memang termotivasi menunaikan ibadah haji

dikarenakan salah satu faktor dari tiga motivasi di atas. Seperti halnya ibu Hj. Daryati dan pak H. Damiri yang memiliki motivasi religius, semua itu karena didorong oleh spirit ingin menunaikan ibadah haji demi menyempurnakan rukun Islam yang kelima. Hasrat itu telah hadir sejak masa kanak-kanak dan juga ingin lebih mendekatkan diri pada Allah. Tetapi, sepias juga terbesit motivasi ekonomi dalam diri mereka agar diberi keberkahan dalam menjalankan usahanya. Namun demikian, sekali lagi perlu ditekankan, bahwa walaupun pada awalnya motivasi menjalankan ibadah haji karena kesadaran keagamaan, yaitu menjalankan rukun Islam yang terakhir, haji pedagang juga akan mendapatkan fungsionalisasi haji lainnya. Tidak sekedar keagamaan saja, tetapi juga fungsionalisasi secara ekonomi, sosial, dan budaya.

Berangkat dari beberapa deskripsi di atas, memang mayoritas orang yang menunaikan ibadah haji ke Mekkah, sedikit kemungkinan untuk mengantongi satu motivasi belaka. Barangkali hal itu terjadi hanya bagi masyarakat-masyarakat yang memiliki nilai-nilai religiusitas yang mapan, bukan sebaliknya masyarakat yang sudah mengalami kemapanan dalam aspek ekonominya dan memiliki status sosial tinggi, baik dunia politik. Ada kemungkinan, jika orang yang sering kali menunaikan ibadah haji, atau pun masih menaruh hasrat, seperti Hj. Risa, bisa diperkirakan agar dianggap oleh masyarakat telah memiliki kemapanan dalam hal ekonomi, sehingga mampu melakukan haji berkali-kali. Disadari atau tidak, status sosialnya di masyarakat akan terbilang mendapatkan “penghargaan atau *reward*” secara sosial kemasyarakatan. Kenyataan ini nantinya tidak jauh beda dengan apa yang disebut oleh Komaruddin Hidayat sebagai *bedonisme religius*, yakni melakukan ibadah haji hanya karena kesenangan pribadi semata.

Ketika agama sudah beroperasi dalam realitas sosial, maka yang akan terjadi adalah negosiasi antara *worldviews* masyarakat dengan pemahaman dan penghayatan terhadap agama. Keduanya secara dialektis akan saling mempengaruhi dan memberi warna. Mungkin saja motivasi untuk melakukan haji yang dimiliki Hj. Risa karena dipengaruhi juga pandangan dia sebagai seorang Jawa. Ibadah haji yang mengalami proses akulturasi atau adaptasi dengan masyarakat setempat, tentunya juga akan mempengaruhi sejauh mana masyarakat tersebut dapat memahami dan merealisasikan ibadah haji sesuai orientasi haji sebenarnya. Karena ibadah haji di sini mencoba dipahami dan dialami oleh para pedagang, khususnya pedagang muslim batik di pasar Beringharjo Yogyakarta, maka secara implisit akan terjadi penginterpretasian seintens mungkin

oleh mereka terhadap peran haji bagi usaha mereka kedepan. Ketika sudah menemukan titik poin tertentu dari ibadah haji, seperti dapat meningkatkan daya ekonomi, mendatangkan status sosial religius dalam berdagang; dianggap lebih amanah, disegani dan dihormati, maka mereka bisa dipastikan berupaya sekuat mungkin untuk segera melakukan ibadah haji, demi spirit atau motivasi yang dihasilkan atas dasar interpretasi terhadap peran ibadah haji bagi usaha mereka tersebut. Seperti halnya yang disampaikan oleh ibu Hj. Yanti, bahwa motivasinya menunaikan ibadah haji untuk yakni melaksanakan rukun Islam yang kelima. Namun demikian, ternyata ibadah haji yang dia lakukan juga berdampak positif terhadap kehidupan sehari-harinya, yaitu menjadi “lebih *sumeleh* dalam bergaul dan *tidak ngongso*” dalam mencari ekonomi.

Simbol-simbol Haji dalam Aktifitas Perdagangan

Manusia pada hakikat merupakan kandungan dari berbagai simbol-simbol. Dengan hadirnya simbol-simbol dalam aktifitas kehidupan manusia, hal ini membantunya untuk menggambarkan sesuatu yang tidak dapat terwakilkan oleh bahasa, baik dalam ucapan maupun tulisan. Seringkali, dunia simbol-simbol mensakralkan dan disakral sesuatu untuk maksud tertentu. Begitu pula dengan realitas sosial masyarakat yang dipenuhi oleh simbol-simbol. Terkadang, asesoris atau pakaian yang menutupi seluruh badan manusia dapat menjadi sebuah simbol tertentu untuk menyampaikan sebuah pesan yang dianggap berharga oleh penciptanya kepada yang lain. Komunikasi interaksi simbolik ini merupakan wahana dalam realitas sosial untuk menjalin suatu hubungan atau menawarkan sesuatu lewat medium simbolik yang didalamnya telah terkandung berbagai konsep-konsep. Jika apa yang ingin disampaikan oleh pencipta simbol tersebut tidak sepaham dengan yang diharapkan atau terdapat kesenjangan, tentunya pesan yang ingin disampaikan tidak akan bisa dipahami.

Dengan simbol, para haji pedagang batik di pasar Beringharjo Yogyakarta dapat mengkomunikasikan apa yang menjadi harapan mereka kepada konsumen, dengan harapan konsumen dapat sepaham dengan harapan yang dikandung oleh simbol-simbol tersebut. Hal ini tampak nyata dalam penggunaan gelar haji oleh Bapak Naim. Sebenarnya dia bukan seorang haji karena belum berhaji. Akan tetapi, karena istrinya sudah menunaikan ibadah haji, dia beranggapan bahwa dia boleh mencantumkan nama haji di depan namanya. Anggapan tersebut didasarkan pada asumsi bahwa jika salah satu suami istri telah

ada yang menunaikan ibadah haji, maka istri atau suaminya yang tidak ikut menjalankan ibadah biasanya juga dipanggil haji atau hajjah. Berdasarkan alasan tersebut, H. Naim menyematkan identitas haji pada namanya yang dipajang di toko batiknya. Simbol haji yang digunakan Bapak Naim mungkin saja memiliki arti yang beragam. Bagi orang yang mengerti kondisi yang sebenarnya mungkin akan menganggap bahwa itu sekedar budaya saja, tetapi mungkin akan berubah sama sekali jika yang melihatnya seorang konsumen yang tidak mengetahui kondisi riil H. Naim. Mungkin bagi konsumen, gelar haji tersebut merupakan simbol ketaatan dan keparipurnaan dalam berislam, tetapi bagi H. Naim sendiri selain mungkin karena budaya, juga ada motif bisnis di dalamnya. Sikap yang ditunjukkan oleh pak H. Naim yang meng-"halal"-kan unsur kesakralan haji menjadi instrumen dalam dunia interaksi simbolik untuk kepentingan subjektif telah membuktikan akan signifikansi dunia simbol. Bagi H. Naim, dunia simbol merupakan sarana komunikasi yang cukup efisien dan memiliki daya tarik sendiri antara konsumen dengan produsen

Pakaian pun juga dapat menjadi sebuah simbol dalam berinteraksi sosial. Hal ini mencoba ditampakkan oleh salah satu haji pedagang di pasar Beringharjo Yogyakarta, yakni H. Damiri dan Hj. Daryati. Meskipun mereka juga menyematkan titel haji di papan nama tokonya, tetapi lebih dari itu, mereka juga menggunakan simbol-simbol lain dalam menarik perhatian konsumen. Salah satunya adalah pakaian. Dengan berpakaian baju muslim, seperti peci dan kerudung, serta baju koko, dipakai oleh mereka sebagai sarana simbolik dalam menjalin hubungan dengan konsumen, agar memiliki nilai-nilai kesopansantunan dan wujud rasa hormat kepada konsumen dengan sikap dan tindakan yang ditampakkan. Semua itu dilakukan agar terjadi kesamaan pemahaman antara produsen dan konsumen, sehingga melahirkan transaksi jual beli berdasarkan atas interaksi simbolik.

Selain pakaian, sikap pun menjadi media simbolik yang ditunjukkan oleh ibu Hj. Yanti dan ibu Hj. Risa. Mereka juga mencamtumkan identitas kehajiannya pada papan nama toko batiknya. Akan tetapi, simbol pakaian, sikap, dan tata cara berbicara juga menjadi saran mereka dalam menarik konsumen. Seperti halnya ibu Hj. Yanti, dengan menggunakan pakaian muslim serta berkerudung, dia menawarkan pakaiannya kepada konsumen. Akan tetapi, simbol dari sikap yang ditampakkannya tidak lepas dari konsep pemikirannya dalam berdagang, yakni *lebih sumeleh dan tidak ngongso*. Cermin yang digambarkan

secara tindakan olehnya tidak lebih pada prinsip dagang yang menjadi komitmennya, meskipun telah menggunakan titel haji sebagai mediasi pembantu dalam melariskan dagangannya.

Beda halnya dengan ibu Hj. Risa yang lebih menjadikan sikap antusiasme dan penuh spirit sebagai simbol akan kesungguhannya dalam menarik perhatian konsumen. Tindakan simbolik tersebut lebih menegaskan akan komunikasi abstrak yang diciptakan oleh ibu Hj. Risa dalam menciptakan transaksi jual beli sesuai dengan harapannya, sehingga mencoba memancing para konsumen untuk mengharmoniskan cara pandangnya yang berujung pada kesuksesan dan kebahagiaan. Namun, ketika tidak selaras terkait dengan pesan tersembunyi tersebut, maka kekecewaan tentunya akan dirasakan oleh ibu Hj. Risa. Medium haji telah menjadi sarana simbolik yang terbilang mujarab, keramat, sakral, dan manjur dalam menarik konsumen. Pada titik ini telah tercipta interaksi simbolik antara simbol-simbol yang diciptakan oleh ibu Hj. Risa, baik dari aspek sikap, cara bicara, titel haji dan pakaian, telah menjadi sarana komunikasi pembantu dalam mensukseskan harapan dagangnya.

Lahirnya berbagai fenomena simbol dalam dunia pedagang yang telah menyandang status haji, menyiratkan pentingnya simbol bagi mereka dalam mensukseskan usahanya. Simbol-simbol tidak hanya berkuat pada satu makna, melainkan memiliki variasi makna tergantung bagaimana orang yang menafsirkannya. Begitu juga dengan pesan simbolik yang ditampakkan oleh para pedagang, secara nyata mereka harus pinter-pinter menciptakan simbol agar konsumen bisa memahami apa yang sebenarnya konsep yang bersemayam dalam simbol tersebut. Ketika pemahaman antara produsen dan konsumen selaras, tentunya hasil yang akan dipetik pun sudah dapat diperkirakan. Beda halnya jika terjadi *miscommunication*, yang terjadi adalah kekecewaan yang berujung kegagalan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada bab-bab sebelumnya, dapat dibuat tiga kesimpulan. *Pertama*, haji pedagang memiliki pemaknaan yang relatif berbeda terhadap ibadah pelaksanaan haji. Berdasarkan hasil penelitian terhadap haji pedagang di Pasar Beringharjo diketahui bahwa sedikitnya haji memiliki empat macam makna, yaitu: (a) makna normatif; (b) ibadah haji merupakan jaminan bagi terkabulkannya doa; (c) haji merupakan simbol atas status sosial dan kultural yang tinggi; (d) ibadah haji

merupakan jaminan kepercayaan kepada para pembeli. *Kedua*, penciptaan aspek-aspek simbolik oleh para haji pedagang di Pasar Beringharjo dilatarbelakangi oleh tiga hal, yaitu latar belakang kultural, sosial, dan ekonomi. *Ketiga*, pelebaran, pergeseran dan perluasan makna haji sebagaimana telah disebutkan pada point pertama, dan penggunaan simbol-simbol haji sebagai manifestasi dari kesadaran kultural, sosial, dan ekonomi sebagaimana telah dijelaskan pada point kedua diatas, merupakan hasil dari perbedaan cara memahami dan menghayati agama pada satu sisi, dan kepentingan-kepentingan non agama pada sisi yang lain. Dalam memahami dan menghayati konsep haji, ada tiga hal yang mempengaruhinya, yaitu latar belakang keagamaan, *worldviews* sebagai orang Jawa, dan posisinya sebagai pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Moeslim. 1998. "Ritual yang Terbelah: Perjalanan Haji dalam Era Kapitalisme Indonesia," dalam *Jalan Baru Islam: Memetakan Paradigma Mutakhir Islam Indonesia*, Mark R. Woodward (ed.). Bandung: Mizan.
- Abdurrahman, Moeslim. 2009. *Bersujud di Baitullah: Ibadah Haji, Mencari Kesalehan Hidup*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Bachtiar, Harsja W. "The Religion of Java: A Commentary Review" dalam *Majalah Ilmu-ilmu Sastra*, 5, 1, 1973.
- Berger, Peter dan Thomas Luckmann. 1991. *Langit Suci. Agama sebagai Realitas Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Bin Baz. 2004. *al-Hajj wa al-'Umrah wa al-Ziyarah*, Madinah al-Munawwarah: Wizarah al-Syu'un al-Islamiyyah.
- Bin Hamad as-Sakakir, Abdullah. 2007. *Fiqih Haji Kontemporer*. Yogyakarta: Samodra Ilmu.
- Bonnet, Marcel. 1982. *The Social Influence of Islam: The Santri Communities of Javanese Kauman*, Working Paper. Bielefeld: University of Bielefeld, Germany.
- Castle, Lance. 1967. *Religion, Politics, and Economics Behaviour in Java: Kudus Cigarettes Industry*. Yale: Yale University Southeast Asian Study.
- Craib, Ian. 1994. *Teori-Teori Sosial Modern; Dari Parsons sampai Habermas*, diterjemahkan Paul S. Baut dan T. Affendi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dhofier, Zamakhsyari. "Dampak Ekonomi Ibadah Haji di Indonesia," dalam *Prisma*. No. 4, April 1984, Tahun XIII.

- Dijk, Kees van. 1997. *Perjalanan Jemaah Haji Indonesia*. Jakarta: INIS.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books Inc. Publication.
- Geertz, Clifford. 1981. *Abangan, Santri, Priyayi dalam Masyarakat Jawa*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Geertz, Clifford. 1964. *The Religion of Java*, Edisi Pertama Free Press Paperback. London: Free Press of Glence.
- Hidayat, Komaruddin. 2000. "Pengantar: Dari Pondok Indah ke Makkah al-Mukarramah", dalam Nurcholish Madjid, *Perjalanan Religius Haji dan Umrah*, Jakarta: Paramadina.
- Hurgronje, C. Snouck. 1970. *Mekka in the Latter Part of the 19th Century*. Leiden: E.J. Brill.
- Ichwan, Moch Nur. "Governing Hajj: Politics of Islamic Pilgrimage Services in Indonesia Prior to Reformasi Era," dalam *Al-Jami'ah*. Volume 46, No. 1, 2008 M/1429 H.
- Madjid, Nurcholis. 2000. *Perjalanan Religius Umrah dan Haji*. Jakarta: Paramadina.
- Muhtarom, Zaini. 1988. *Santri dan Abangan di Jawa*. Jakarta: INIS.
- Mulder, Niels. 2001. *Mistisisme Jawa, Ideologi di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. I. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nakamura, Mitsuo. 1983. *Bulan Sabit Muncul dari Balik Pohon Beringin: Studi tentang Pergerakan Muhammadiyah di Kotagede, Yogyakarta*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Neil, R. Van. 1960. *The Emergence of the Modern Indonesian Elite*. The Hague dan Bandung: W. van Hoeve Ltd.
- Nicholson, R. A. 1975. *The Mystics of Islam, An Introduction to Sufism*. New York: Schocken Books.
- Putuhena, M. Saleh. 2007. *Historiografi Haji di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS.
- Raji, Rasheed A. "Socio-economic and Political Uses of The Hajj (Pilgrime) in Nigeria," dalam *Hamdard Islamicus*. Vol. XI/Number 4/Winter 1988.
- Ricklef, M.C. "The Birth of the Abangan" dalam *Bijdr. Bijdragen: Tot de taal-, Land-En Volkenkunde*, 2006.
- Schimmel, Annemari. *The Mystical Dimentions of Islam*. Chapel Hill: University of North California Press.

- Syari'ati, Ali. 2009. *Haji*. Jakarta: Pustaka.
- Syari'ati, Ali. 2010. *Makna Haji*. Jakarta: Zahra.
- Turner, Victor. 1982. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, New York: Cornell University Press.
- Syari'ati, Ali. 1967. *The Forest of Symbols*, London: Cornell University Press.
- Wiltox, Marcel. 1997. *Mempertaruhkan Jiwa dan Harta Jemaah Haji dari Hindia Belanda pada Abad ke-19*. Jakarta: INIS.
- Woodward, Mark R. 2008. *Islam Jawa: Kesalehan Normatif dan Kebatinan*. Yogyakarta: LKiS.