

**KRITIK TERHADAP KONSUMERISME DALAM PEMIKIRAN
FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG
SURYOMENTARAM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam

Oleh:

SHINTA NURZIANA

NIM: 1804016033

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Nurziana

NIM : 1804016033

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul KRITIK TERHADAP KONSUMERISME DALAM PEMIKIRAN FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG SURYOMENTARAM adalah benar merupakan karya saya sendiri dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab. Kutipan-kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipannya dalam skripsi.

Semarang, 22 Juni 2022



Shinta Nurziana
NIM: 1804016033

**KRITIK TERHADAP KONSUMERISME DALAM PEMIKIRAN
FILSAFAT ILMU JIWA (KAWRUH JIWA) KI AGENG
SURYOMENTARAM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora
Jurusan Aqidah dan Filsafat Islam

Oleh:

SHINTA NURZIANA

NIM: 1804016033

Semarang, 15 Juni 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing II

Ibnu Farhan, M. Hum.

NIP.198901052019031011

Pembimbing I

Dr. Safii, M. Ag.

NIP.196505061994031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi atas di bawah ini:

Nama : Shinta Nurziana

NIM : 1804016033

Judul : Kritik terhadap Konsumerisme dalam Pemikiran Filsafat Ilmu Jiwa (*Kaveruh Jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang pada tanggal 27 Juni 2022 dan telah diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Agama dalam Ilmu Ushuluddin dan Humaniora.

Semarang, 4 Juli 2022

Sekretaris Sidang/Penguji II



Tsuwaibah, M. Ag.
NIP. 197207122006042001

Ketua Sidang Penguji I



Muhtarom, M. Ag.
NIP. 196906021997031002

Penguji III



Wawahsadhya, M.Phil.
NIP. 198704272019032013

Penguji IV



Winarto, M.S.I.
NIP. 198504052019031012

Pembimbing I



Dr. Safii, M. Ag.
NIP. 196505061994031002

Pembimbing II



Ibnu Farhan, M. Hum.
NIP. 198901052019031011

MOTTO

“Salumahing bumi sakurebing langit punika boten wonten barang ingkang pantes dipun aya-aya, dipun padosi utawi dipun ceri-ceri, dipun tampik, jalaran barang ingkang saged kecepang sarana pangaya-aya punika boten murugaken beja, nanging namun murugaken bingah sakedap, lan kosokwangsulipun barang ingkang dipun ceri-ceri, nanging mekso kacepeng, puniko boten murugaken cilaka, nanging namung murugaken sisah sakedap”

Artinya; “Di atas bumi dan di kolong langit ini tidak ada barang yang pantas dicari, dihindari atau ditolak secara mati-matian, sebab barang yang bisa didapatkan secara mati-matian itu tidak akan mendatangkan kebahagiaan, namun hanya mendatangkan kesenangan yang sebentar (semu), dan sebaliknya barang yang dihindari atau ditolak secara mati-matian tidak akan mendatangkan celaka, namun hanya mendatangkan susah yang sebentar (semu)”

(Ki Ageng Suryomentaram)

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang (al-) disengaja secara konsisten agar sesuai dengan teks Arabnya.

1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	'
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab sama seperti vocal dalam Bahasa Indonesia yang terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat. Transliterasinya sebagai berikut:

Arab	Nama	Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dhammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf transliterasinya gabungan huruf yaitu :

Arab	Nama	Latin
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Kasrah dan wawu</i>	Au

c. Bacaan Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Arab	Nama	Latin
أُ	<i>Fathah dan Alif atau ya</i>	Au
أِي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ai
أِيْ	<i>Dhammah dan wawu</i>	Iy

d. Ta Marbutah

Transliterasinya ta marbutah ada dua, yaitu :

1) Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah t.

2) Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmaanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Kritik terhadap Konsumerisme dalam Pemikiran Filsafat Ilmu Jiwa (*Kawruh Jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram” sebagai pemenuhan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata (S1) Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang. Shalawat serta salam juga tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan kita, dan semoga pada hari kiamat nanti kita termasuk golongan umat yang diberi syafa’atnya.

Penulisan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari adanya motivasi, bimbingan, dan bantuan dari berbagai macam pihak, maka dari itu penulis mengucapkan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Hasyim Muhammad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Muhtarom, M.Ag selaku Ketua Prodi Aqidah dan Filsafat Islam dan Ibu Tsuwaibah, M.Ag selaku sekretaris Prodi Aqidah dan Filsafat Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Safii, M. Ag dan Bapak Ibnu Farhan, M. Hum., Dosen Pembimbing I dan Bapak Ibnu Farhan, M. Hum. Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Machrus, M. Ag selaku Wali Dosen studi yang memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Tri Utami Oktafiani, M. Phil yang telah bersedia menjadi konsultan penulis dalam pengerjaan skripsi ini, dan kepada seluruh Dosen FUHUM yang telah

memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

7. Kedua orangtua tercinta Bapak Subiyanto dan Ibu Murti Rumiya yang selalu memotivasi dan mendukung penulis dari segala aspek dan tanpa hentinya melantunkan doa untuk segala hal baik bagi penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan semua tugas akademik.
8. Kedua adikku Alm. Muhammad Wildan Al-Hikam yang telah mengajarkan ketabahan dan keikhlasan dalam sakit dan indahnya rasa kehilangan, serta Galih Satriyo Nugroho yang selalu menghibur, semoga segala cita-cita dan harapanmu selalu dimudahkan oleh Allah SWT.
9. Ditujukan kepada Alfin NH, terima kasih sudah bersedia mendengarkan keluh kesah penulis, terima kasih juga atas doa, dukungan dan segala hal yang telah memberikan inspirasi, serta dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kontrakan Villa Ngaliyan Permai Blok G3 (Mbak Dini, Mbak Mimin, Kak Ayu, Mbak Farida, Mbak Irma, Mbak Lilis, Mbak Zayin, Mba Azizah, Mba Iza, Ulya, Mara dan Mayra) yang banyak memberikan pelajaran, menghadirkan kebahagiaan dan kesedihan, serta menemani dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman AFI angkatan 2018, terlebih pada teman-teman PETA yang telah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran terutama kepada Dewinta Indah R., Desi R., Sedyo P., M. Faishal D.H., dan Ahmad Fatkhur Rohman yang selalu bersedia berdiskusi, memberikan pemahaman, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih kepada keluarga IKAMI Semarang yang sudah bersedia menjadi rumah kedua, senantiasa memberikan motivasi kepada penulis, dan HMJ AFI periode 2018-2019 yang memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran moral, sosial, serta spiritual.
13. Terakhir ucapan kepada diri sendiri, terima kasih sudah berusaha kuat dalam segala keadaan, sabar dalam segala proses, dan ikhlas dalam segala hasil.

Terima kasih juga atas sebagian pencapaian yang telah diraih selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

Penulis juga menyadari dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan sangat mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun serta memberikan motivasi agar penulis dapat memperbaiki skripsi ini. Semoga kedepannya skripsi ini dapat berguna bagi penulis serta bermanfaat kepada pembaca dan peneliti selanjutnya, Aamiin.

Semarang, 13 Juni 2022

Penulis,

Shinta Nurziana

NIM. 1804016033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
DEKLARASI KEASLIAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
TRANSLITERASI.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK	xiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Sumber Data.....	14
3. Teknik Pengumpulan Data.....	16
4. Teknik Analisis Data.....	17
F. Sistematika Penulisan	18

BAB II: PEMIKIRAN FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG SURYOMENTARAM

A. Biografi Ki Ageng Suryomentaram	20
1. Kehidupan Ki Ageng Suryomentaram	20
2. Karya-karya Ki Ageng Suryomentaram.....	26
a) Buku berbahasa Indonesia.....	27
b) Buku berbahasa Jawa	28
B. Deskripsi Filsafat Ilmu Jiwa (<i>Kawruh Jiwa</i>) Ki Ageng Suryomentaram	31
1. Analisis Deskriptif Filsafat Ilmu Jiwa (<i>Kawruh Jiwa</i>) Ki Ageng Suryomentaram	31
2. Komposisi dan Pelengkap <i>Kramadangsa</i>	34
3. Aku Bukan <i>Kramadangsa</i> : Langkah Awal Menuju Tingkatan Tertinggi pada Dimensi Jiwa Manusia.....	41
4. <i>Manungsa Tanpa Tenger</i> sebagai Dimensi Tertinggi Jiwa Manusia.....	42
C. Pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang Berkaitan dengan Konsumerisme	43
1. <i>Kawruh Pangupajiwa</i>	43
2. <i>Pangawikan Pribadi</i>	46
3. <i>Raos Ajrih</i>	50
4. <i>Mawas Diri</i>	54

BAB III: WACANA KONSUMERISME DALAM KAJIAN FILSAFAT

A. Sejarah dan Definisi Konsumerisme.....	57
1. Konsumsi	57
2. Masyarakat Konsumsi.....	63
3. Sejarah Konsumerisme.....	68
B. Faktor Pendorong Konsumerisme	72
1. Hedonisme	72
2. Materialisme.....	76
C. Tipologi Konsumerisme dan Dampak Konsumerisme	81
1. Tipologi Konsumerisme.....	81

2. Dampak Konsumerisme	83
------------------------------	----

**BAB IV: KRITIK TERHADAP KONSUMERISME DALAM PEMIKIRAN
FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG
SURYOMENTARAM**

A. Wacana Konsumerisme dalam Kajian Filsafat Jiwa Ki Ageng Suryomentaram	87
1. Latar belakang konsumerisme perspektif Ki Ageng Suryomentaram	87
2. <i>Kramadangsa</i> sebagai Akar dari Konsumerisme.....	92
A. Solusi untuk Mengurangi Belenggu Konsumerisme dalam Perspektif Ki Ageng Suryomentaram.....	95
1. Solusi untuk menghambat perkembangan konsumerisme	95
2. Penyucian <i>kramadangsa</i> sebagai upaya muhasabah diri	96
B. Tipologi Konsumerisme dalam Perspektif Ki Ageng Suryomentaram.....	98
1. Tipe konsumerisme Ki Ageng Suryomentaram.....	98
2. Faktor Pendorong Konsumerisme Ki Ageng Suryomentaram	99

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA.....	104
----------------------------	------------

ABSTRAK

Konsumerisme merupakan salah satu aktivitas dari kehendak manusia yang berangkat dari motorik jiwa dengan mengaktualisasikan apa yang dirasakan untuk memenuhi segala keinginannya. Fenomena konsumerisme yang saat ini menggurita berhasil menjerat manusia pada lingkaran kehidupan konsumtif, sehingga jiwa manusia akan diperbudak oleh keinginan tersebut. Permasalahan tersebut bisa ditangani dengan mempelajari jiwa sebagai bentuk muhasabah diri, salah satu tokoh Nusantara yang mengkaji ilmu jiwa ialah Ki Ageng Suryomentaram. Penelitian ini memiliki dua rumusan masalah, yaitu: 1). Bagaimana pemikiran filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram? 2). Bagaimana analisis filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram pada fenomena konsumerisme?. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bahwa filsafat ilmu jiwa yang telah diajarkan oleh Ki Ageng Suryomentaram relevan untuk menghadapi permasalahan kontemporer yang dialami oleh masyarakat modern. Skripsi ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif dengan jenis *Library Research*. Pengumpulan datanya menggunakan metode dokumentasi, sedangkan analisisnya menggunakan metode deskriptif dan *content analysis* untuk menelaah dan menarik kesimpulan yang sah dari sumber penelitian. Hasil dari penelitian ini yaitu; Filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram menyatakan bahwa kendali tindakan manusia ada pada *kramadangsa*, dan tingkatan tertinggi jiwa manusia adalah *manungsa tanpa tenger*. Konsumerisme dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram merupakan representasi tindakan manusia yang berhasil dinahkodai oleh aku *kramadangsa* yang termasuk dalam tipe *Consumerism* dan *Anti-consumerism*. Ki Ageng Suryomentaram juga memberikan solusi untuk mengurangi belenggu konsumerisme yaitu dengan mempelajari diri sendiri, latihan untuk mengawasi diri sendiri, menerapkan rumus *Nem-Sa: Sakepenake, Sabutuhe, Saperlune, Sacukupe, Samesthine, Sabenere*.

Keyword: *Konsumerisme, kawruh jiwa, kramadangsa, manungsa tanpa tenger.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam filsafat dikaji secara mendalam tentang unsur dan fungsi hidupnya. Filsafat manusia merupakan salah satu cabang dari filsafat yang fokus pembahasannya tertuju pada hakikat dan esensi manusia.¹ Pada dasarnya filsafat secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, kata *philos* yang berarti cinta dan *sophia* berarti kebijaksanaan. Filsafat juga dapat diartikan sebagai suatu refleksi perenungan diri untuk mencapai suatu kebijaksanaan atau kebenaran.² Dengan demikian kajian dalam filsafat manusia meliputi seluk beluk dan segala aspek yang berkaitan dengan manusia.

Manusia dikaruniai akal untuk berfikir, salah satu poin penting yang membedakannya dengan ciptaan Tuhan yang lain. Selain itu manusia juga memiliki sifat dasar yang dimiliki oleh jin yaitu hawa nafsu, sekaligus memiliki sifat dasar malaikat yaitu patuh untuk beribadah, hal tersebut yang membuat manusia disebut dengan makhluk yang paling sempurna diantara makhluk lain. Potensi intelektual dan spiritual yang dimiliki oleh manusia harus berjalan dengan seimbang, karena keduanya memiliki kesinambungan yang akan memberikan pemahaman universal atas dirinya, lingkungannya, dan Tuhannya.

Dalam sejarah peradaban, kehidupan manusia tidak terlepas dari aspek ekonomi, sosial, dan spiritual. Dari masa ke masa manusia akan mengalami perkembangan yang signifikan sejalan dengan pemikiran dan perkembangan zaman. Semakin maju era globalisasi maka kebutuhan sekaligus permasalahan manusia semakin kompleks. Salah satunya dari

¹Zainal Abidin, *Filsafat Manusia: Memahami Manusia melalui Filsafat*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, h. 3.

²Zaprul Khan, *Filsafat Ilmu: Sebuah Analisis Kontemporer*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015, h. 2.

aspek sosial ekonomi. Kebutuhan manusia dahulu hanya selingkup *sandang, pangan, dan papan*. Namun saat ini manusia semakin rakus, pemenuhan konsumsinya tidak hanya terkait kebutuhan primer yang sebelumnya telah disebutkan. Manusia yang sudah benar-benar candu akan merasa puas jika dapat mengonsumsi apa saja terlebih jika komoditi itu sedang digandrungi oleh banyak orang.

Menjamurnya fenomena konsumerisme sangat terlihat, apalagi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berkembangnya pola konsumsi manusia saling berkaitan dengan perkembangan teknologi, sebagai contoh media sosial merupakan salah satu teknologi yang memberikan segala informasi tentang produk, narasi-narasi diciptakan dengan begitu persuasif untuk menarik minat manusia atas suatu barang ataupun jasa. Manusia yang semakin mendambakan segala sesuatu dengan cara yang efisien untuk memenuhi kebutuhannya cenderung memicu timbulnya sifat konsumtif atau daya beli yang tinggi. Mirisnya, manusia dengan mudahnya termakan oleh simulasi yang diciptakan oleh media karena mengalami krisis rasional dalam mengkritisi dan menghadapi problem kehidupan.

Konsumerisme adalah gaya hidup konsumtif yang didasarkan pada peningkatan jumlah konsumsi manusia.³ Konsumerisme juga dapat dipahami sebagai pola konsumsi berlebihan yang merumuskan gaya hidup untuk memperoleh hasil produk yang tidak diperlukan yang pada akhirnya akan membuat manusia terjatuh dalam akuisisi belanja dan mengambil identitas mereka dari barang baru.⁴ Dalam perspektif Jean Baudrillard pola konsumsi masyarakat postmodern ditujukan untuk kepemilikan komoditas sebanyak-banyaknya tanpa mempertimbangkan apa esensinya, hal tersebut terjadi sebab manusia saat ini gila akan citra dan tanda.⁵ Manusia akan

³Yolanda Stellarosa, *Kecanduan Belanja: Budaya Konsumerisme dalam Teks*, Tangerang: Indigo Media, 2020, h. 59.

⁴Abdur Rohman, "Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa", *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. 24 No. 2, 2016, h. 240.

⁵Indra Setia Bakti, dkk., "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard", *Jurnal Sosiologi USK*, Volume 13, Nomor 2, 2019, h. 159.

merasa bangga dengan komoditas yang dimilikinya, semakin tinggi nilai komoditas maka semakin tinggi pula citra yang didapatkannya.

Merambahnya fenomena konsumerisme nampak pada bulan ramadhan sampai menjelang Hari Raya Idul Fitri. Pada Awalnya, transaksi jual beli pada bulan suci Ramadhan sudah ada sejak tahun 1596 di kerajaan Banten. Namun, seiring berkembangnya kemajuan globalisasi di Indonesia konsumsi tersebut semakin meningkat setiap tahunnya.⁶ Hari raya idul fitri yang berarti “kembali suci” dimaknai dengan pembelian pakaian yang serba baru oleh masyarakat, alih-alih mendapatkan kebenaran kesucian yang diharapkan, masyarakat malah terperosok dan terjebak dalam budaya konsumerisme. Selain itu, melonjaknya harga sembako kerap kali menyebabkan masyarakat melakukan *panic buying* yaitu sistem belanja yang dilakukan dengan skala besar karena rasa kekhawatiran akan keterbatasan waktu dan kesediaan barang.⁷

Gambaran lain dari konsumerisme yang saat ini merajalela adalah penggunaan aplikasi online sebagai instrumen pemenuhan hasrat berbelanja. Shopee, Lazada, Tik-Tok, dan Tokopedia merupakan beberapa *market place* yang digemari. Gerai tersebut banyak memberikan layanan yang digaugi manusia seperti diskon, cashback, voucher, bahkan ada waktu yang disakralkan untuk menggait konsumen dengan istilah “Shopee 4.4/ WIB (Waktu Indonesia Belanja)”. Ketertarikan manusia terhadap komoditas sangat besar, terlebih jika komoditas tersebut memiliki *brand* yang terkenal. Pengaruh media berperan aktif untuk merekrut konsumen, iklan dan harga yang ditawarkan berhasil menghipnotis konsumen. Hasrat dan keinginan manusia memang tidak berkesudahan, manusia memiliki beberapa catatan dalam kehidupannya. Salah satunya adalah harta benda,

⁶Radityo Luthfi Fadhil, “Idul Fitri sebagai Gejala Konsumerisme”, e-Proceeding of Art & Design: Vol. 3, No. 2, 2016, h. 6-7.

⁷Astrid Veranita Indah dan Awal Muqsith, “*Panic Buying*: Konsumerisme Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi COVID-19 Perspektif Psikoanalisis Jacques Lacan”, *Jurnal Filsafat*, Vol. 31, No. 1, 2021, h. 32.

hasrat untuk memiliki harta dan benda selalu meningkat dari waktu ke waktu. Hal tersebut yang memancing perilaku konsumtif berlebihan.

Hegemoni industri komersial berhasil menggerakkan manusia pada lingkaran kehidupan konsumtif sampai akhirnya menjadi kultur. Konsumerisme memiliki sifat korosif yang pada tingkatan lebih parah akan menimbulkan dehumanisasi dan munculnya kelas sosial. Manusia yang sudah terpenjara dengan dogma konsumerisme akan selalu haus untuk mengkonsumsi apapun, hal tersebut akan memunculkan rasa membanggakan dirinya sendiri dan menganggap remeh orang lain yang akhirnya jatuh pada krisis kemanusiaan. Konsumerisme akan menjadikan manusia sebagai pribadi lain yang terikat dengan atribut, dan mengklasifikasikan dirinya sendiri dalam suatu komunitas untuk memperoleh pujian dan kehormatan. Konsumerisme dapat terlaksana sebab manusia merepresentasikan apa yang ia rasakan, yaitu hasrat untuk memenuhi segala keinginannya.

Rasa yang dimiliki manusia bersifat memanjang dan memendek, artinya setiap kebahagiaan, kesedihan, susah, maupun senang hanya akan dirasakan oleh manusia dengan durasi yang tidak lama. Seharusnya manusia bisa memahami keadaan tersebut supaya tidak gampang terbujuk oleh kesemuan, kekebalan jiwa dan raga sangat dibutuhkan manusia untuk menghadapi hasrat dan keinginannya.⁸ Pada kehidupan masyarakat tradisional, permasalahan terkait pemenuhan kepuasan hasrat manusia sudah ada. Kajian terkait ilmu jiwa sudah dipelajari dan dianalisis sejak dahulu oleh para filsuf seperti pemikiran dari J. Krishnamurti⁹ yang mengemukakan pengetahuan tentang diri sendiri (*self knowledge*) yaitu memahami personalitas batiniah untuk menciptakan sistem sosial yang

⁸Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suyomentaram*, Banten: Javanica, 2018, h. 225.

⁹J. Krishnamurti adalah seorang pemikir kelahiran India pada tahun 1895 dan meninggal pada tahun 1986. Menurutnya perubahan sosial masyarakat dimulai dari perubahan batin individu secara mendalam, sebab manifestasi dari masyarakat adalah wujud setiap individu. Sumber dari Ari Basuki, "Perbandingan antara Pemikiran Karl Marx dengan Pemikiran J. Krishnamurti tentang Perubahan Sosial", *Humaniora*, Vol. 20, No.3, 2008, h. 307.

baik,¹⁰ dan Socrates¹¹ tentang pengetahuan *Gnothi seauton* yang berarti kenalilah dirimu, mencakup pengetahuan tentang esensi manusia yang terdapat pada dirinya sendiri bukan muncul atas embel-embel dari aspek eksternal dirinya.¹²

Terdapat juga para tokoh Nusantara yang mendasarkan beberapa pemikirannya pada jiwa manusia seperti ungkapan Raden Mas Panji Sosrokartono¹³ dalam syair “*Sugih tanpa bandha, digdaya tanpa aji, trimah mawi pasrah, sepi pamrih tebih ajrih*” yang artinya “kaya tanpa harta, kuat tanpa kesaktian, menerima dan pasrah, tanpa pamer tidak perlu takut”. Hal ini berarti bahwa manusia dikatakan kaya dan kuat tidak selalu dengan harta dan mantranya, tetapi kekayaan batin dan jati dirinya sendirilah yang menciptakan kepuasan dalam hal tersebut dengan cara tawakkal dan pasrah tanpa perlu khawatir dengan apa yang orang lain pamerkan.¹⁴ Selain itu, ada Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Arya Mangkunegara IV yang mendasarkan konsep tasawufnya pada pengetahuan dan penguasaan diri manusia.¹⁵

Selanjutnya, terdapat tokoh Nusantara dengan julukan bapak psikologi filosofis dari Jawa yaitu Ki Ageng Suryomentaram yang terkenal dengan ilmu filsafat jiwanya atau dikenal dengan *kawruh jiwa*. Putra ke-55 dari Sultan Hamengkubowono VII tersebut lahir pada tahun 1892 tanggal

¹⁰*Ibid.*, h. 309.

¹¹Socrates merupakan seorang filsuf pada zaman Yunani klasik yang hidup pada tahun 469-399 SM. Objek pemikiran filsafatnya mengarah kepada manusia yang mengkaji aspek jasmaniah dan rohaniah, sebab dari dua aspek tersebut banyak nilai-nilai yang bisa dihasilkan. Socrates meninggal karena dihukum mati dengan cara minum racun pada usia yang ke 70 tahun. Sumber dari Muzairi, *Filsafat Umum*, Yogyakarta: Teras, 2015, h. 63-64.

¹²Fahriansyah, “Antisofisme Socrates”, *Al ‘Ulum*, Vol. 61, No. 3, 2014, h. 26.

¹³Sosrokartono ialah saudara kandung Raden Ajeng Kartini yang menjadi sarjana sastra pertama lulusan Belanda yang berasal dari Jawa, Indonesia. Ia dikenal dengan julukan *djoko pring* dan *mandhor klungsu* yang berarti penjaga inti terdalam. Menurutnya manusia harus *ngoceki* (mengupas) dirinya agar bisa menemukan dirinya sendiri sehingga mencapai manusia tanpa ciri. Sumber dari Sudarmanto Jatman, *Ilmu Jiwa Kaum Pribumi: Pidato Penguahan*, Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro Semarang, 2008, h. 19-21.

¹⁴*Ibid.*, h. 20-21.

¹⁵Siswoyo Aris Munandar, “Ajaran Tasawuf dalam Serat *Wedhatama* Karya K.G.P.A.A Mangkunegara IV”, *Jurnal Kaca Jurusan Ushuluddin STAI Al Fithrah*, Volume 10, Nomor 1, 2020, h. 92-93.

20 Mei.¹⁶ Ki Ageng Suryomentaram tinggal dalam lingkungan keraton yang monoton dan penuh kamufase sehingga membuat Ki Ageng Suryomentaram mulai merasakan kegelisahan dalam dirinya, ia menyadari bahwa setiap orang itu terpenjara dalam kungkungan otoritas lain bahkan atas dirinya sendiri. Akibat dari kejenuhan dan ketidakpuasan atas hidupnya tersebut, ia memilih untuk berhijrah dari lingkungan keraton. Ki Ageng Suryomentaram memilih mengembara untuk menemukan kebahagiaan dalam kehidupan. Dari pengembaraannya tersebut ia merumuskan konsep filsafat rasa yang disebut dengan *Kawruh Jiwa Kramadangsa*.

Manusia secara substansial terdiri dari dua aspek yaitu raga dan jiwa. Sama halnya yang dikemukakan oleh Aristoteles yang menyebutkan tubuh sebagai materi, dan jiwa sebagai bentuk. Begitupun dengan Ki Ageng Suryomentaram yang menyebutkan bahwa manusia itu terdiri dari jiwa dan raga, namun menurut Ki Ageng Suryomentaram jiwa diartikan sebagai rasa yang menjadi faktor penggerak raga.¹⁷ Pemikirannya lebih condong mengkaji tentang rasa pada diri manusia itu sendiri. Rasa atau jiwa memiliki kendali pada raga manusia untuk menentukan aktivitas dalam kehidupannya. Begitu juga dengan kegiatan sosial dan kegiatan konsumsi yang tentu saja berangkat dari rasa ingin manusia, misalnya ingin memiliki barang mewah dan melimpah.

Sejatinya dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram manusia memiliki sebelas catatan kehidupan yaitu; catatan harta benda, catatan kehormatan, catatan kekuasaan, catatan keluarga, catatan golongan, catatan kebangsaan, catatan jenis, catatan kepandaian, catatan kebatinan, catatan ilmu pengetahuan, dan catatan rasa hidup. Dari sebelas catatan tersebut, terdapat tiga catatan yang menjadi prioritas utama dan tuntutan

¹⁶Abdurrahman El-Aishiy, *Makrifat Jawa untuk Semua: Menjelajahi Ruang Rasa dan Mengembangkan Kecerdasan Batin bersama Ki Ageng Suryomentaram*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2011, h. 23.

¹⁷Afthonul Afif, *Matahari dari Mataram: Menyelami Spiritualitas Jawa Rasional Ki Ageng Suryomentaram*, Depok: Kepik, 2012, h. 154-155.

manusia yaitu *semat* (harta benda), *drajat* (kehormatan), dan *pangkat* (kekuasaan).¹⁸ Diri manusia akan terjajah dan diperbudak jika ia mengabdikan dan terobsesi terhadap keinginan tersebut, bahkan akibatnya bisa membuat diri manusia terperosok dalam krisis kemanusiaan dan mengalami degradasi moral. Permasalahan tersebut bisa ditangani dengan pengontrolan rasa ingin.

Untuk memahami rasa dalam diri maka diperlukan ilmu tentang jiwa (*kawruh jiwa*). Tujuan dari *kawruh jiwa* adalah untuk mencapai esensi manusia seutuhnya. Jiwa manusia memiliki empat tahapan dalam perkembangannya yaitu; *Juru catat* diperumpamakan dengan cara hidup bayi yang bisa merasakan tapi belum bisa mengambil tindakan, *catatan* diumpamakan dengan cara hidup anak-anak yang bisa merasakan dan bisa mengambil tindakan atau bereaksi, *kramadangsa* rasa yang mendominasi jiwa manusia dan menuntut untuk selalu memenuhi segala keinginannya, *manungsa tanpa tenger* yaitu manusia tanpa ciri untuk mencapai kebahagiaan sejati.¹⁹

Dari latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, dapat dipahami bahwa aktivitas dan kehendak manusia seperti pola konsumsi berangkat dari motorik jiwa dengan mengaktualisasikan apa yang dirasakan untuk memenuhi segala keinginannya. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian kepustakaan dengan judul **“Kritik terhadap Konsumerisme dalam Pemikiran Filsafat Ilmu Jiwa (*Kawruh Jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram”** untuk mendeskripsikan bahwa filsafat ilmu jiwa yang telah diajarkan oleh Ki Ageng Suryomentaram relevan untuk menghadapi permasalahan kontemporer yang dialami oleh masyarakat modern. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk mengungkapkan bahwa tokoh Nusantara turut berkontribusi dalam kajian keilmuan dalam kehidupan.

¹⁸Abdurrahman El-‘Aishiy, *Makrifat Jawa untuk*, h. 55-57.

¹⁹Ahkamu Rohman, *Pemikiran Humanisme Islam Jawa Ki Ageng Suryomentaram dalam Buku Kawruh Jiwa: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta, 2016, h. 76.*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemikiran filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram?
2. Bagaimana kritik terhadap konsumerisme dalam pemikiran filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram.
- b. Menjelaskan kritik terhadap konsumerisme dalam pemikiran filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi:

a. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam khazanah ilmu pengetahuan dan wacana filsafat nusantara terkait filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram.

b. Secara Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi salah satu sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya yang bertajuk analisis filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram pada ideologi konsumerisme, dan bagi pembaca dapat mengamalkan kajian filsafat jiwa sebagai upaya untuk introspeksi dan pengontrolan diri.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah penelitian sebagai bahan perbandingan terhadap kajian terdahulu dan dimaksudkan untuk menemukan aspek-aspek yang belum dibicarakan. Tinjauan pustaka juga memberikan manfaat dalam rangka memperoleh data dan teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian skripsi ini. Untuk mendukung penelitian yang lebih komprehensif, tinjauan kepustakaan diperlukan sebagai rujukan maupun pembanding penulis agar terhindar dari penulisan yang sama. Berikut beberapa literasi terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian dalam skripsi ini:

Pertama, jurnal berjudul “Aktualisasi Ajaran Ki Ageng Suryomentaram sebagai Basis Pendidikan Karakter” yang ditulis oleh Faisal Kamal dan Zulfa Indra Wahyuningrum tahun 2017.²⁰ Jurnal tersebut bertujuan untuk mengungkapkan relevansi ajaran Ki Ageng Suryomentaram dan penerapannya dalam pendidikan karakter. Metode yang digunakan dalam jurnal adalah metode dokumentasi menggunakan *content analysis*. Sehingga hasil dari penelitian tersebut adalah ajaran Ki Ageng Suryomentaram yang menitik beratkan pada pengetahuan rasa *Kawuh Jiwa* mengajarkan kita untuk menjalani hidup sewajarnya saja dan tidak perlu berlebih-lebihan. Hal tersebut dapat dijadikan rujukan dalam pendidikan karakter, sehingga manusia hendaknya berkarakter jujur, teguh hati, antisipatif, tidak mudah kalah, dan tidak bergantung terhadap orang lain.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Atik Ma’rifatun Afifah tahun 2020 berjudul “Psikologi Humanistik: Victor Frankl dan Ki Ageng Suryomentaram (KAS)”.²¹ Jurnal tersebut bertujuan untuk mengkomparasikan kajian konsep psikologi humanistik Victor Frankl dan

²⁰Faisal Kamal dan Zulfa Indra Wahyuningrum, “Aktualisasi Ajaran Ki Ageng Suryomentaram sebagai Basis Pendidikan Karakter”, *Jurnal I Pancar*, Vol. 1 No. 2, 2017.

²¹Atik Ma’rifatun Afifah, “Psikologi Humanistik: Victor Frankl dan Ki Ageng Suryomentaram (KAS)”, *Nathiqiyah: Jurnal Psikologi Islam*, Vol. 3 No. 1, 2020.

Ki Ageng Suryomentaram. Penelitian dalam jurnal tersebut termasuk penelitian kepustakaan dengan pendekatan hermeneutik. Hasil yang didapatkan dari penelitian ialah dalam pandangan Victor Flank, ia merumuskan tentang konsep kebermaknaan hidup menjadi tiga hal yaitu makna hidup, makna cinta, dan makna penderitaan sebagai bukti integritas manusia yang ditekankan pada hati nurani manusia. Konsep tersebut dapat selaras dengan pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang juga menekankan gagasannya tentang rasa yaitu kebahagiaan. Tiga konsep kebermaknaan hidup Victor Flank dapat dicapai dengan kebahagiaan perspektif Ki Ageng Suryomentaram.

Ketiga, skripsi berjudul “Konsep Manusia Ki Ageng Suryomentaram Relevansi Dengan Pembentukan Karakter Sufistik” yang ditulis oleh Nikmaturrohmah pada tahun 2016.²² Skripsi tersebut memfokuskan penelitian untuk merumuskan konsep manusia Ki Ageng Suryomentaram yang menekankan pada kajian rasa untuk mencapai kebahagiaan sejati. Skripsi tersebut termasuk penelitian kepustakaan dengan menggunakan studi literatur sebagai metodenya. Penelitian tersebut menghasilkan data bahwa puncak ajaran kemanusiaannya adalah *manungsa tanpa thenger* manusia tanpa ciri yang melepaskan semua atributnya dan menanggalkan *kramadangsa*. Konsep tersebut relevan dengan nilai sufistik dalam pembentukan karakter diantaranya kejujuran, cinta, berserah diri, keikhlasan, memaafkan, yakin, kearifan, sabar, dan jihad untuk mencapai kehidupan yang bahagia.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Ahkamu Rohman pada tahun 2016 berjudul “Pemikiran Humanisme Islam Jawa Ki Ageng Suryomentaram dalam Buku *Kawruh Jiwa*”.²³ Fokus pembahasan dalam penelitian tersebut yaitu genealogi pemikiran Ki Ageng Suryomentaram dan karakteristiknya yang ada dalam Buku *Kawruh Jiwa*. Metode yang

²²Nikmaturrohmah, Konsep Manusia Ki Ageng Suryomentaram Relevansi dengan Pembentukan Karakter Sufistik: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Walisongo Semarang, 2016.

²³Ahkamu Rohman, Pemikiran Humanisme Islam.

digunakan dalam skripsi tersebut yaitu metode deskripsi, kesinambungan historis, dan *verstehen* (memahami). Hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut ialah deskripsi genealogi pemikiran humanisme Ki Ageng Suromentaram yang berawal dari kehidupan lingkungan keraton yang penuh kamufase sehingga membuatnya merasa gelisah dan pada akhirnya Ki Ageng Suryomentaram memutuskan untuk menanggalkan gelar pangeran serta memilih berhijrah dari lingkungan istana. Hal tersebut dilakukan untuk merenungi kehidupan dan memahami jiwa agar tercapai rasa bahagia *ayem tentrem*. Humanisme Ki Ageng Suryomentaram memiliki karakteristik rasa sebagai pusat kajiannya, hal tersebut dikaji dari Buku *Kawruh Jiwa*.

Dari empat penelitian yang telah dipaparkan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya ialah secara keseluruhan sama-sama mengkaji pemikiran Ki Ageng Suryomentaram baik dikaitkan dengan relevansi, representasi, integrasi, ataupun komparasi. Sedangkan, perbedaannya dengan skripsi ini ialah pemikiran Ki Ageng Suryomentaram tersebut dijadikan suatu konsep atau teori untuk menganalisis dan merespon ideologi konsumerisme yang saat ini sudah menjamur dan menjadi suatu gaya hidup masyarakat modern.

Kelima, jurnal berjudul “Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa” yang ditulis oleh Abdur Rohman pada tahun 2016.²⁴ Tujuan dari penelitian tersebut ialah untuk mengetahui persoalan mahasiswa yang terpengaruh oleh arus globalisasi dan konsumerisme. Penelitian dalam jurnal tersebut termasuk penelitian kuantitatif dengan metode angket dan wawancara. Hasilnya ialah konsumerisme dalam jurnal tersebut didefinisikan sebagai perilaku konsumtif secara berlebihan karena pemenuhan gaya hidup yang hedon dalam kalangan mahasiswa. Sikap berlebihan tersebut akan menimbulkan dampak negatif diantaranya; hati menjadi keras, mempersempit akal dan pengetahuan, malas beribadah, dan cenderung menjerumuskan pada

²⁴Abdur Rohman, “Budaya Konsumerisme”.

perbuatan yang haram. Oleh karena itu, diperlukan solusi untuk menanggulangi budaya konsumerisme tersebut salah satunya dengan cara *israf* atau pemahaman konsumsi dalam perspektif ekonomi islam yang berprinsip pada kesederhanaan, keadilan, dan moralitas.

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Heldi tahun 2009 dengan judul “Pola Konsumsi Masyarakat Postmodern (Suatu Telaah Perilaku Konsumtif dalam Masyarakat Postmodern)”.²⁵ Tujuan dari penelitian tersebut ialah mengungkapkan pola konsumsi masyarakat postmodern yang menyebabkan perilaku konsumtif. Jurnal tersebut menghasilkan bahwa prinsip masyarakat postmodern yang menginginkan apapun dengan cara efisien, membuat mereka memilih pola konsumsi yang serba efisien juga contohnya perihal konsumsi produk ataupun fasilitas-fasilitas modern yang memudahkan aktifitas manusia. Hal tersebut selanjutnya memunculkan pola konsumsi baru yang dapat memuaskan kebutuhan bahkan khayalan manusia.

Ketujuh, jurnal berjudul “Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard” yang ditulis oleh Indra Setia Bakti, dkk pada tahun 2019.²⁶ Jurnal tersebut bertujuan mengupas konsumerisme dalam pandangan Jean Baudrillard dengan metode studi kepustakaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemikiran Jean Baudrillard terkait pola konsumsi dilandaskan dari tiga buku yang berjudul *The System of Object* (1968), *The Consumers Society; Myths and Structures*, dan *Simulations*. Konsumerisme dimaknai sebagai perubahan pola konsumsi biologis ke-sosiologis masyarakat postmodern yang berangkat dari ideologi kapitalis dimana eksistensi manusia dilihat dari komoditi yang mereka miliki untuk meningkatkan tanda atau citra. Konsumerisme dijadikan sebagai identitas yang akhirnya memunculkan simbol dari kelas sosial.

Masih banyak jurnal serta literatur lain yang belum terjamah oleh penulis, namun dari tujuh kajian pustaka yang telah disebutkan, tentunya

²⁵Heldi, “Pola Konsumsi Masyarakat Postmodern: Suatu Telaah Perilaku Konsumtif dalam Masyarakat Postmodern”, *Al- Iqtisha*, Vol. 1 No. 1, 2009.

²⁶Indra Setia Bakti, dkk, “Konsumerisme dalam Perspektif”.

memiliki fokus penelitian yang berbeda. Beberapa jurnal menunjukkan definisi, pemaknaan, dan telaah konsumerisme. Sedangkan, dalam skripsi ini terdapat beberapa hal yang berbeda, diantaranya: Penelitian ini termasuk *library research* dengan metode deskriptif guna menguraikan data-data yang diperoleh dari penelitian serta metode *content analysis* untuk menelaah dan menarik kesimpulan yang sah dari sumber penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori konsumerisme dengan pendekatan filsafat sehingga dapat menghasilkan data dari beberapa sudut pandang dan teori lain pendorong konsumerisme. Dan fokus penelitian yang dibidik dalam skripsi ini adalah faktor apa yang melatar belakangi terbelenggunya diri kita pada konsumerisme menurut perspektif Ki Ageng Suryomentaram dalam kajian filsafat ilmu jiwa.

E. Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian diperlukan langkah atau metode kerja yang sistematis dan menyeluruh. Metode penelitian merupakan serangkaian tahapan yang digunakan untuk memperoleh dan menentukan data. Pada bagian ini membahas metodologi yang akan digunakan sebagai analisa problem akademis yang dijadikan fokus penelitian. Adapun metodologi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah studi pustaka (*library research*) karena kumpulan data formal dan material yang diperoleh peneliti berbasis pada riset kepustakaan atau dari berbagai macam literatur seperti jurnal, skripsi, thesis, dan artikel dengan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif mengenai filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram dan ideologi konsumerisme. Pendekatan kualitatif merupakan salah satu prosedur penelitian yang dapat memperjelas setiap unsur disertai penjelasan yang rinci bukan berbentuk angka-angka, tetapi data yang dikumpulkan

berupa kata-kata yang diperoleh dari pengamatan, wawancara atau bahan tulisan.

Adapun ciri-ciri penelitian studi kepustakaan, diantaranya yaitu: Peneliti berhadapan langsung dengan teks atau data angka, data pustaka bersifat *ready made* yaitu data siap pakai dalam hal ini peneliti tidak perlu melakukan studi lapangan, studi pustaka bisa menjadi sumber data primer dan sekunder, data pustaka tidak dibatasi ruang dan waktu.²⁷ Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu penelusuran sumber, klasifikasi berdasarkan formula penelitian, dan pengolahan data.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian kualitatif bisa didapatkan dari kata-kata dan tindakan, atau sumber tertulis seperti buku, arsip, majalah ilmiah, dokumen pribadi, dokumen resmi, ataupun jurnal.²⁸ Sumber data tersebut dicari yang relevan dengan pembahasan yang merupakan fokus utama dalam penelitian. Skripsi ini sumber menggunakan sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari objek penelitian.²⁹ Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu buku yang memuat kumpulan *wejangan* atau pemikiran Ki Ageng Suryomentaram baik yang berbahasa Jawa ataupun berbahasa Indonesia. Diantaranya adalah buku dengan judul *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* jilid 1 terbit

²⁷Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014, h. 4-5.

²⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, h. 157-159.

²⁹Nursapia Harahap, "Penelitian Kepustakaan", *Jurnal Iqra'*, Vol. 08, No. 01, 2014, h. 21.

tahun 1989,³⁰ jilid 2 terbit pada tahun 1990,³¹ jilid 3 terbit tahun 1991,³² jilid 4 terbit tahun 1993.³³ Buku tersebut berisi transkrip ceramah Ki Ageng Suryomentaram berbahasa Jawa yang telah dikumpulkan oleh putranya yang bernama Grangsang Suryomentaram. Sumber selanjutnya adalah Buku *Kawruh Begja Sawetah: Pengetahuan Hidup Bahagia* yang ditulis oleh Ki Ageng Suryomentaram dan Agus Wahyudi sebagai editornya, buku tersebut diterbitkan oleh Penerbit Lingkaran pada tahun 2020,³⁴ dan beberapa buku lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data penunjang yang mengkaji pemikiran Ki Ageng Suryomentaram dan konsep konsumerisme, dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku yang berjudul *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram* Karya Muhaji Fikriono yang diterbitkan oleh Javanica pada tahun 2018,³⁵ *Matahari Mataram: Menyelami Spiritualitas Jawa Rasional Ki Ageng Suryomentaram* Karya Afthonul Afif diterbitkan oleh Penerbit Kepik tahun 2012,³⁶ *Bebas dari Konsumerisme* Karya Benny Santoso yang diterbitkan oleh Andi tahun 2006,³⁷ *Masyarakat Konsumsi* Karya Jean P Baudrillard yang sudah diterjemahkan

³⁰Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 1, Jakarta: Hajimasagung, 1989.

³¹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 2, Jakarta: Hajimasagung, 1990.

³²Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 3, Jakarta: Hajimasagung, 1991.

³³Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 4, Jakarta: Hajimasagung, 1993.

³⁴Suryomentaram, *Kawruh Begja Sawetah: Pengetahuan Hidup Bahagia*, Yogyakarta: Penerbit Lingkaran, 2020.

³⁵Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram*, Banten: Javanica, 2018.

³⁶Afthonul Afif, *Matahari Mataram*, Depok: Kepik, 2012.

³⁷Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme*, Yogyakarta: Andi, 2006.

Wahyunto terbit tahun 2004 oleh Penerbit Kreasi Wacana,³⁸ serta beberapa literasi, artikel, ataupun situs- situs di internet yang berkenaan dengan tema penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling penting dan utama dalam penelitian yaitu teknik pengumpulan data, data yang telah diperoleh dari sumber data primer dan sekunder dikumpulkan untuk dianalisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yaitu mencari data terkait tema penelitian yang didasarkan pada catatan peristiwa yang sudah berlalu seperti literatur, jurnal, buku, artikel, karya ilmiah, dan lain sebagainya.³⁹ Pengumpulan data pada penelitian kualitatif diikuti langsung penulisan, pengeditan, klasifikasi, pereduksian, dan penyajian.⁴⁰ Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

- a. Tahapan heuristik, yaitu proses mengumpulkan dan menimbun sumber data berupa bahan kepustakaan. Selanjutnya, bahan kepustakaan tersebut dipilih untuk diklasifikasikan sebagai data primer dan atau data sekunder penelitian.
- b. Tahapan kritik, yaitu peneliti membaca dan mengkritisi bahan pustaka yang telah dipilih, karena tidak semua sumber materi data digunakan.
- c. Tahapan interpretasi, yaitu tahap menafsirkan data yang telah diperoleh.
- d. Tahapan pencatatan, yaitu mencatat hasil data yang telah ditemukan dari data pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

³⁸Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Bantul: Kreasi Wacana, 2004.

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 329.

⁴⁰Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Positifistik Rasionalistik, Fenomenologik Realisme Methaphisik*, Yogyakarta: Rake Sarasin P. O Box 83, 1996, h. 51.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari tahapan pengumpulan data baik hasil dari wawancara, catatan lapangan, studi kepustakaan, dan atau bahan-bahan lain secara sistematis dan terstruktur sehingga bisa mudah difahami. Dalam tahapan analisis data, peneliti memerlukan konsentrasi, kemampuan intelektual yang tinggi, dan daya kreativitas. Proses analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, mejabarkan ke dalam unit-unit, melakukan reduksi data atau merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal yang penting. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis data kemudian dikembangkan menjadi hipotesis menggunakan teknik triangulasi atau pengecekan secara berulang.⁴¹

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yaitu metode yang dilakukan dengan cara menggambarkan dan menguraikan data-data penelitian secara lengkap, dan *content analysis* (kajian analisis isi) yaitu teknik menganalisis isi buku dengan cara menelaah dan mengkritisi substansi literatur serta mencari term atau istilah yang digunakan dalam sebuah buku. Metode analisis ini ditujukan untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah dokumen atau buku, menghindarkan peneliti dari misinformasi akibat bias definisi, dan kurangnya penulisan pustaka.⁴²

Terdapat lima karakteristik *content analysis* yaitu; *Pertama*, tahapan atau proses mengikuti aturan yang disusun secara eksplisit. *Kedua*, kajian isi merupakan proses yang sistematis. *Ketiga*, proses dalam kajian isi terarah untuk generalisasi. *Keempat*, untuk menarik kesimpulan kajian isi harus berdasarkan dokumen yang

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, h. 334-335.

⁴²Riskha Ramanda, dkk., ‘‘Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori *Body Image* bagi Perkembangan Remaja’’, *Jurnal Edukasi UNJ*, Vol. 5, No. 2, 2019, h. 124.

termanifestasikan. *Kelima*, analisis kajian isi bisa dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif.⁴³

Untuk menganalisis data, peneliti mengumpulkan dan menghimpun bahan pustaka, membaca dan mengklasifikasikannya, kemudian menelaah dan menganalisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram, mengungkapkan faktor yang menjadi latar belakang dari perilaku konsumerisme, dan menuturkan solusi yang diberikan oleh Ki Ageng Suryomentaram untuk menghadapi belenggu konsumerisme.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran menyeluruh dari penelitian ini, terdapat sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, setiap bab nya memiliki pembahasan yang berbeda tetapi masih berkesinambungan dan saling melengkapi antara bab pertama sampai bab terakhir.

Bab pertama, berisi pendahuluan didalamnya memuat penjelasan tentang pentingnya kajian yang dilakukan dan garis besar penelitian skripsi ini. Pada bab pertama ini berfungsi sebagai kerangka awal untuk melanjutkan pembahasan penelitian dan penulisan skripsi pada bab-bab selanjutnya. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, berisi tentang landasan teori dari objek penelitian. Pada bab ini memuat pembahasan tentang konsep filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram yang meliputi biografi Ki Ageng Suryomentaram, pemikiran filsafat ilmu jiwa Ki Ageng Suryomentaram, dan pemikiran konsumerisme dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram.

Bab ketiga, berisi tentang gambaran umum objek penelitian. Dalam bab ini pembahasannya terkait ideologi konsumerisme yang mencakup

⁴³Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, h. 220-212.

sejarah dan definisi konsumerisme, faktor pendorong konsumerisme, dan tipologi konsumerisme.

Bab keempat, bab ini berisi analisis atas data-data yang telah dituangkan dalam bab sebelumnya, yaitu respon Ki Ageng Suryomentaram pada ideologi konsumerisme yang meliputi faktor penyebab konsumerisme, tipe konsumerisme, serta solusi untuk mengurangi belenggu konsumerisme.

Bab kelima, bab terakhir dari proses penulisan atas hasil penelitian yang berpijak pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini berisi kesimpulan beserta saran.

BAB II

PEMIKIRAN FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG SURYOMENTARAM

A. Biografi Ki Ageng Suryomentaram

1. Kehidupan Ki Ageng Suryomentaram

Ki Ageng Suryomentaram lahir pada tanggal 20 Mei 1892 di Kraton Yogyakarta, putra ke-55 dari 79 putra putri Sri Sultan Hamengkubuwono VII ini memiliki nama kecil Bendoro Raden Mas Kudiarmaji. Ki Ageng Suryomentaram dilahirkan oleh istri selir Sultan Hamengkubuwono VII yaitu Bendoro Raden Ayu Retnomandoyo, putri dari seorang Patih Danurejo VI bergelar Pangeran Cakraningrat. Pendidikan formal setingkat sekolah dasar yang diikuti oleh B.R.M Kudiarmaji sama dengan saudaranya yang lain, yaitu salah satu sekolah di lingkungan Keraton bernama Srimanganti. Kemudian, dilanjutkan dengan proses pembelajaran bahasa Inggris, Arab, dan Belanda di kursus *Klein Ambtenaar*. Selain cakap dalam bahasa, B.R.M Kudiarmaji juga memiliki hobi belajar, terutama tentang filsafat, sejarah, agama, dan ilmu jiwa.¹

Ilmu keagamaannya diperoleh dari KH Ahmad Dahlan sebagai tokoh Muhammadiyah, ia mempelajari kajian tentang makna islam, manusia dan kehidupannya, merepresentasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan serta berperilaku selayaknya menjadi manusia. Tidak hanya Islam, B.R.M Kudiarmaji juga senang mempelajari agama lain untuk mengetahui kebenaran dan keyakinan dalam dirinya, diantara agama yang pernah ia selami adalah Budha, Hindu, Katolik, serta sekte kebatinan lainnya. Bahkan, B.R.M Kudiarmaji sempat ingin dibaptis oleh ayahandanya saat mempelajari agama Katolik, namun

¹Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram*, Banten: Javanica, 2018, h. 31-32.

keinginannya itu tidak dikabulkan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono VII. Semua hal tersebut dilakukan B.R.M Kudiarmaji dengan kesungguhan bertujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman dalam keyakinannya.²

Pada tahun 1910 B.R.M Kudiarmaji memperoleh gelar Bendara Pangeran Harya Suryomentaram sebab diangkat menjadi pangeran saat usianya memasuki 18 tahun, disamping itu B.R.M Kudiarmaji juga dilantik sebagai pegawai Karesidenan.³ Selama kehidupannya didalam keraton segala kebutuhannya terpenuhi dan pendidikan lebih terjamin, namun Pangeran Harya Suryomentaram gelisah sebab ia merasa belum pernah bertemu dengan manusia yang sebenarnya. Apa yang ia hadapi dalam lingkungan keraton adalah kamufase, yang ada hanyalah perintah, permohonan, serta interaksi antara bangsawan dengan dayang atau pelayan. Semua orang yang hidup dalam lingkungan kerajaan terbalut dengan embel-embel yang melekat pada dirinya, misalnya seorang pangeran yang mengenakan pakaian dari kain sutera pasti dianggap berkuasa dan memiliki kedudukan yang tinggi.

Selain kehidupan yang monoton, Pangeran Suryomentaram juga dihadapkan dengan beberapa musibah yang ia alami seperti meninggalnya Pangeran Cakraningrat setelah jabatan patihnya diberhentikan, berpisahannya Sri Sultan Hamengkubuwono VII dengan B.R.A Retnomandoyo, dan meninggalnya sang istri setelah mempunyai anak berusia 40 hari. Beberapa peristiwa tersebut semakin membuat batin Pangeran Suryomentaram tidak menentu dan tertekan.⁴ Dalam kegelisahannya, ia berdiskusi dan menyepi bersama Prawirawiwara yaitu sepupu Pangeran Suryomentaram yang memiliki strata sosial lebih rendah sehingga muncul jarak diantara keduanya. Usaha menyepi

²Ahkamu Rohman, Pemikiran Humanisme Islam Ki Ageng Suryomentaram dalam Buku *Kawruh Jiwa*: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2016, h. 36-37.

³Suryomentaram dan Agus Wahyudi (ed), *Kawruh Begja Sawetah: Pengetahuan Hidup Bahagia*, Yogyakarta: Penerbit Lingkaran, 2020, h. 6.

⁴⁴Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 32.

yang dilakukannya masih belum berhasil, kemudian ia melihat kebahagiaan yang murni terpancar dari rakyat jelata tanpa adanya sekat dan kasta sosial, itulah rasa bahagia dan ketenangan yang ia inginkan. Oleh karena itu, Pangeran Suryomentaram mengajukan permintaan pencopotan gelar pangeran atas dirinya. Namun selalu ditolak oleh Sri Sultan Hamengkubuwono VII.⁵

Keadaan tersebut semakin menekan batin Pangeran Suryomentaram sehingga ia keluar dari istana menuju ke Cilacap secara sembunyi-sembunyi, bahkan ia memakai nama samaran Natadangsa. Mendengar kabar kepergian Pangeran yang ramai di istana, Sultan Hamengkubowono VII mengutus K.R.T WiryoDirjo dan R.I Mangkudigdoyo untuk mencari Pangeran, alhasil mereka berdua menemukan Pangeran Suryomentaram yang sedang bekerja mengerjakan sumur di daerah Kroya Banyumas. Setelah pangeran kembali ke kraton, ia kembali merasakan kegelisahan dan kegundahan dalam dirinya. Kemudian, hari-harinya diisi dengan menyepi dan bertirakat di beberapa tempat sakral, seperti Gua Lengse, Luar Batang, Lawet, Gua Cermin, dan Kadilangu. Tetapi, perasaan gelisah dan tidak puas itu tidak kunjung hilang.⁶

Tahun 1921, saat usia Pangeran Suryomentaram 29 tahun, Sri Sultan Hamengkubuwono VII meninggal dunia. Semua *abdi dalem* dan orang yang tinggal di keraton turut berduka dan mengantarkan jenazah Sultan Hamengkubuwono VII ke kompleks pemakaman Imogiri. Begitu juga dengan Pangeran Suryomentaram, hanya saja pakaian yang ia kenakan sebatas kain corak Bagelen, ikat kepala, jas tutup warna putih dengan tambalan kain biru dibagian punggung, dilengkapi payung Cina yang ia kempit. Berbeda dengan para pengiring yang mengenakan seragam kebangsaan sesuai dengan pangkatnya, tampilan sederhana Pangeran Suryomentaram menjadi

⁵Suryomentaram dan Agus Wahyudi (ed), *Kawruh Begja Sawetah*, h. 7-8.

⁶Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 33-34.

pusat perhatian lingkungannya, kebanyakan orang mungkin menganggap Pangeran mengalami depresi sebab kematian ayahandanya. Tapi tidak demikian dengan Pangeran Suryomentaram, ia cuek dan merasa nyaman tanpa beban dengan apa yang ia kenakan.

Kepemimpinan keraton diteruskan oleh Raden Mas Sujadi yang bergelar Sri Sultan Hamengkubuwono VIII tidak lain adalah kakak kandung Pangeran Suryomentaram, mengetahui hal tersebut tentu saja Pangeran Suryomentaram mencoba kembali mengajukan penanggalan tahta pangerannya. Sri Sultan Hamengkubuwono VIII mengabulkan permintaan adiknya tersebut, Pangeran Suryomentaram bisa leluasa untuk melanjutkan pengembaraannya dengan tenang tanpa beban. Kepergiannya dari keraton bukanlah sebab ada suatu permasalahan ataupun ingin memberontak sabda dan ketentuan keraton, Pangeran Suryomentaram hanya ingin menemukan kepuasan dalam hidupnya. Ia menanggalkan semua pakaian kebesaran dan hartanya, sebagian harta dibagikan dilingkungan istana dan sebagian lagi dibeli tanah di Desa Bringin dekat Kota Salatiga.⁷

Pangeran Suryomentaram kemudian memulai kehidupan barunya sebagai petani di Desa Bringin, sampai pada tahun 1925 setelah kurang lebih 10 tahun menduda ia menikah lagi dan tinggal di Desa kecil tersebut, ia menjadikan rumah peninggalannya yang di Yogya sebagai asrama dan Sekolah Taman Siswa. Pribadi Suryomentaram yang unik serta elusif membuat masyarakat sekitar banyak berguru dan meminta nasihat dengannya, oleh karena itu ia dikenal sebagai Ki Ageng atau Ki Gedhe Bringin. Hingga pada tahun 1927 disuatu malam Ki Ageng Suryomentaram tiba-tiba membangunkan sang istri dan berkata;⁸

⁷Sidiq Rahmadi, Konsep Kebahagiaan Menurut Pemikiran Ki Ageng Suryomentaram: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020, h. 52.

⁸Abdurrahman El-‘Aishiy, *Makrifat Jawa untuk Semua: Menjelajah Ruang Rasa dan Mengembangkan Kecerdasan Batin bersama Ki Ageng Suryomentaram*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2011, h. 28-29.

“Bu, apa yang kucari selama ini sudah ketemu. Aku tidak bisa mati. Ternyata yang merasa tak kunjung bertemu dengan ‘manusia’, yang merasa kecewa dan tidak puas selama ini adalah ‘manusia’ juga, wujudnya adalah si Suryomentaram. Yang diperintah kecewa, dimarahi kecewa, disembah kecewa, dimintai berkah kecewa, dianggap dukun kecewa, dianggap sakit ingatan kecewa, jadi pangeran kecewa, menjadi pedagang kecewa, menjadi petani kecewa; itulah ‘manusia’ yang namanya Suryomentaram; tukang kecewa, tukang tidak puas, tukang tidak betah, tukang bingung. Sekarang sudah ketahuan. Aku sudah dapat dan selalu bertemu ‘manusia’, namanya adalah si Suryomentaram, lalu mau apa lagi? Sekarang tinggal diawasi dan di-*jajagi* (diukur kedalamannya)”

Sejak saat itu, Ki Ageng Suryomentaram melakukan pengembaraan namun bukan untuk mencari manusia atau bertarikat, melainkan untuk mendalami rasanya sendiri. Penyelidikan pendalaman jiwa pada dirinya sendiri dilakukan selama kurang lebih 40 tahun. Ki Ageng Suryomentaram selalu mempresentasikan hasil bertemunya dengan manusia yang tak lain adalah dirinya sendiri kepada teman-temannya, sehingga mereka bisa bertemu dan menyadari manusia sebagaimana adanya, tanpa cover dan satir apapun. Dengan begitu, setiap orang akan merasakan kesenangan dan bahagia tanpa terikat dengan segala hal yang memperbudaknya.⁹

Ki Ageng Suryomentaram bersama teman-temannya mendirikan sebuah perkumpulan yang diketuai oleh Pangeran Suryodiningrat pada tahun 1930, perkumpulan tersebut bernama *Kawula Ngajogjakato*. Pergerakan dalam perkumpulan tersebut lebih mengarah pada kepentingan sosial dan kemanusiaan dibandingkan dengan politiknya. Ada beberapa gagasan yang dihasilkan oleh perkumpulan *Kawula Ngajogjakarto* diantaranya, rumus untuk meningkatkan standar hidup para petani terlebih yang bekerja untuk kesultanan, mengurangi angka buta huruf pada masyarakat, melawan praktik kekerasan pada anak dan perdagangan perempuan. Gagasan perihal pendidikan disampaikan oleh

⁹*Ibid.*, h. 29-30.

Ki Hajar Dewantara, sedangkan Ki Ageng Suryomentaram menyampaikan prinsip-prinsip ilmu kebahagiaan tanpa memandang status sosial.¹⁰

Ki Ageng Suryomentaram juga termasuk pahlawan Nasional, meski namanya jarang dikenal sebagai pahlawan. Pada saat pendudukan Jepang, dalam pertemuannya dengan Empat Serangkai (Bung Karno, Bung Hatta, KH Mas Mansur, dan Ki Hajar Dewantara), Ki Ageng Suryomentaram mengutarakan keinginannya untuk membentuk tentara, kemudian Ki Ageng Suryomentaram mengajukan permohonannya untuk mendirikan tentara sukarela kepada Gubernur Yogyakarta. Surat permohonan tersebut dibuat dan ditandatangani dengan darah panitia yang didirikan oleh Ki Ageng Suryomentaram, yakni Manggala Sembilan yang terdiri dari Ki Ageng Suryomentaram, Ki Suwarjono, Ki Atmosutijo, Ki Sakirdanarli, Ki Prawirowiworo, Ki Pronowidigdo, Ki Asror, Ki Atmokusumo, dan Ki Darmosugito. Setelah permohonan tersebut dikabulkan, warga sekitar turut mendaftarkan diri, hingga akhirnya diambil alih oleh pemerintah dan namanya dirubah menjadi PETA (Tentara Pembela Tanah Air).¹¹

Suatu hari, pada awal tahun 1962 Ki Ageng Suryomentaram jatuh sakit kemudian dilarikan ke rumah Yogyakarta yang beralamat di Jalan Rotowijayan No. 22. Sakitnya tak kunjung sembuh sampai akhirnya Ki Ageng Suryomentaram dinyatakan meninggal dunia di usia 70 tahun pada tanggal 18 Maret 1962 pukul 16.45, jenazahnya dishalatkan di masjid At-Taqarrub yang berada di kompleks pemakaman Cepokosari Desa Kanggotan, Bantul sebelah Selatan Yogyakarta, dan disemayamkan disamping pusara ibundanya.¹²

¹⁰Afthonul Afif, *Matahari dari Mataram: Menyelami Spiritualitas Jawa Rasional Ki Ageng Suryomentaram*, Depok: Kepik, 2012, h. 10-11.

¹¹Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 38-39.

¹²Suryomentaram dan Agus Wahyudi (ed), *Kawruh Begja Sawetah*, h. 10. Lihat juga Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 39.

2. Karya-karya Ki Ageng Suryomentaram

Ki Ageng Suryomentaram menulis hasil pengamatan, pengawasan, dan pendalaman rasa dirinya sendiri dalam bentuk tembang atau puisi yang kemudian dikumpulkan menjadi sebuah buku berjudul “*Uran-uran Begja*” yang berarti senandung keberuntungan pada tanggal 2 Oktober tahun 1928. Ki Ageng Suryomentaram juga menyusun tulisan tentang strategi, dasar-dasar untuk berperang dan sikap berani mati dalam perang dengan judul *Jimat Perang*. Tulisan tersebut dideklarasikan dimana-mana, pada suatu saat Ki Ageng Suryomentaram bertemu dengan Ir. Soekarno ia juga menyampaikan *jimat perang*. Ir. Soekarno pun mempopulerkannya lewat pidato melalui radio, hingga semua orang bisa mendengar ajaran atau *wejangan* yang telah digagas oleh Ki Ageng Suryomentaram yang memberikan dampak positif untuk berani mati dan selalu mengobarkan semangat saat berperang.¹³

Ajaran tentang kejiwaan ditulis oleh Ki Ageng Suryomentaram dengan beberapa judul seperti *Pangawikan Pribadi, Kawruh Pamomong, Piageming Gesang, Ilmu Jiwa, dan Aku Iki Wong Apa?*. Selain kajian tentang jiwa, Ki Ageng Suryomentaram juga menulis bahasan bertajuk pembangunan bangsa seperti, *Pembangunan Jiwa Negara, Rasa Pancasila, Seni Suara, Jiwa Persatuan dan Jiwa Buruh*.¹⁴

Beberapa ajaran dan ceramah Ki Ageng Suryomentaram telah banyak dibukukan, baik dengan bahasa Jawa ataupun yang sudah berbahasa Indonesia. *Wejangan* Ki Ageng Suryomentaram dilestarikan dan dideklarasikan oleh Panitia Paguyuban Kawruh Jiwa Jakarta secara *on-demand publishing*, buku-buku tersebut merupakan transkrip dari ceramahnya Ki Ageng Suryomentaram yang pernah disampaikan melalui radio dan dipublikasi melalui majalah *Dudu Kowe*. Tersedia

¹³Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 38.

¹⁴*Ibid.*, h. 43.

empat jilid berbahasa Indonesia, dan enam jilid berbahasa berbahasa Jawa. Berikut penjabarannya:

a) Buku berbahasa Indonesia:

- 1) Buku I, berjumlah 254 halaman yang meliputi: Bab 1 Wejangan Pokok Ilmu Bahagia, Bab 2 Ukuran Keempat, Bab 3 Falsafah Rasa Hidup, Bab 4 Rasa Bebas, Bab 5 Rasa Unggul, Bab 6 Rasa Takut, Bab 7 Mawas Diri, Bab 8 Tanggapan, Bab 9 Jimat Perang, Bab 10 Rasa Manusia, Bab 11 Seni Suara, Bab 12 Ijazah Hidup.
- 2) Buku II, berjumlah 253 halaman yang mencakup: Bab I Ilmu Pengetahuan, Bab 2 Ilmu Jiwa, Bab 3 Mengenal Kawruh Jiwa, Bab 4 Kramadangsa, Bab 5 Jiwa Persatuan, Bab 6 Jiwa Buruh, Bab 7 Pembangunan Jiwa Warga Negara, Bab 8 Ilmu Pendidikan, Bab 9 Ilmu Perkawinan, Bab 10 Kesempurnaan.
- 3) Buku III, berjumlah 243 halaman yang meliputi: Bab 1 Ilmu Kasunyatan, Bab 2 Menyembah Yang Kuasa, Bab 3 Ilmu Penghidupan, Bab 4 Pengetahuan tentang Keperluan Sewaktu-waktu Menghadapi Kelahiran Anak, Bab 5 Pengetahuan tentang Keperluan Sewaktu-waktu Menghadapi Masa Birahi, Bab 6 Pemuda-Pemudi dalam Masyarakat yang Bobrok, Bab 7 Pandangan terhadap Situasi Dunia, Bab 8 Menghadapi Perang Dunia III, Bab 9 Sebab dan Akibat, Bab 10 Pangawikan Pribadi, Bab 11 Rasa Menekan (Depresi), Bab 12 Tanya Jawab, Riwayat Hidup Singkat Ki Ageng Suryomentaram.
- 4) Buku IV, berjumlah 206 halaman yang mencakup: Melihat Gagasan Sendiri, Melihat Gagasan adalah Melihat Diri Sendiri, Pemahaman Kawruh Jiwa, Rasa

Berlawanan (Interaksi), Jiwa Yogyakarta, Pengobatan Penyakit Miskin, Aku Ini Orang Apa?, Terjemah Naskah Sandiwara *Raos Mlenet* (Rasa Menekan) Karya Ki Ageng Suryomentaram.

b) Buku berbahasa Jawa:¹⁵

- 1) Buku I, berjumlah 138 halaman berisi: **Wujuding Kawruh Jiwa**; *Bab Bungah-Susah, Bab Raos Sami, Raos Langgeng, Nyawang Karep, Karep, Sesorah Junggring Salaka I; Junggring Salaka, Bab Pathokanting Kandha, Bab Windhu Kencana, Sesorah Junggring Salaka II; Bab Ungkul, Bab Cilaka Sesarengan, Bab Begja Sesarengan, Kawruh Laki Rabi; Bab Jejodohan, Bebojoan, Sesrawungan, Kawruh Pangupa Jiwa; Bab Pangupa Jiwa, Cilakaning, Pangupa Jiwa, Begjaning Pangupajiwa.*
- 2) Buku II, berjumlah 139 halaman berisi: **Ukuran Kaping Sekawan**; *Pasulayan-pasulayan Ingkang Jalaran saking Klenta-klentunipun Ngraosaken Raosaning Sanes, Pangupakaripun Ukuran kaping Sekawan, Rumaos Leres dados Hiburan, Lelampahan Nagari-nagari, Syarat-syarat lan Rintangan-rintangan Megaring Ukuran Kaping Sekawan, Filsafat Raos Gesang; Kabudayan, Masyarakat, Sesrawungan, Pangawikan Pribadi, Mawas Diri; Tukang Nganggit, Adon-adonanipun Kramadangsa, Cathetan Leres lan Cathetan Lepat, Kawruh Jiwa; Kawruh Jiwa, Pilahing Cathetan kaliyan Ingkang Dipun Catheti, Pilahing Jiwa Langgeng lan Jiwa Boten Langgeng, Keceran Reribed Wonten Nggen Sinau Kawruh Jiwa.*

¹⁵*Ibid.*, h. 44.

- 3) Buku III, berjumlah 127 halaman berisi: ***Uran-uran Begja, Pangawikan Pribadi, Pitedah Sejatining Gesang, Jampi Mlarat, Jimat Perang, Raos Ajrih; Ajrih Cures, Kramadangsa Kepingin Langgeng, Numpuk-numpuk Bandha, Raos Darbe Dhateng Tiyang, Raos Mardika, Aku Iki Wong Apa, Kawruh Bab Pethukan; Pethukan, Inggang Dipun Pethukaken, Remen-Sengit, Tandhanging Raos, Tegesing Raos, Tukang Methukaken, Urut-urutanipun Tandhanging Pethukan.***
- 4) Buku IV, berjumlah 147 halaman berisi: ***Kawruh Inggang Murugaken Begja, Pangertos-pangertos; Karep, Bageyan Kaping Pisan, Bageyan Kaping Kalih, Bageyan Kaping Tiga, Kawruh Pamomong; Katerangan Inggang Dadosaken Sih tuwin Inggang Dadosaken Congkrah, Sih, Patrapipun Gegulang Lare, Raos Mlenet; Bedanipun Doyan lan Kedanan, Sandiwara Raos mlenet, Raos Pancasila, Bangun Jiwa Warga Negara, Welingipun Ki Ageng Suryomentaram Inggang Wekasan; Gagasan Waras, Gagasan Wong, Gagasan Pangan, Gagasan Sandang, Gagasan Papan, Gagasan Srawung, Gagasan Donya.***
- 5) Buku V, berjumlah 148 halaman berisi: ***Kawruh Bab Kawruh, Kawruh Kasunyatan, Kawruh Bab Kasampurnan, Kawruh Bab Manembah.***
- 6) Buku VI, berjumlah 206 halaman berisi: ***Bab Tujuaning Gesang dening Resodihardjo, Raos Ajrih Pejah dening Ki Djojodinomo, Riwayat Kawruh Jiwa dening Ki Pronowidigdo, Kerakyatan dening Ki Amin Kanapi, Kabangsan dening Ki Pronowidigdo, Wedharanipun Ki Ageng Suryomentaram ing Junggring Salaka Agung VIII***

ing Surabaya, Migunaken Sih Srorahipun Ki Ageng Suryomentaram ing Junggring Salaka Agung V ing Wonosobo, Jawah sih Andharanipun Ki Ageng Suryomentaram ing Junggring Salaka Agung V ing Wonosobo, Bab Raos Kosok Wangsul dening Ki Pronowidigdo, Bab Raos Kosok Wangsul dening Ki Ageng Suryomentaram, Tataning Sih dening Ki Pronowidigdo, Tentrem Menika Nyumerepi Merinipun Piyambak dening Ki Ageng Suryomentaram, Raos Apura dening Ki Ageng Suryomentaram, Bab Kramadangsa Anggenipun Ngajeni Dhateng Adon-adonipun dening Ki Pronowidigdo, Sinau Kawruh Jiwa dening Ki Atmosutijo Kintunan Saking Kudus, Bab Raos Sepi Sepa dening Ki Pronowidigdo, Migunakaken Kawruh Laki Rabi dening Ki Prawirowiwo, Tri Tunggal dening Ki Pronowidigdo, Notulen kaimpun dening Ki Soedarso, Jawah Kawruh Pepanggihan ing Ngadinegaran Md 7/99 ingkang Ambekani Jawah dening Ki Ageng Suryomentaram-Ki Pronowidigdo-Ki Prawirowiwo, Kawruh Begja Wonten ing Gelanggang Politik dening Ki Amin Kanapi, Caranipun Ngudhari Reribed dening Ki Pronowidigdo, Perslag saking Ki Djojodino, Mirengaken Sesorah Bab Pangawikan Pribadi dening Ki Pronowidigdo, Raos Ajrih dening Ki Ageng Suryomentaram, Bab Pakaryan dening Ki Djojodino, Jawah Kawruh saking Ki Ageng Suryomentaram nalika Wonten Jatingaleh-Semarang tuwin GunturDemak tanggal 13-16 Mei 1954 kaimpun dening Ki Soedarso, Trima yen Kataman Saserik Sameng Dumadi dening Pembantu Redaksi kala warta Dudu Kowe, Bab Pengalem lan Penacat dening Nyi

*Prawiromihardjo-Wonosobo, Bab Pilahing Butuh lan Kepingin dening Ki Prawiromihardjo-Wonosobo, Riwayatipun Ki Ageng Suryomentaram dening Ki Grangsang Suryomentaram.*¹⁶

Salah satu dokumentasi *wejangan Ki Ageng Suryomentaram* yang istimewa adalah Buku *Tandhesan Wedjangan Kawruh Begja Sawetah* yang diterbitkan oleh N.V. Perusahaan Percetakan Windu Kentjono, tahun 1954. Kata pengantar berjumlah 19 halaman merupakan evaluasi yang diberikan oleh Ki Ageng Suryomentaram sendiri.¹⁷

B. Deskripsi Filsafat Ilmu Jiwa (*Kawruh Jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram

1. Analisis Deskriptif Filsafat Ilmu Jiwa Perspektif Ki Ageng Suryomentaram

Filsafat ilmu jiwa sama dengan filsafat psikologi yaitu salah satu cabang filsafat yang secara spekulatif, mendalam, dan komprehensif membahas tentang hakikat jiwa, yang kemudian berkembang menjadi satu disiplin ilmu psikologi pada akhir abad 18.¹⁸ Ilmu jiwa terdiri dari psikologi teoritis yang mencakup konsep, teori, ataupun paradigma psikis, dan psikologi praktis yaitu teori psikologi yang bisa diaplikasikan langsung pada lapangan.¹⁹ Dengan demikian, pemikiran Ki Ageng Suryomentaram dapat digolongkan dalam kajian filsafat ilmu jiwa karena memuat diskursus pengetahuan mengenai jiwa dan hakikat manusia dalam kajian *kawruh jiwa*.

Dalam kajian ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram, disebutkan bahwa media manusia untuk mengetahui segala sesuatu ialah *pancadriya* (panca indera), *kraos* (rasa hati), dan *pangertos*

¹⁶Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 43-47.

¹⁷*Ibid.*, h. 48.

¹⁸Fattah Hanurawan dan Fendy Suhariadi, *Filsafat Ilmu Psikologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019, h. 51.

¹⁹Rusmin Tumanggor, *Ilmu Jiwa Agama: The Psuchology of Religion*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 23-24.

(pengertian). Ki Ageng Suryomentaram menyoroti dua aku yang ada pada setiap diri manusia. Dua aku tersebut yaitu “Aku *kramadangsa*” dan “Aku bukan *kramadangsa*”. *Kramadangsa* merupakan rasa keakuan atau ego, misalnya si Fulan namanya Suta, maka ia akan merasa Suta, rasa “aku si Suta” itulah yang dijuluki dengan *kramadangsa*. *Kramadangsa* juga diartikan sebagai kumpulan beberapa catatan yang sudah ada sejak manusia lahir mengenai perjalanan hidupnya, keadaannya, dan lain sebagainya yang berada dalam ingatannya.²⁰ Ki Ageng Suryomentaram mengungkapkan:

“*Kramadang punika kedadonan saking kempaling cathetan wonten ing engetan. Jiwa ingkang boten langgeng punika raos “aku kramadangsa” lan jiwa ingkang langgeng punika raos “aku dudu kramadangsa”. Raos “aku kramadangsa” punika raos aku luluh kalian raos “kramadangsa”, lan raos “aku dudu kramadangsa” punika yen raos “aku” boten luluh kaliyan raos “kramadangsa”, yen raos “aku” luwar saking raos “kramadangsa”, lajeng madeg pribadi*”²¹

Kutipan tersebut dapat dimaknai bahwa *kramadangsa* itu kumpulan dari catatan atau rekaman yang ada diingatan. Jiwa yang tidak kekal adalah rasa “aku *kramadangsa*” dan jiwa yang kekal adalah rasa “aku bukan *kramadangsa*”. Rasa “aku *kramadangsa*” adalah rasa yang patuh dengan “*kramadangsa*”, dan disebut rasa “aku bukan *kramadangsa*” jika rasa “aku” tidak patuh dengan “*kramadangsa*”, dengan begitu pribadi yang kuat akan terbangun. *Kramadangsa* terbagi menjadi dua, yaitu *kramadangsa asor* adalah *kramadangsa* yang mendatangkan rasa hina atau rendah dan melahirkan tindakan yang rendah juga. Dan *kramadangsa luhur* yaitu *kramadangsa* yang mendatangkan rasa luhur dan melahirkan tindakan yang luhur.²²

²⁰Nurhadi dan Dian Swandayani, “Konflik Antar-*Kramadangsa* dalam Novel-Novel Indonesia Mutakhir Berlatar Etnis Jawa: Kajian Filsafat Suryomentaram”, *Jurnal Litera FBS UNY*, No. 3, 2006, h. 3-4.

²¹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2, h. 77.

²²Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram*, Banten: Javanica, 2018, h. 401.

Kramadangsa yang dangkal dilekati sifat egoistik, semacam benalu, sifat tersebut semakin lama akan makin merusak hakikat manusia. Terbentuknya aku *kramadangsa* secara kompleks dimulai dari menyatunya aku dengan *kramadangsa* ketika manusia memasuki usia kurang lebih dua atau tiga tahun dan mulai bisa membedakan dirinya sendiri dengan orang lain, sebelum memasuki usia dua tahun manusia akan menyebut dirinya langsung menggunakan namanya tidak dengan sebutan aku. Hal tersebut terjadi karena catatan yang direkam oleh manusia dengan umur kurang dari dua tahun masih minim, sehingga pengetahuan dan pengalamannya masih kurang.²³

Pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang menyebutkan dalam jiwa manusia itu terdapat catatan, *kramadangsa*, dan aku bukan *kramadangsa* mirip dengan pemikiran Sigmund Freud yang menciptakan teori psikoanalisis. Menurutnya, struktur kepribadian manusia itu terdiri dari tiga aspek, yaitu; *Id* (Aspek Biologis Kepribadian) yaitu unsur kepribadian yang selalu berusaha memenuhi kepuasan instink yang merupakan cikal bakal ego dan superego, dalam pandangan Ki Ageng Suryomentaram disebut catatan. *Id* berorientasi pada prinsip kesenangan. Selanjutnya, *Ego* (Aspek Psikologis Kepribadian) yaitu bagian yang akan mengeksekusi instink-instink mana yang akan dilaksanakan yang berorientasi pada prinsip realitas, dalam pemikiran Ki Ageng Suryomentaram disebut *kramadangsa*. Dan yang terakhir ada *Superego* (Aspek Sosiologis Kepribadian) yaitu komponen moral kepribadian yang berfungsi untuk mengontrol dorongan-dorongan *Id* dan mengawasi *ego*,²⁴ dalam pandangan Ki Ageng Suryomentaram disebut dengan aku bukan *kramadangsa*.

²³Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2, h. 78.

²⁴Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, Bandung: Rosadakarya, 2012, h. 41-45.

2. Komposisi dan Pelengkap *Kramadangsa*

Kramadangsa terdiri dari beberapa catatan yang telah direkam oleh setiap manusia mulai dari masa kecil sampai liang lahat, selain itu rasa juga bagian dari *kramadangsa*. Misalnya, si Suta itu sedang marah dengan temannya, maka yang merasa marah saat itu adalah “rasa *kramadangsa*”. Kemunculan catatan manusia berasal dari panca indra, keinginan (*karep*)²⁵, dan aku (diri sendiri), karakteristiknya terbagi menjadi tiga, yaitu: Catatan yang bisa diverifikasi oleh panca indra (penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba dan perasa), Catatan rasa bisa dirasakan menggunakan rasa batin (rasa yang merasakan), Catatan angan-angan bisa dilihat menggunakan penglihatan imajinatif.

Dari tiga karakteristik tersebut akan melahirkan catatan-catatan lain seiring pertumbuhan dan perkembangan manusia.²⁶ Ada catatan yang benar, ada catatan yang salah. Catatan benar adalah rekaman catatan yang bisa mendatangkan kebahagiaan, sedangkan catatan yang salah adalah catatan yang akan mendatangkan kekecewaan. Ada enam poin untuk mengklasifikasikan catatan menurut Ki Ageng Suryomentaram, yaitu:

- a) Catatan pada diri sendiri itu jumlahnya tak terhingga, artinya setiap manusia memiliki rekaman atau catatan yang bersumber dari panca indra dan angan-angan dalam jumlah yang tak terhitung yang ingin diwujudkan.
- b) Ada catatan yang masih bisa diingat dan ada yang sudah terlupakan. Misalnya, saat sakit si Fulan ingin membeli es krim ketika ia melihat temannya makan es krim, catatan tersebut bisa jadi tetap diingat atau terlupakan karena penundaan waktu (dari sakit sampai sembuh).

²⁵*Karep* adalah daya kekuatan, energi, atau motivasi dari segala hal yang dapat menjadi dorongan untuk bergerak atau melakukan tindakan. Sumber dari Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 395.

²⁶Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2, h. 78.

- c) Ada catatan yang masih hidup dan yang sudah mati.
- d) Ada catatan yang masih bisa diingat tetapi sudah mati. Misalnya pengalaman, yaitu sebuah peristiwa yang sudah pernah terjadi dan pernah dilalui, peristiwa tersebut masih bisa diingat walaupun sudah terlewat.
- e) Catatan yang berasal dari diri sendiri dan dari luar diri. Catatan yang berasal dari diri sendiri ada dua macam, yaitu dari *weruh* (Aku objektif) membentuk jiwa yang luhur, dan dari *ngira weruh* (Aku subjektif) yang membentuk jiwa yang *asor* (hina). Catatan yang luar misalnya berasal dari perkataan orang lain.
- f) Catatan pada diri sendiri itu ada yang benar (mendatangkan rasa enak), dan yang salah (mendatangkan rasa tidak enak).²⁷

Ki Ageng Suryomentaram merumuskan sebelas catatan penting yang menciptakan *kramadangsa* selama masa hidup manusia, catatan-catatan tersebut ialah:²⁸

1. *Cathetan raja darbe* (catatan harta benda)

Kumpulan catatan yang pertama yaitu terkait harta benda yang meliputi rumah seisinya, tanah, perhiasan dan sebagainya yang bersifat tetap, artinya jika harta benda tersebut berkurang akan merasa kecewa, namun jika ditambah akan merasa senang.

2. *Cathetan kehormatan* (catatan kehormatan)

Kumpulan catatan kehormatan berisi tentang tata cara orang memberi penghormatan seperti bersalaman, menunduk, mengangguk, dan membungkukkan badan. Sifatnya tetap, jika dihormati akan merasa senang dan jika tidak dihormati akan merasa kecewa.

²⁷Muhaji Fikriono, *Puncak Makrifat Jawa*, h. 384-385.

²⁸Abdurrahman El-Aishiy, *Makrifat Jawa untuk Semua: Menjelajah Ruang Rasa dan Mengembangkan Kecerdasan Batin bersama Ki Ageng Suryomentaram*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2011, h. 56.

3. *Cathetan panguwasa* (catatan kekuasaan)

Kumpulan catatan kekuasaan berisi hak atas segala hal yang dimiliki dan dikuasai, seperti ladang yang dipagari, hal tersebut menunjukkan bahwa segala sesuatu yang berada dalam ladang tersebut adalah daerah kekuasaan perorangan. Sifatnya tetap, jika daerah kekuasaannya dijaga dan diperhatikan akan merasa senang, namun jika wilayah kekuasaannya diganggu atau dilanggar akan merasa kecewa bahkan marah.

4. *Cathetan kulawarga* (catatan keluarga)

Kumpulan catatan yang berisi segala hal tentang keluarga seperti catatan anak dan catatan istri, sifatnya juga tetap. Jika diganggu akan marah, namun jika dibantu akan merasa senang.

5. *Cathetan golongan* (catatan golongan)

Kumpulan catatan golongan berisi dua cara masuknya individu dalam suatu golongan atau kelas, yaitu dengan sengaja seperti masuknya individu dalam sebuah agama atau kepercayaan, serta dengan tidak sengaja misalnya, orang miskin yang tidak sengaja masuk dalam golongan miskin, namun karena keadaannya memang miskin maka ia termasuk golongan miskin. Sifatnya tetap, jika diganggu akan kecewa dan marah, namun jika dibantu akan senang.

6. *Cathetan bangsa* (catatan bangsa)

Catatan masuknya seseorang dalam suatu bangsa secara tidak sengaja misalnya si Fulan dilahirkan di Indonesia, maka secara tidak sengaja si Fulan adalah bangsa Indonesia. Sifatnya juga tetap, jika dipuji akan senang, jika dihina atau diganggu akan kecewa dan marah.

7. *Catetan jinis* (catatan jenis)

Catatan yang berisi tentang kesamaan jenis yaitu manusia, meskipun berbeda agama, gender, kepercayaan, ataupun

bangsa. Sifatnya juga tetap, jika sesama jenisnya diganggu maka akan marah, namun jika dibantu akan senang.

8. *Cathetan kapinteran* (catatan kepandaian)

Kumpulan catatan kepandaian berisi tentang kemahiran atau *skill* akademik maupun non-akademik, seperti kepandaian menari, menyanyi, pencak silat, orasi, dan sebagainya. Sifatnya pun tetap, jika dicela atau dihina akan marah, namun jika dipuji akan senang.

9. *Cathetan kawruh kebatinan lan sapanunggalipun* (catatan ilmu kebatinan dan sebagainya)

Kumpulan catatan kebatinan berisi ilmu-ilmu yang terfokuskan pada jiwa atau batin, muatan dalam catatannya pun berbeda setiap orangnya.

10. *Cathetan kawruh* (catatan ilmu pengetahuan)

Kumpulan catatan ilmu pengetahuan berisi tentang ilmu membuat barang atau karya seperti baju, tikar, dan sebagainya. Sifatnya tetap, jika dipuji akan senang, namun jika dicela akan kecewa.

11. *Cathetan raos gesang* (catetan rasa hidup)

Kumpulan catatan rasa hidup berisi berbagai pengalaman dan kenangan yang ditimbulkan dari rasa hidup.²⁹ Rasa hidup adalah hasrat untuk melestarikan kehidupan dan keturunan.³⁰

Dari sebelas catatan yang telah dijelaskan tersebut, terdapat tiga catatan yang paling dominan dan menjadi sentral diantara yang lain, yaitu; *Semat* (harta benda), *Drajat* (kehormatan), dan *Kramat* (kekuasaan). Tiga catatan tersebut memiliki kedudukan yang tinggi pada *kramadangsa* dan menuntut perhatian lebih banyak dari pada

²⁹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2, h. 110-113.

³⁰Sumanto, "Kesejahteraan Subyektif menurut Ki Ageng Suryomentaram (KASM) dalam Perspektif Psikologi Kontemporer", *Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*, Volume 19, No. 1, 2011, h. 32.

yang lain. Tindakan manusia sering kali didasarkan pada *semat*, *drajat*, dan *kramat*.³¹ Contohnya, dalam bekerja seseorang akan memprioritaskan pekerjaan yang gaji dan kedudukannya lebih tinggi, pilihan tersebut muncul atas kemenangan tiga catatan tersebut. Hal tersebut membuat *kramadangsa* patuh dan segera bertindak tanpa adanya pertimbangan rasional.

Catatan-catatan tersebut membangun kemegahan *Kramadangsa* yang bertempat tinggal di ruang batin yang luas, sehingga si *kramadangsa* bisa hidup dengan leluasa namun juga memungkinkan untuk mati. Sama halnya dengan tumbuhan, *kramadangsa* akan tumbuh subur jika dipupuk dengan perhatian dan bisa mati jika tidak diperhatikan sama sekali. Sebelum *kramadangsa* mati, rasa *kramadangsa* akan mengalami kesekaratan. Misalnya rasa pedas, jika seseorang sudah lama tidak makan pedas catatan rasa pedas tersebut akan sekarat, namun jika disuatu saat orang itu makan pedas lagi, makan rasa pedas tersebut akan hidup kembali.

Rasa pada manusia terbagi menjadi dua, yaitu rasa yang merasakan dan rasa yang dirasakan. Rasa yang dirasakan berwujud senang, susah, kecewa, dan sebagainya. Rasa senang dan susah itupun sifatnya memanjang dan memendek, rasa senang muncul jika ada keinginan yang terwujud, namun hal tersebut bersifat sementara dan akan menimbulkan keinginan yang lain, oleh karena itu rasa senang bersifat memanjang (*mulur*). Rasa susah, kecewa atau rasa yang tidak enak untuk dirasakan akan bersifat *mungskret* yaitu memendek, alhasil orang yang merasa kecewa akan lebih sering merasa putus asa.

Kramadangsa akan dicengkeram dan dijadikan budak oleh catatan-catatan, kemudian menuruti semua kemauan catatan. Ki Ageng Suryomentaram menerapkan parameter catatan dari tindakan yang dihasilkan. Artinya, suatu catatan dikatakan jelas jika tindakan

³¹Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 72.

manusia yang dihasilkan dari catatan tersebut jelas, dan tidak jelas jika suatu tindakan yang dihasilkan dari catatan tersebut tidak jelas. Begitu juga dengan keruntutan dan kerasionalan catatan, jika tindakan yang dihasilkan itu runtut dan masuk akal maka catatannya juga runtut dan rasional, begitu juga sebaliknya. Jadi, esensi dan kekuatan dari catatan terletak pada penetapan atau keputusan tindakan yang diambil dari catatan tersebut.³² Ki Ageng Suryomentaram menyimpulkan sebagai berikut:

“Dados, wonten ing awakipun piyambak punika wonten juru cathet, ingkang pademalipun nyatheti dados cathetan warni-warni ingkang nggrombol dados sawelas grombolan. Grombolan-grombolan cathetan punika dados kramadangsa, inggih punika raos aku namanipun piyambak. Kramadangsa punika tukang mikir, ingkang dipun pikir punika butuhing cathetan-cathetan. Utawi saged dipun wastani kramadangsa punika abdi satunggal dipun prentah dening bendara sawelas.”³³

Artinya: (Jadi, dalam diri sendiri terdapat juru catat, yang pekerjaannya mencatat sehingga menjadi berbagai macam catatan yang kemudian berkelompok menjadi sebelas kelompok. Kelompok-kelompok catatan itu menjadi *kramadangsa*, yaitu rasa keakuan atas namanya sendiri. *Kramadangsa* adalah pemikir, yang dipikir yaitu kebutuhan-kebutuhan catatan, atau dapat disebut sebagai pengabdian dari raja sebelas catatan).

“Dados raos-raos ingkang jumedhul saking awakipun piyambak, yen dipun tliti ngantos rampung, aling-aling ingkang wujud pamanggih leres punika jebol, awakipun piyambak lajeng sumerep klentuning cathetan-cathetan lan raos aku kramadangsa kendel utawi pejah, sareng kaliyan thukuling manungsa tanpa tenger. Ukuran kaping sekawan punika wateging manungsa tanpa tenger, ukuran kaping tiga punika wateging kramadangsa, utawi tiyang ngangge tenger. Tenger punika saged dipun wastani buntut ingkang wujudipun jinis utawi golongan kadosta; jaler, estri, sepuh, enem, sugih, mlarat, pangkat inggil, pangkat andhap, lan sanes-sanesipun. Sedaya ingkang beda kaliyan tiyang sanes punika tenger utawi buntut. Tenger utawi buntut punika yen lelawanan kaliyan tiyang sanes boten saged kepethuk tiyang sami tiyang

³²Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2, h. 81.

³³*Ibid.*, h. 117.

tanpa tenger. Nanging, ingkang lelawanan tengeripun utawi buntutipun."³⁴

Artinya: (Jadi, rasa-rasa yang muncul dari dalam diri sendiri, jika diamati sampai selesai, penghalang yang berwujud anggapan benar itu akan jebol, diri sendiri akan mengetahui catatan-catatan yang salah dan mengetahui aku *kramadangsa* masih hidup atau mati bebarengan dengan munculnya manusia tanpa ciri. Ukuran keempat wujudnya manusia tanpa ciri, ukuran ketiga adalah *kramadangsa* atau manusia dengan ciri. Ciri bisa diartikan dengan sebuah ekor yang berwujud jenis atau kelompok, seperti; Laki-laki, Perempuan, Tua, Muda, Kaya, Miskin, Pangkat yang tinggi, pangkat rendah, dan lain sebagainya. Segala sesuatu yang membedakan orang berarti ciri, ciri tersebut jika bertemu dengan orang lain tidak bisa merasa bertemu orang dengan orang tanpa ciri. Tapi, yang bertemu itu adalah cirinya).

Jadi, dalam diri setiap manusia itu terdapat tukang catat yang pekerjaannya mencatat, menghasilkan berbagai macam catatan yang berkelompok menjadi sebelas kelompok. Kelompok-kelompok catatan tersebut menjadi *kramadangsa*, yaitu rasa aku dengan nama sendiri. *Kramadangsa* ialah tukang pikir, yang dipikirkan itu kebutuhan catatan-catatan, sebutan lain *kramadangsa* adalah buruh dari sebelas catatan yang telah disebutkan di atas. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perbuatan atau tindakan manusia muncul dari *krenteg* atau keinginan catatan-catatan tersebut, yang kemudian digerakkan oleh aku *kramadangsa*.

Proses penelitian dari rasa-rasa yang muncul dalam diri manusia secara kritis, radikal, dan mendalam akan meruntuhkan dan menghancurkan penghalang yang berupa "anggapan benar". Setelah itu, rasa *kramadangsa* dan catatan-catatan yang salah itu benar-benar mati atau tidak. Proses tersebut beriringan dengan munculnya manusia tanpa ciri (*manungsa tanpa tenger*). *Manungsa tanpa tenger* merupakan ukuran keempat dari perkembangan jiwa manusia, ukuran pertamanya adalah juru catat (bayi), ukuran keduanya adalah catatan (anak-anak), dan ukuran ketiganya adalah *kramadangsa* (manusia

³⁴*Ibid.*, h. 124-125.

dengan ciri).³⁵ Ciri-ciri adalah segala hal yang membedakan seseorang dengan orang yang lain, bisa diibaratkan sebagai ekor. Misalnya, perbedaan jenis dari golongan; laki-laki-perempuan, kaya-miskin, tua-muda, dan lain sebagainya. Ciri-ciri tersebut yang menyebabkan seseorang merasa tidak bertemu dengan orang yang lain, tidak dapat bertemu sebagai manusia tanpa ciri. Yang bertemu hanyalah ciri yang menempel pada masing-masing individu.

3. Aku Bukan *Kramadangsa*: Langkah Awal Menuju Tingkatan Tertinggi pada Dimensi Jiwa Manusia.

Selanjutnya, untuk menjadi "aku bukan *kramadangsa*" dan mencapai ukuran *manungsa tanpa tenger* diperlukan latihan *pangawikan pribadi* yaitu pengetahuan diri sendiri, latihan tersebut ditujukan guna mengenal, mengerti, dan memahami rasa diri sendiri. Dengan pemahaman yang memadai, maka "aku" akan terpisah dengan "*kramadangsa*". Aku akan menganggap kamu terhadap *kramadangsa*, sehingga aku bisa mengendalikan *kramadangsa*. Dengan begitu, atribut atau ciri yang menempel pada diri seseorang bisa dilepaskan tanpa rasa khawatir. Sehingga, kebahagiaan bisa diraih dalam situasi dan kondisi apapun (*ngene, ing kene, aku gelem*). Lunturnya rasa aku *kramadangsa* akan dibarengi dengan munculnya aku bukan *kramadangsa* sebagai awal tercapainya *manungsa tanpa tenger*.

Ki Ageng Suryomentaram memisahkan jiwa yang langgeng dan jiwa yang tidak langgeng. Sebelum dipisahkan perlu diketahui bahwa yang menjadi pusat kehidupan adalah *kramadangsa*, jadi yang berhadapan dengan dunia dan segala isinya adalah *kramadangsa*. Segala hal yang ada didunia akan dianggap "kamu", dan yang dianggap "aku" adalah diri sendiri. Jika rasa "aku" sudah pisah dengan rasa *kramadangsa*, maka aku menganggap *kramadangsa* sebagai

³⁵Ahkamu Rohman, Pemikiran Humanisme Islam Jawa Ki Ageng Suryomentaram dalam Buku *Kawruh Jiwa*: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta, 2016, h. 76.

“kamu” yang merupakan bagian kecil dari “aku”, sebab “kamu” itu adalah yang diketahui, sedangkan “aku” adalah yang mengetahui. Tentu saja, kedudukan “aku” lebih tinggi dari pada “kamu/ *kramadangsa*”.

Setelah rasa “aku” terpisah dengan *kramadangsa*, maka yang langgeng adalah rasa “aku bukan *kramadangsa*”, dan yang tidak langgeng adalah “aku *kramadangsa*”. Dalam proses pembelajaran tentu saja terdapat rintangan, begitu juga dalam mempelajari ilmu jiwa, berikut beberapa rintangan dalam mempelajari ilmu jiwa: Tidur, Mimpi, *Nglilir* (bangun dari tidur dalam kurun waktu yang sebentar kemudian tidur lagi dan masih mengingat waktu bangunnya saat setelah sadar), Mengigau, *Tindihan*, Senja, Setan, Kesurupan, Sakit Ingatan, dan *Prewangan* (medium/ jiwa lain). Rintangan-rintangan tersebut terjadi ketika catatan manusia yang bersumber dari aku, panca indra, dan keinginan belum kuat. Selain itu, rintangan tersebut juga mencampuri komposisi catatan antara aku dan kenyataan.³⁶

4. *Manungsa Tanpa Tenger* sebagai Dimensi Tertinggi Jiwa Manusia

Tingkatan dimensi jiwa manusia menurut Ki Ageng Suryomentaram ada empat, yaitu: Ukuran I (juru catat), Ukuran II (catatan-catatan), Ukuran III (*kramadangsa*), dan Ukuran IV (*Manungsa tanpa tenger*). Jadi, *manungsa tanpa tenger* adalah ukuran tertinggi pada jiwa manusia, maksud dari manusia tanpa ciri adalah manusia yang eksis tanpa atribut atau ciri apapun. Ciri adalah segala hal yang membedakan manusia dengan manusia yang lain, misalnya ciri kaya, miskin, tua, muda, dan sebagainya. Ciri-ciri itulah yang menyebabkan manusia merasa asing jika bertemu dengan manusia yang lain, karena yang nampak adalah ciri-ciri tersebut, bukan hakikat murni dari manusia itu sendiri.³⁷

³⁶Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 2, Jakarta: Haji Masagung, 1990, h. 76-94.

³⁷*Ibid.*, h. 124.

Jiwa manusia tanpa ciri akan muncul dalam diri seseorang jika orang tersebut bisa mengetahui dan memahami dirinya sendiri, ciri-cirinya sendiri, dan setelah itu ia berani melepaskan ciri-cirinya sendiri. Ciri itu berpusat pada aku *kramadangsa* yang dipenuhi dengan catatan-catatan yang telah disebutkan sebelumnya. Jika ciri-ciri itu diketahui, maka *kramadangsa* akan mulai mati dan diganti dengan manusia tanpa ciri. Jiwa manusia tanpa ciri memiliki jiwa yang damai dan tenang, karena tidak ada ciri atau atribut apapun yang dipikulnya. Sehingga, jika manusia memiliki jiwa *manungsa tanpa tenger* maka ia akan merasa nyaman dan berkedudukan sama jika bertemu orang lain, karena yang membuat berbeda sebenarnya hanyalah ciri-ciri. Dengan begitu, kebahagiaan, kedamaian, dan ketentraman akan dicapai oleh manusia.³⁸

C. Pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang Berkaitan dengan Konsumerisme

Ki Ageng Suryomentaram memang tidak menyebutkan secara eksplisit tentang konsumerisme, namun dalam pemikiran dan ajaran-ajarannya ada yang selaras dan berkaitan dengan konsumerisme, yaitu kajian yang didalamnya memuat pembahasan tentang kebutuhan hidup manusia, patokan penghidupan, kebutuhan hidup yang tidak pokok, kehidupan berpatokan barang, keserakahan, dan menimbun harta. Berikut penjabaran tiga pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang berkaitan dengan konsumerisme:

1. *Kawruh Pangupajiwa* (Ilmu Penghidupan)

Ilmu penghidupan adalah ilmu yang membahas tentang kebutuhan kehidupan yang pokok. Ki Ageng Suryomentaram membagi ilmu penghidupan menjadi tiga bagian, yaitu:

a) Hal penghidupan (*Bab pangupajiwa*)

³⁸*Ibid.*, h. 124-125.

Manusia memiliki kebutuhan hidup yang pokok yaitu nafkah dan perkawinan, dua kebutuhan tersebut bersumber dari hasrat manusia untuk melestarikan kehidupan dan keturunan. Meskipun demikian, antara nafkah dan perkawinan tidak bisa dicampur adukkan. Akan terjadi selisih paham jika disatukan, hal perkawinan dikira untuk mencari nafkah, dan hal nafkah dikira hanya untuk perkawinan. Padahal ada raga yang membutuhkan nafkah untuk keberlangsungan tumbuh kembangnya.

Parameter yang digunakan sebagai patokan penghidupan adalah kelestarian raga, dengan demikian terdapat tiga hal utama dalam pelestarian raga, yaitu pakaian (*sandhang*) dengan patokan melindungi badan, tempat tinggal (*papan*) dengan patokan tempat mengistirahatkan badan, dan makanan (*pangan*) dengan patokan merasa lapar. Ketiga kebutuhan primer tersebut bisa disebut kecukupan jika makannya merasa cukup enak dan mengenyangkan, pakaiannya cukup pantas untuk menutupi melindungi badannya dari panas dan dingin, serta rumah atau tempat tinggalnya dikatakan cukup jika merasa nyaman saat istirahatnya. Jadi, rasa *nyandhang*, *mangan*, dan *mapan* itu terpisah dengan barang yang dipakai, dimakan, dan ditempati. Ki Ageng Suryomentaram berpendapat:

“Yen raosaning nedha, nyandhang, mapan punika carup kaliyan barangipun ingkang dipun tedha, dipun sandhang, lan dipun enggeni. Barang-barangipun lajeng ribed. Tiyang lajeng ngaya-ngaya pados wontenan. Mila, lajeng wonten lelampahan, tiyang anggenipun nedha, nyandhang,

mapan boten pathokan raosipun, nanging pathokan barang-barang lan kawontenan”³⁹

Maksudnya adalah jika rasa *mangan*, *nyandhang*, *mapan* bercampur dengan barang-barangnya yang dimakan, dipakai, dan di tempati. Barang-barang tersebut akan mendatangkan kesulitan. Orang akan mati-matian mencari harta yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan makan, pakaian, dan tempat tinggal yang berpatokan pada barang-barang dan keadaan, tidak berpatokan pada rasa. Adapun cara untuk mencukupi kebutuhan yaitu utamanya dengan bekerja, lalu bisa ditunjang dengan bergaul (mencari relasi) dan berumah tangga.

b) Penghidupan menderita (*Cilakaning pangupajiwa*)

Ada tiga hal yang menyebabkan penghidupan menderita, yaitu: *Pertama*, kebutuhan hidup yang tidak pokok, bercampurnya rasa dengan barang akan menyebabkan ketidak pahaman antara kebutuhan yang pokok dan yang tidak pokok. Dengan begitu, orang akan selalu merasa kurang, dan merasa senang jika dapat mengungguli orang lain. *Kedua*, penghidupan berpatokan dengan barang. Dalam hal ini, orang yang tidak dapat memahami perbedaan antara barang dan keadaan akan *mangan*, *nyandhang*, dan *mapan* menurut kegemarannya sendiri. *Ketiga*, pekerjaan berpatokan barang, hal ini terjadi jika seseorang tidak mengerti patokan pekerjaan yang sebenarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan. Jika yang dijadikan patokan adalah barang tertentu, maka yang terjadi adalah orang

³⁹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 115.

memilih pekerjaan yang ringan namun menghasilkan gaji yang besar. Dengan demikian, akan menimbulkan perebutan pekerjaan, dan orang yang kalah akan cenderung merasa prihatin, menderita, dan putus asa.

c) Penghidupan bahagia (*Bejaning pangupajiwa*)

Penghidupan yang bahagia akan diraih jika seseorang bisa memahami bahwa pangupajiwa itu berpatokan pada rasa hidup, bukan berpatokan pada barang dan keadaan. Jika sudah memahami patokan tersebut, maka akan mendapatkan bahagia dan rasa tercukupi dalam kebutuhan kehidupan.⁴⁰

2. *Pangawikan Pribadi*

Pangawikan pribadi adalah ilmu untuk mengetahui diri sendiri. Meneliti dan mendalami diri, yang ditujukan untuk mengerti dan memahami makna dari rasa diri sendiri agar tidak ada yang memperbudak “aku” bahkan rasa dirinya sendiri. Ada sepuluh *andharan* (uraian) dalam *pangawikan pribadi*, yaitu:

- a) *Salumahing bumi sakurebing langit, ora ono kang pantes dienthu-enthu, digoleki utawa diceri-ceri ditampik.* Artinya, di atas bumi di kolong langit, tidak ada yang pantas dicari-cari atau dihindari secara mati-matian.
- b) *Apa kang dienthu-enthu digoleki, iku yen keturutan ora marakake beja, ya mung bungah sadhelet, banjur susah. Apa kang diceri-ceri ditampik, iku yen kelakon, ora marakake cilaka, ya mung susah sadhelet, banjur bungah.* Artinya: Apa yang dicari-cari manusia dengan *ngaya-aya*, jika itu terpenuhi tidak menghasilkan kebahagiaan, ya hanya senang sebentar, kemudian susah. Apa yang dihindari manusia dengan *ngaya-aya*,

⁴⁰*Ibid.*, h. 112-124.

jika itu terlaksana tidak menghasilkan celaka, ya hanya susah sebentar, kemudian akan senang. Pada dasarnya, *ora ono bungah tanpa susah, susah tanpa bungah*.

- c) *Bungah lan susah ora bisa ajeg*. Artinya: Senang dan susah itu tidak bisa tetap.⁴¹
- d) *Lahire karep iku ana ing drajat, semat, kramat*. Artinya: munculnya keinginan itu dari *Drajat* (kehormatan, keutamaan, kebanggaan), orang yang gila hormat akan selalu mencari penghormatan dari orang lain, orang yang sudah kalah dengan *drajat*-nya akan merasa penghormatan sebagai kenikmatan dan kepuasan. *Semat* (kekayaan), orang yang mengejar kekayaan akan menganggap harta itu bagian terpenting dalam hidupnya yang akan menimbulkan keserakahan dan membiarkan dirinya ditunggangi oleh kekayaan. *Kramat* (kuasa atau kesaktian), orang yang mencari *kramat* mati-matian ditujukan agar dirinya bisa menguasai orang lain, dipercayai sekaligus merendahkan orang lain.⁴² Ketiga hal tersebut dalam kondisi kronis akan menimbulkan sikap sewenang-wenang.
- e) *Isine wong iku mung karep, kang panggaweyane mung mulur lan mungkret; yaiku kang marakake lelakone wong urip mung gek bungah, gek susah*. Artinya: Isinya orang itu hanya keinginan, yang bersifat memanjang dan memendek, yaitu rasa senang dan susah yang tidak tetap. Semua orang baik raja atau budak, kuli atau pengusaha, orang pandai atau orang kaya memiliki rasa yang sama, yaitu rasa senang jika keinginannya

⁴¹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 11-12.

⁴²Suryomentaram dan Agus Wahyudi (ed), *Kawruh Begja Sawetah*, h. 20-21.

terpenuhi dan bersifat memanjang, dan rasa susah jika keinginannya tidak terpenuhi dan bersifat memendek. Hal ini berarti, rasa senang dan susah itu tidak tetap, hanya sebentar-sebentar.⁴³

- f) *Yen wikan wong sajagat iku rasaning urip, pada wae, banjur luar saka nraka loro; meri lan pambegan.* Artinya: Jika perspektif orang sedunia itu rasanya hidup sama, maka akan ada dampak yang muncul yaitu iri hati dan keserakahan atau kesombongan. Maksudnya adalah, jika semua orang sama merasakan perlombaan dalam *semat*, *drajat*, dan *kramat* maka akan muncul penyakit hati yaitu iri dan sombong. Iri adalah perasaan dimana diri sendiri merasa kalah oleh orang lain, dan tidak bisa melihat kesenangan orang lain. Dan jika keinginan diri sendiri lebih unggul dibandingkan yang lain, maka akan merasa bangga diri atau sombong.⁴⁴
- g) *Karep iku panggaweyane mung mulur lan mungkret, kang marakake lelakone wong urip mung gek bungah gek susah, ing mangka karep iku ora kena ing rusak (langgeng).* Artinya: Keinginan itu kerjanya hanya memanjang dan memendek, yang menyebabkan manusia merasa senang dan susah sementara, maka dari itu keinginan itu tidak bisa rusak (langgeng).
- h) *Yen wikan karep iku langgeng tanpa wiwitan tanpa wekasan ing mangka panggaweyane mung mulur lan mungkret; kang marakake lelakone wong urip mung gek bungah gek susah, iku banjur luwar saka nraka loro maneh, yaiku; getun lan sumelang.* Artinya: Jika perspektif keinginan itu langgeng tanpa awal tanpa

⁴³*Ibid.*, h. 15-19.

⁴⁴Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 220-225.

akhir yang hanya bersifat memanjang dan memendek, yang menimbulkan senang dan susah yang sebentar, itu akan menimbulkan dua penyakit hati lagi yaitu rasa penyesalan karena sudah melakukan hal yang dianggap sia-sia, dan merasa khawatir akan hal yang belum terjadi.

- i) *Yen wiken urip iku mung gek bungah gek susah, ing mangka gek bungah gek susah iku langgeng, banjur wikan urip iku ora ana kang nguwatiri, nanging iya ana kang menginake.* Artinya: Jika bahasan hidup itu hanya untuk senang dan susah sebentar, maka yang senang dan susah itu langgeng, maka realisasi hidup itu tidak ada yang perlu dikhawatirkan, namun tetap ada yang menggoda yaitu kesenangan.
- j) *Yen wikan kabeh mau, menawa ana karep, banjur ditakoni dhewe: “Lho, karep, apa kowe wis wikan mesthi klakon?” wangsulane karep mesthi “Durung wikan”. Iku banjur dituturi: “Aku kang wikan, kowe (karep) yen klakon, (bungah), banjur mulur, yen ora klakon, (susah), banjur mungkret. Wis apa-apa, ya kena, ora nguwatiri,” Karep iku banjur diculake wae, cul!.* Artinya: Jika semua itu dipahami, kalau ada keinginan, maka bertanyalah sendiri: “Nah, keinginan, apakah kamu sudah tahu pasti akan terwujud?”, jawabannya keinginan pasti “Belum tahu”. Setelah itu baru dinasehati: “Aku yang mengetahui, kamu (keinginan) jika terlaksanan akan senang lalu memanjang, jika tidak terlaksana, akan susah lalu memendek. Apapun ya bisa, tidak perlu

dikhawatirkan”. Keinginan itu kemudian dilepaskan saja, *cul!*.⁴⁵

Rasa langgeng dan pengertian langgeng itu berbeda, rasa langgeng berarti mau merasakan yang sedang dirasakan saat ini dan dalam keadaan ini. Sedangkan, pengertian langgeng adalah dulu ada, sekarang ada, nanti ada dan berubah dalam dimensi waktu (*Langgeng punika tegesipun biyen wis ana, saiki ana, besuk ya ana wae*).⁴⁶

3. *Raos Ajrih* (Rasa Takut)

Rasa pada manusia itu ada dua macam yaitu rasa yang merasakan dan rasa yang dirasakan, *kramadangsa* bisa menjadi keduanya, dan wujud dari rasa yang dirasakan seperti senang, sedih, sakit, lemah, dan lain sebagainya.⁴⁷ Setiap manusia pasti memiliki rasa takut, rasa itu sering muncul di atas kesadarannya. Menurut Ki Ageng Suryomentaram;

“Ajrih punika raos ingkang dados lelawanipun ingkang ajrih lan ingkang dipun ajrihi, wujudipun ingkang dipun ajrihi kadosta pejah, mlarat, awon lan sapunanggulanipun. Dados raos ajrih punika boten awangan, nanging dados sesambetan”.

Rasa takut adalah rasa yang menjadi lawan antara yang takut dan yang ditakuti, contoh dari wujud yang ditakuti seperti kematian, kemiskinan, dan lain sebagainya. Jadi, rasa takut itu tidak hanya dipikiran saja namun menjadi sesuatu yang menghubungkan. Mempelajari rasa takut berarti mempelajari rasa yang masih dirasakan saat itu, masih hangat, dan sedang berlangsung. Sebab, rasa takut juga dapat diartikan sebagai

⁴⁵Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 11-16.

⁴⁶Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 22

⁴⁷Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 60.

penolakan yang takut terhadap yang ditakuti. Rasa takut itu tidak enak, oleh karena itu setiap orang pasti akan berusaha menghilangkan rasa takut tersebut dengan cara yang berbeda-beda. Ki Ageng Suryomentaram mengungkapkan bahwa:

“Tiyang sumeja ngicali satunggaling kawontenan, punika rak kraos ajrih bokbilih kawontenan punika lestantun. Lestantunipun kawontenan ajrih punika ngajrih-ajrihi. Dados ingkang ngicali ajrih punika si ajrih”⁴⁸

Ungkapan tersebut berarti setiap orang berusaha menghilangkan suatu keadaan karena merasa takut kalau keadaan tersebut terus berlangsung, berlangsungnya ketakutan tersebut menakut-nakuti, jadi yang berusaha melepaskan ketakutan adalah si takut. Berikut empat yang takut dan yang ditakuti:

a) *Ajrih Cures* (Takut Puna/ Mati)

“Yen raos ajrih punika dipun tliti sebabipun lajeng pinanggih, yen raos ajrih cures punika sebabipun saking karep gesang perlu lestantuning jinis, wit-witan, kewan lan tiyang punika mesthi tumindhak punapa-punapa ingkang tumuju dhateng lestantun gesanging jinisipun. Dados tiyang gesang ajrih cures niku leres. Yen mangertos yen gesang punika ajrih cures, tiyang lajeng uwal saking reribed raos sumeja ngicali raos ajrih cures.”⁴⁹

Ungkapan tersebut dapat diartikan jika rasa takut itu diteliti sebabnya maka akan menemui perinciannya, jika rasa takut mati itu disebabkan oleh keinginan untuk melestarikan kehidupannya, pasti setiap orang akan mengupayakan segala hal menuju kelangsungan kehidupan. Jadi, orang hidup takut akan mati itu benar adanya. Jika sudah mengetahui yang demikian, orang-

⁴⁸*Ibid.*, h. 52.

⁴⁹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 55.

orang lalu terlepas dari keresahan ingin mennghilangkan rasa takut mati. Mati adalah akhir dari kehidupan dari segala sesuatu yang berwujud dan pernah hidup di dunia nyata. Kematian adalah kehendak Yang Maha Kuasa yang tidak bisa dihindari, jadi kematian sebenarnya tidak ditakutkan. Yang menjadikan takut adalah rasa dari si penakut karena ia merasa terancam, merasa akan kehilangan kekayaan, kehormatan, dan kekuasaan.

b) *Kramadangsa Kepingin Langgeng* (Kramadangsa Ingin Kekal)

Kekal berarti abadi, yang ingin kekal itu adalah rasa dari diri sendiri yaitu *kramadangsa*. Banyaknya *karep kramadangsa* membuatnya ingin terus merasakan enak tanpa jeda, ingin bahagia tanpa adanya susah, hal tersebut yang membuat *kramadangsa* ingin kekal. Rasa ingin kekal tersebut dimulai dari rasa “*Aku kramadangsa kepingin langgeng kepenak*” yang langsung dirasa bukan hanya dihayal, artinya dalam pendalaman rasa kekal tersebut tidak bisa hanya dalam khayalan pikiran, harus terjun langsung dalam merasakan. Jika saat merasakan “keinginan kekal” itu tanpa ada suka dan benci, maka rasa tersebut akan menjelma menjadi tindakan untuk menimbun harta, rasa memiliki orang, dan khayalan kekal.

c) *Numpuk-numpuk Bandha* (Menimbun Harta Benda)

“Bandha punika prabot nedha, nyandhang lan mapan. Murih tetep kecekapan butuhipun, tiyang lajeng numpuk-numpik bandha. Dados tumpukan bandha punika kelairaning raos kepingin langgeng sekeca, bandha punika kabutahaning raga. Yen raos sekeca punika dipun gamblokaken datheng bandha,

*tiyang lajeng luluh kaliyan raja darbekipun, raosipun: “Aku kramadangsa raja darbe”.*⁵⁰

Harta diartikan sebagai alat untuk memperoleh makanan, pakaian dan tempat tinggal. Agar kebutuhan tersebut tetap terpenuhi, orang menimbun hartanya. Jadi, timbunan harta tersebut merupakan representasi dari rasa ingin kekal yang enak. Harta digunakan untuk memenuhi kebutuhan raga, jika rasa enak tersebut digantungkan pada harta, maka yang akan terjadi adalah orang akan menyatu dengan hartanya, dan menimbulkan rasa “saya *kramadangsa* memiliki harta. Jika hal tersebut berkelanjutan, maka akibatnya adalah harta digunakan dengan tidak semestinya yaitu untuk memenuhi kebutuhan jiwa yang bersifat objektif.

Orang akan merasa sia-sia jika ia tidak memiliki timbunan harta, jika hartanya bertambah akan merasa senang, namun jika hartanya berkurang ia akan merasa sedih atau khawatir. Bagi orang yang gila harta, timbunan harta itu akan melipat gandakan rasa ada atau eksistensi dirinya. Setiap orang pasti memiliki rencana untuk menimbun harta, jika harta sudah menjadi kebutuhan jiwa dan tertimbun, maka dampak yang dibawanya adalah timbulnya pertikaian dalam diri sendiri, antar keluarga, bahkan dalam cakupan lingkungan masyarakat. Misalnya, saat ini sering kali kasus perceraian keluarga disebabkan oleh permasalahan ekonomi, berawal dari pertikaian dan bentrokan anggaran uang belanja yang kemudian

⁵⁰*Ibid.*, h. 56-58.

mengedepankan rasa keakuan masing-masing dalam penyelesaiannya.⁵¹

Faktor yang menyebabkan harta menjadi kebutuhan jiwa ialah rasa ketidak mampuan untuk melihat dan merasakan diri sendiri, orang kaya tidak mampu melihat rasa orang kaya, begitru juga dengan miskin yang tidak mampu untuk melihat rasa miskinnya. Jika orang mampu dan tidak takut untuk melihat rasa diri, maka tidak peduli kaya atau miskin, harta tidak akan dijadikan kebutuhan jiwa. Kebanyakan orang menganggap bahwa kaya itu bahagia dan miskin itu susah atau sengsara, tabir tersebut muncul dari gambaran rasa dalam dirinya sendiri. Padahal, pemenuhan kebutuhan jiwa dengan harta atau kekayaan itu tidak akan ada habisnya, tidak akan ada puasnya, sebab rasa itu tidak ada batasnya. Jika satu *karep* seseorang terwujud, pasi akan muncul *kekarepan* yang lain, dan begitu seterusnya.

4. *Mawas Diri* (wawasan diri)

Mawas diri merupakan wawasan tentang diri sendiri, menurut Ki Ageng Suryomentaram wawasan diri itu mencakup *tukang anggiti*, latihan, *adon-adonipun kramadangsa*, dan *cathetan leres lan cathetan lepat*, berikut penjelasannya:

- a) *Tukang anggiti* atau tukang menggagas adalah tukang bercita-cita yang timbul dari perasaan si merasa celaka. Misalnya, si miskin itu menggagas kebahagiaan orang kaya, orang yang tidak berkuasa menggagas berkuasa. Artinya, yang dituju dari gagasan adalah kebahagiaan,

⁵¹Husin Anang Kabalmay, "Kebutuhan Ekonomi dan Kaitannya dengan Perceraian: Studi atas Cerai Gugat di Pengadilan Agama Ambon", *Tahkim*, Vol. XI, No. 1, 2015, h. 55.

sedangkan orang yang merasa celaka itu adalah orang yang tidak mau memvalidasi dan menerima rasa dalam keadaan lahir batin yang sewajarnya disini. Seperti contoh sebelumnya, si miskin itu tidak mau menerima kenyataan kemiskinannya, maka si miskin itu akan mendapatkan perasaan celaka. Padahal, bahagia menurut Ki Ageng Suryomentaram hanyalah “*Saiki, kene mengkene, aku gelem*” yang berarti “sekarang, disini, aku mau”. Jadi, orang yang bisa mevalidasi dan menerima keadaan lahir batinnya adalah orang yang mampu mendatangkan bahagia.

- b) Latihan yaitu melakukan ujian kepada diri sendiri dengan mempelajari atau merasakan hal-hal yang menyakitinya, misalnya mengajukan pertanyaan kepada diri sendiri “Bagaimana perasaanku jika ada orang yang menjelekkanku?” tentu saja diri sendiri akan menjawab “menyakitkan”, dengan begitu diri sendiri akan mengerti akibat yang ditimbulkan dari tindakannya.
- c) *Adon-adonipun kramadangsa* adalah unsur-unsur *kramadangsa* yang terdiri dari catatan-catatan sebagai berikut; harta benda, pekerjaan, kehormatan, kekuasaan, keluarga, komunitas, bangsa, jenis kepandaian, kepercayaan, gender, ilmu pengetahuan dan rasa hidup dan lain sebagainya.⁵²
- d) *Cathetan leres lan cathetan lepat* (catatan benar dan catatan salah), untuk mengetahui catatan benar dan salah harus mengerti dan memahami terlebih dahulu manfaat dan kegunaannya dalam kehidupan, dengan begitu akan nampak catatan yang salah dan catatan yang benar. Misalkan, catatan harta benda bisa menjadi catatan benar jika berguna untuk mencukupi kebutuhan hidup, dan

⁵²Abdurrahman El-‘Aishiy, *Makrifat Jawa*, h. 56.

menjadi salah jika digunakan untuk memenuhi kebutuhan jiwa yang tanpa batas.⁵³

⁵³Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 2., h. 49-66.

BAB III

WACANA KONSUMERISME DALAM KAJIAN FILSAFAT

A. Sejarah dan Definisi Konsumerisme

Sebelum mengkaji fenomena konsumerisme, terdapat beberapa terma yang berkaitan erat dengan paham tersebut diantaranya adalah konsumsi dan masyarakat konsumsi, kemudian dilanjutkan dengan sejarah dan definisi konsumerisme. Berikut penjabarannya:

1. Konsumsi

Konsumsi erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan yang didasarkan pada antropologi naif tentang kebahagiaan. Aktivitas konsumsi sudah ada sejak manusia berusaha memenuhi kebutuhannya, hal tersebut merepresentasikan masyarakat yang khawatir akan kematian, sesuai dengan hakikat konsumsi yaitu membeli fungsi barang atau jasa untuk keberlangsungan kehidupan. Namun, pada pertengahan abad ke-18 di Inggris terjadi revolusi konsumsi yang menimbulkan masyarakat konsumsi.¹ Pada saat itu peningkatan perekonomian masyarakat sangat pesat, terjadi transisi dari pemenuhan kebutuhan menuju produksi massal yang ditunggangi oleh keuntungan. Hal tersebut disertai dengan modernisasi dan mekanisme yang mulai menguasai pabrik-pabrik industri yang kemudian menciptakan komoditas dalam skala besar serta mengakibatkan perubahan-perubahan nilai konsumsi dan gaya hidup.

Pada dasarnya konsumsi merupakan bagian terakhir dari mata rantai aktivitas ekonomi yang didalamnya terjadi perubahan atau penukaran dari uang menjadi komoditas melalui proses produksi material.² Konsumsi juga dapat diartikan sebagai proses komunikasi,

¹Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 113.

²*Ibid.*, h. 109.

signifikansi, klasifikasi, dan diferensiasi sosial.³ Asal usul konsumsi dalam sejarah sistem industrial terbagi menjadi empat periode: *Pertama*, tatanan hasil produksi yang menghasilkan mesin atau kekuatan produktif dengan kekuatan radikal berbeda dengan alat tradisional. *Kedua*, sistem investasi yang menghasilkan modal untuk kekuatan produktif, hal tersebut berbeda dengan sistem perdagangan sebelumnya. *Ketiga*, terciptanya tenaga kerja yang sistematis, dibayar, dan kekuatan produktif yang abstrak berbeda dengan sistem kerja tradisional. *Keempat*, lahirnya sistem kebutuhan, kekuatan atau permintaan produktif yang dirasionalkan dan disatukan.⁴

Ideologi konsumsi didasarkan pada ideologi kemapanan (*bien-etre*) yang mewariskan pesan revolusi borjouis atas prinsip persamaan semua hak manusia yang membidik kebahagiaan.⁵ Kekuatan kapitalisme mendominasi perkembangan industrial yang pada akhirnya membuat masyarakat melebur dengan produk- produk konsumsi. Terjadi persaingan ketat antar kekuatan kapital yang secara berbondong-bondong memaksimalkan pasar produksi, melanggengkan loyalitas para konsumen, dan menawarkan produk budaya. Selain itu, kekuatan kapitalistik juga berhasil mendongkrak pola konsumsi dengan pesat yang pada akhirnya memunculkan konsumsi sinergistik (*synergistic consumption*) yaitu pola konsumsi yang merujuk pada kumpulan dari beberapa aktivitas atau hobi manusia untuk memenuhi libidonya, seperti perilaku keranjang untuk membeli *game*, membeli mainan, ataupun *nongkrong* di cafe.⁶ Terjadi transisi dari pemenuhan kebutuhan menuju produksi massal yang ditunggangi oleh kepentingan

³Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto, Bantul: Kreasi Wacana, 2004, h. 60.

⁴M. Chairul Basrun Umanailo, (March 2018), *Konsumerisme*, Diunduh pukul 21:38 WIB pada tanggal 7 April 2022 dari <https://www.researchgate.net/publication/323943765>

⁵Fadhilah, "Relevansi Logika Sosial Konsumsi dengan Budaya Konsumerisme dalam Perspektif Epistemologi Jean Baudrillard", *Jurnal Kybernan*, Vol. 2, No.1, 2011, h. 48.

⁶Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme*, h. 122.

dan keuntungan. Akibat dari kultur kapitalis membuat masyarakat terpaku dengan selera dan konstruksi komoditas yang sebenarnya merupakan manipulasi hegemoni budaya konsumsi.⁷

Seorang ekonom Vector Lebow pada tahun 1955 menyatakan bahwa tuntutan ekonomi sangat produktif, manusia memerlukan hal-hal yang dikonsumsi, diganti, ataupun dibuang pada tingkat yang semakin meningkat. Sehingga manusia menjadikan konsumsi sebagai pola hidup, serta sebuah ritual untuk mencapai kepuasan ego dan mengalahkan aspek spiritual.⁸ Adanya aktivitas konsumsi tidak terlepas dari peran teknologi informasi yang semakin canggih, melalui iklan komoditas berhasil ditayangkan dengan gaya bahasa yang sangat persuasi sehingga manusia terkecoh dengan barang yang ditawarkan. Strategi pemasaran cemerlang dengan objek yang tepat akan semakin mendongkrak libido manusia untuk berbelanja. Sarana konsumsi seperti mall, hipermarket, dan supermarket yang bersifat efisien dan fleksibel merupakan perpaduan antara logika ekonomi dan seni budaya yang mengandung manipulasi tanda.⁹

Konsumsi menurut Jean Baudrillard adalah suatu sistem ideologi yang mengorganisir tanda-tanda dan memperluas kekuatan produktif.¹⁰ Dalam pandangan Jean Baudrillard yang terpengaruh oleh pemikiran John Stuart Mill dan positivisme mengatakan bahwa aktivitas konsumsi merupakan suatu paksaan yang dilembagakan bukanlah suatu representasi kebebasan masyarakat. Persamaan hak dan kebebasan hanyalah mitos kebahagiaan yang terukur.¹¹ Apa yang dibidik oleh logika konsumsi mengalami pergeseran dari logika kebutuhan menuju logika hasrat, dalam pandangan Baudrillard fokus logika konsumsi tertuju pada manipulasi nilai tanda sosial tidak lagi

⁷*Ibid.*, h. 115.

⁸M. Chairul Basrun Umanailo, (March 2018), *Konsumerisme*, <https://www.researchgate.net/publication/323943765>

⁹Fadhilah, "Relevansi Logika Sosial", h. 44.

¹⁰Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, h. 87.

¹¹Fadhilah, "Relevansi Logika Sosial", h. 48.

pada pemanfaatan nilai fungsi.¹² Jean Baudrillard membatasi konsumsi pada dua tingkatan: *Pertama*, konsumsi dibatasi oleh kendala pemaknaan yang terjadi pada tingkat analisis struktural. *Kedua*, kendala keberlangsungan produksi yang terjadi pada tingkatan sosio-ekonomi-politis.¹³ Baudrillard juga mengemukakan tiga makna konsumsi dari sudut pandang yang berbeda, yaitu:

- a. Makna konsumsi dalam dimensi keselamatan (*salut*). Hakikat konsumsi dalam dimensi ini ditujukan pada keselamatan status dan keturunan melalui logika kelas. Pandangan tersebut didasarkan atas pengamatan Baudrillard bahwa secara global objek-objek konsumsi hanyalah tiruan yang seolah-olah merupakan inti dari kehidupan sosial. Dalam hal ini, status juga memotivasi seseorang untuk mengagungkan dan memuja komoditas sebagai tanda keselamatan. Sebagai contohnya, orang yang menggelar pesta pernikahan akan mendambakan souvenir atau hadiah ucapan keselamatan atas keluarga barunya.
- b. Makna konsumsi sebagai pemisahan kelas sosial. Konsumsi dalam hal ini dimaknai sebagai sistem tanda berdasarkan penafsiran simbol- simbol sosial seperti perbedaan kelas sosial, gender, dan ras. Objek konsumsi direpresentasikan dalam barang yang didambakan oleh subjek konsumsi dari segala aspek kehidupan yang pada akhirnya menimbulkan *distinction*. Perbedaan tingkat konsumsi diciptakan oleh kelas dominan melalui tiga struktur konsumsi, yaitu: makanan atau minuman, budaya, dan penampilan. Walaupun memiliki fungsi yang sama, tetap saja akan nampak perbedaan nilai atau kualitas objek konsumsi yang akhirnya menimbulkan perbedaan kelas sosial.

¹²Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kaptilasime*, h. 109-110.

¹³Yolanda Stellarosa, *Kecanduan Belanja: Budaya Konsumerisme dalam Teks*, Tangerang: Indigo Media, 2020, h. 20.

- c. Makna konsumsi sebagai institusi kelas. Konsumsi dimaknai sebagai pembeda dan pemisah kelas yang disebabkan oleh berbedanya kepemilikan subjek atas objek yang dikonsumsi. Dalam perspektif ini, Baudrillard menyatakan bahwa konsumsi berhasil menyebabkan subjek konsumsi tunduk terhadap otoritas lain.¹⁴

Dalam perspektif psikoanalisis konsumsi diartikan sebagai proses reproduksi hasrat dan pengalaman bawah sadar yang bersifat primordial. Proses konsumsi terjadi secara objektif, hal ini berarti bahwa proses internalisasi dan eksternalisasi dalam konsumsi membutuhkan objek sebagai instrumennya.¹⁵ Otoritas produksi pemasaran berhasil menciptakan nilai tanda sosial yang diselipkan dalam objek tersebut dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat. Menurut Max Weber dalam *Human Development Report* mengungkapkan fungsi dari konsumsi adalah menaikkan status grup seseorang.¹⁶ Dengan demikian, kepuasan dan kebahagiaan bersifat semu didapatkan dari aktivitas konsumsi yang dianggap akan menunjang eksistensi diri dan rasa percaya diri, pada akhirnya akan tercipta standardisasi penilaian sosial yang bergantung dengan kebijakan pasar dan pembelian barang.

Terdapat dua jenis konsumsi yang dapat menunjang peningkatan aktivitas konsumsi atau konsumerisme, yaitu *compensatory consumption* dan *conspicuous consumption*. *Compensatory consumption* adalah konsumsi yang dilakukan untuk memberikan perasaan yang lebih baik dalam diri seseorang. Hal tersebut dilakukan karena seseorang merasa mendapat tekanan dalam sosial, namun rasa tenang yang diberikan oleh *compensatory consumption* hanya ketenangan sementara, dalam jangka waktu panjang imbasnya adalah

¹⁴Fadhilah, "Relevansi Logika", h. 51-54.

¹⁵Filosa Gita Sukmono (ed), *Cyberspace and Culture: Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup, dan Identitas dalam Dunia Cyber*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014, h. 42.

¹⁶Rannie D. Rachaju, "Konsumerisme dalam Perspektif *Human Development*", *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, 2017. h. 4.

kecanduan konsumsi. *Conspicuous consumption* adalah mengeluarkan uang dengan jumlah besar dan cenderung berlebihan untuk membuat orang lain kagum. Dalam tulisan *Theory of the Leisure Class* yang ditulis oleh Thorstein Veblen pada tahun 1899 ia mengemukakan bahwa orang akan membuang waktu mereka dan waktu para pekerja mereka (*conspicuous consumption* dan *conspicuous leisure*) hanya untuk menampakkan status sosial yang mereka miliki.¹⁷

Dalam dimensi spiritual, Islam telah mengatur pola konsumsi ideal yaitu prinsip etika konsumsi islam yang memperhatikan nilai-nilai moral serta rasional. Terdapat enam etika dalam aktivitas konsumsi yaitu:

- a. Tauhid (Kesatuan/*unity*), aktivitas konsumsi dalam Islam dilakukan dengan tujuan beribadah kepada Allah. Hal ini berarti seseorang harus melakukan pertimbangan rasional dan ajaran spiritual sebelum mengonsumsi suatu komoditas.
- b. Adil, artinya manusia boleh menikmati karunia atas nikmat yang telah diberikan Allah dengan acuan bisa seimbang dan adil. Antara pemasukan dan pengeluaran tidak berat sebelah, dan sesuai dengan syariat agar bisa mendapatkan kenikmatan dunia sekaligus akhirat.
- c. Kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan dalam melakukan segala aktivitas termasuk konsumsi. Allah memberikan potensi kepada manusia untuk menikmati karunia-Nya dalam batas wajar. Hal ini berarti manusia dapat mengonsumsi apapun secara bebas diambang batas wajar dengan ketentuan tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.
- d. Amanah (Pertanggungjawaban), kebebasan manusia dalam melakukan aktivitas konsumsi dan pengambilan keuntungan konsumsi harus dipertanggungjawabkan. Baik tanggung jawab

¹⁷Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme: Bebas dari Kekurangan Uang*, Yogyakarta: Andi, 2006, h. 12-13.

terhadap objek konsumsi ataupun orang yang bersinggungan dengan aktivitas konsumsi.

- e. Halal, salah satu urgensi dalam etika konsumsi islam adalah barang atau komoditas yang dikonsumsi merupakan barang yang mengandung kebaikan, kesucian, keindahan, dan tidak mengandung sesuatu yang mendatangkan mudlarat bagi manusia.
- f. Sederhana, Islam menganjurkan seseorang untuk mengonsumsi barang atau jasa tidak melampaui batas (*israf*), tidak melakukan pemborosan, dan tidak berlebih-lebihan yang tidak memiliki faedah dan hanya didasarkan untuk memenuhi kepuasan nafsu.¹⁸

2. Masyarakat Konsumsi

Istilah masyarakat konsumsi pada awalnya muncul di Barat setelah PD II dan dipopulerkan oleh beberapa tokoh ilmuwan seperti Neil McKendrick, Jan De Vries, dan Jean Baudrillard. Menurut Neil McKendrick adanya dorongan aspirasi status sosial dapat menghambat hubungan hierarkis antar kelas sosial sehingga lahir kelas baru yaitu kelas tengah (*middle class*) yang lebih fleksibel untuk mengonsumsi barang dan pada akhirnya membentuk masyarakat konsumsi. Selanjutnya, dalam pandangan Jan De Vries lahirnya masyarakat konsumsi merupakan reaksi dari peralihan kecenderungan ekonomi tradisional menuju alterasi moneter. Gagasan De Vries terfokuskan pada peran distribusi dan hubungan komersial yang telah mengembangkan paham pertukaran. Dari kedua pespektif tersebut didapatkan determinasi bahwa faktor yang mendominasi lahirnya masyarakat konsumsi adalah peningkatan hasrat dan pembentukan

¹⁸Heddy Rohayedi, dan Maulina, "Konsumerisme dalam Perspektif Islam", *Jurnal Transformatif*, Vol. 4, No. 1, 2020, hlm. 42- 44.

sikap konsumsi masyarakat yang mendesak terjadinya revolusi industri.¹⁹

Selain itu, sudut pandang Jean Baudrillard menggunakan istilah masyarakat konsumsi untuk menjelaskan melonjaknya aktivitas konsumsi yang berhasil memunculkan produk dari kapitalisme. Gagasan tersebut sepadan dengan studi produktivis dimana masyarakat konsumsi diartikan sebagai respon kultural dari terjadinya transformasi ekonomi massal dalam struktur produksi barang.²⁰ Masyarakat kapitalistik menurut Adam Smith merupakan masyarakat yang rasional sehingga mereka akan mengonsumsi suatu komoditas dengan pertimbangan rasional yang radik.²¹ Berbeda dengan Jean Baudrillard yang mengungkapkan bahwa masyarakat kapitalistik saat ini sebenarnya hanya mengonsumsi suatu tanda yang berhasil dideklarasikan oleh otoritas produksi.

Perspektif teoritis post-modernis dan post-strukturalis mendefinisikan masyarakat konsumsi sebagai masyarakat yang lebih cenderung diorganisasikan dalam lingkaran konsumsi dari pada produksi barang atau jasa. Masyarakat modern menjadikan konsumsi sebagai tujuan hidupnya yang diimplikasikan pada penyamaan tingkat konsumsi yang tinggi dengan ukuran status sosial dan kesuksesan. Konsumen akan ditekan oleh dua hal dalam aktivitas konsumsinya, yaitu: *Pertama*, konsumen akan ditekan oleh kebutuhan atas objek konsumsi yang secara maraton akan meningkatkan daya pembelian. *Kedua*, konsumen ditekan oleh industri dan perusahaan komersial yang selalu memproduksi barang dengan selipan narasi tampil modis yang sesuai perkembangan zaman.²²

¹⁹Marisa Liska, Konsumerisme sebagai Faktor Penarik Terjadinya Fenomena *Enjokousai* dalam Masyarakat Jepang Kontemporer, Skripsi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia Depok, 2011, hlm. 13-15.

²⁰*Ibid.*, h. 12.

²¹Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme*, h. 109.

²²*Ibid.*, h. 107-108.

Kekuatan kapitalisme memperlihatkan bahwa masyarakat konsumsi merupakan fenomena yang datangnya bersamaan dengan masa transisi sosial masyarakat tradisional menuju masyarakat industri dan post-modern. Perubahan tersebut berdampak pada gaya hidup, konstruksi sosial, bahkan pola pikir masyarakat yang sudah terjajah oleh simbol dan produk budaya yang berhasil dibangun oleh otoritas produksi. Nicholas Abercrombie telah mengidentifikasi faktor yang melatar belakangi munculnya masyarakat konsumsi sebagai berikut:

- a. Meningkatnya kondisi perekonomian masyarakat membuat pendapatan keuangan semakin meningkat dan meningkatkan kemakmuran kehidupan yang memunculkan masyarakat konsumsi.
- b. Berkurangnya jam kerja sejak abad ke-21 namun disertai dengan meningkatnya gaji yang diperoleh. Adanya waktu luang tersebut cenderung digunakan untuk bersenang-senang, berlibur, dan berbelanja sehingga menimbulkan pola konsumsi yang melonjak.
- c. Identitas sosial yang ingin ditonjolkan oleh masyarakat saat ini tidak lagi terkait ras ataupun suku, namun lebih didominasi dengan kepemilikan barang yang dianggap sebagai refleksi identitas dan kelas sosial saat ini. Hal tersebut membuat masyarakat mengharapkan validasi dan apresiasi oleh orang lain.
- d. Pemaknaan kehidupan masyarakat post-modern cenderung ingin menampilkan keindahan citra dan gaya hidup (*life style*) demi mendapatkan pujian dari orang lain yang berimbas pada pembelian komoditas dalam skala besar.
- e. Tingginya posisi atau kedudukan status sosial masyarakat post-modern yang ingin dicapai. Masyarakat rela membeli suatu komoditas dengan kuantitas dan kualitas yang tinggi sebagai bentuk representasi posisi sosialnya.

- f. Posisi sosial warga negara yang telah tergerus oleh posisi ekonomi masyarakat post-modern. Hak dan kewajiban setiap warga negara dalam aspek politik, pendidikan, ataupun hukum lebih banyak ditentukan oleh status ekonomi dan kemampuan seseorang untuk membayar pihak produsen ataupun profesional yang menawarkan jasa layanan.
- g. Segala aspek kehidupan yang mulai dijajakan, tidak hanya barang dan jasa yang jumlahnya semakin meningkat, tetapi pengalaman, pengetahuan, bahkan aspek spiritual saat ini juga telah terkomodifikasi. Misalnya saja paket wisata religius atau kegiatan harian (*daily vlog*) selebriti.²³

Dari tujuh faktor diatas dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi masyarakat post-modernisme mengalami peningkatan yang signifikan. Tanpa sadar manusia telah terhipnotis dengan tipu daya pemasaran produk yang pada akhirnya berhasil menjadikan konsumsi sebagai budaya bahkan sebagai gaya hidup. Dengan adanya budaya konsumsi, dalam sistem sosial muncul masyarakat konsumsi yang memiliki aturan dan kebijakan sosial yang sangat terikat dengan sistem kebijakan pasar. Hal ini menimbulkan adanya kesenjangan sosial dengan munculnya tiga kelas sosial:

- a. Kelas sosial atas, masyarakat yang berada di kelas atas akan memiliki kecenderungan mengonsumsi barang-barang *branded* yang didapatkan dari tempat yang memiliki *great* tinggi seperti mall dan supermarket.
- b. Kelas sosial menengah, masyarakat dalam klasifikasi kelas ini akan mengonsumsi barang dengan jumlah yang banyak dan kualitas yang sebanding dengan harga untuk menampakkan kekayaan.

²³*Ibid.*, hlm. 124- 128.

- c. Kelas sosial golongan rendah, dalam kelas ini masyarakat akan mengonsumsi barang dengan mempertimbangkan urgensi kuantitas dari pada kualitasnya.²⁴

Objek-objek konsumsi oleh masyarakat konsumtif dianggap sebagai ekspresi diri yang menentukan ke-eksistensian para konsumen. Objek konsumsi masyarakat sebenarnya sangat luas, semua hal yang menyangkut aspek kehidupan akan dijadikan komoditas oleh para kapitalis. Namun terdapat objek yang mendominasi dan dijadikan peluru oleh para produsen untuk membidik para konsumennya, dua objek tersebut yaitu tubuh manusia dan seksualitas. Setiap titik dari bagian tubuh manusia merupakan sasaran empuk bagi produk budaya. Konstruksi berpikir masyarakat telah menciptakan standardisasi keidealan tubuh manusia, dimana tubuh yang ideal dilukiskan dengan istilah putih, bersih, tinggi, dan proposional. Tubuh yang sudah mendapatkan afirmasi publik sebagai tubuh yang ideal akan mendorong hasrat seksualitas. Fetisisme seksualitas dapat dirubah menjadi komoditas objek konsumsi. Dua objek tersebut telah mengeksploitasi manusia, segala hal yang berkaitan dengan sensasi keindahan tubuh dan seksualitas kerap kali ditawarkan oleh para produsen.²⁵

Setiap elemen masyarakat mulai dari anak-anak bahkan sampai lansia sudah menjadi subjek konsumsi yang mengutamakan keindahan bukan kegunaan. Masyarakat konsumsi akan melakukan pertukaran atau penjualan segala objek hanya untuk memperoleh suatu barang, jasa, pelayanan, seks, pangkat, bahkan ilmu pengetahuan untuk memenuhi keinginannya.²⁶ Dalam tindakan konsumsi, manusia akan dihadapkan dengan permasalahan antara “kebutuhan” atau “keinginan/hasrat”. Untuk mempertahankan kehidupan, manusia akan berusaha memenuhi kebutuhannya dengan konsumsi, namun tidak

²⁴Filosa Gita Sukmono ed, *Cyberspace and Culture*, h. 18-19.

²⁵Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme*, h. 120-121.

²⁶M. Chairul Basrun Umanailo. (March 2018). *Konsumerisme*.

demikian dengan hasrat. Keinginan atau hasrat tidak pernah terpenuhi kecuali dengan munculnya objek hasrat secara imajiner dibawah kesadaran personal yang akan mencari substitusi dari simbol yang dikonsumsi.²⁷

Produk yang disponsorkan melalui iklan lewat teknologi informasi semakin kompleks berhasil merangsang hasrat manusia untuk melakukan pembelian. Perusahaan komersial seakan-akan paham dengan apa yang dibutuhkan manusia dewasa ini, padahal sejatinya narasi simbol sosial sengaja diciptakan dan diselipkan dalam produk budaya untuk merubah pola pikir dan identitas manusia. Konsumen tidak mampu membedakan urgensi akomodasi dalam kehidupan sehingga akan menimbulkan disfungsi pola konsumsi. Baudrillard mengungkapkan bahwa masyarakat konsumsi saat ini sebenarnya mengonsumsi simbol dan nilai budaya yang hanya simulasi. Simulasi dapat diartikan sebagai upaya dari media sosial dalam mendeklarasikan dan mendoktrin manusia dengan menciptakan realitas semu yang dihasilkan dari media itu sendiri.²⁸

3. Sejarah Konsumerisme

Konsumerisme secara historis muncul setelah meningkatnya produksi barang secara jamak sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas yang disebut dengan masa industrialisasi. Konsumerisme dipopulerkan kembali oleh Jhon F. Kennedy pada Maret 1962 yang sebelumnya sudah ada sejak tahun 1890-1906 kemudian 1930an. Istilah tersebut disuarakan kembali di Congres yang berhubungan dengan pelayanan pasar, konsumsi, dan kualitas barang yang ada di pemasaran. Pada masa ini konsumerisme menekankan terwujudnya aspek pendidikan dan perlindungan pada lembaga konsumen dengan

²⁷Piliang, Y.A, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*, Yogyakarta: Jalasutra, 2005, h. 187.

²⁸Nur Indah Sari, *Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulacra dalam Budaya Peniruan Produk Bermerek Menurut Perspektif Islam*, Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Walisongo Semarang, 2017, h. 30.

misi menghubungkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan baik produsen ataupun konsumen yang bersifat ekonomis. Suatu perlakuan adil dari pengusaha terhadap konsumen atau sebaliknya juga termasuk konsumerisme.²⁹ Namun, perkembangan yang dicapai oleh konsumen malah menimbulkan perilaku *konsumsimania* atau pemuasan hasrat konsumsi sehingga berkelanjutan menggerus arti positif konsumerisme. Dari sini muncul cikal bakal penampakan lain konsumerisme yang tumbuh menjadi gejala dan fenomena bersifat sosiologis dan psikologis.³⁰

Secara etimologi konsumerisme berasal dari kata *consumere*, *consumo*, atau *sumpsi* yang berarti menghabiskan, memboroskan, atau menghambur-hamburkan.³¹ Dalam *Concise Oxford English Dictionary (Elevent Edition)* terma *consumerism* memiliki dua pengertian yaitu *the protection or promotion of the interest of consumers* (perlindungan, peningkatan minat atau kepentingan konsumen) dan *the preoccupation of society with the acquisition of goods* (keasyikan masyarakat dengan perolehan barang-barang). Konsumerisme dalam KBBI diartikan sebagai suatu paham yang menganggap barang-barang (mewah dan mahal) sebagai tolak ukur kebahagiaan dan kesenangan.³² Istilah lain konsumerisme adalah konsumtivisme yang berarti aktivitas konsumtif yang dilakukan atas dasar kepuasan bukan atas dasar kebutuhan. Kedua istilah tersebut sama-sama mengacu pada pola pikir dan tindakan manusia yang mengedepankan hasrat semata.

Diskursus terkait konsumerisme banyak dikemukakan oleh ilmuwan, diantaranya yaitu:

²⁹Th. Sumartana, dkk. ed, *Reformasi Politik Kebangkitan Agama dan Konsumerisme*, Yogyakarta: Dian/ Interfidei, 2000, h. 162.

³⁰Armaidly Armawi, "Dari Konsumerisme ke Konsumtivisme: Dalam Perspektif Filsafat Barat", *Jurnal Filsafat*, Vol. 17, Nomor 3, 2007, h. 320-321.

³¹Andreas Maurenis Putra, "Konsumerisme: "Penjara" Baru Hakikat Manusia?", *Societas Dei*, Vol. 5, No. 1, 2018, h. 74.

³²Sri Wening, *Waspada Konsumerisme: Kiat-Kiat Menghambat Melalui Pendidikan Karakter*, Yogyakarta: UNY Press, t.th, h. 11.

- a. Peter N. Stearns, konsumerisme menurutnya sudah menjadi ideologi baru yang berhasil memenjarakan rasionalitas manusia. Konsumerisme merepresentasikan masyarakat yang memaknai hidupnya pada kebahagiaan melalui perolehan barang atau komoditas material tanpa kejelasan substansinya. Ideologi tersebut membuat manusia semangat mengumpulkan modal agar bisa melakukan konsumsi.³³
- b. Steven Miles, dalam karya *Consumerism as a Way of Life* konsumerisme pada abad dua puluh ini diumpamakan seperti agama. Dimana konsumerisme yang telah masuk dalam cara hidup dan kegiatan sehari-hari manusia menimbulkan krisis fundamental, mengalami dehumanisasi diri, dan alienasi karena terobsesi dengan perilaku konsumtif.³⁴
- c. Harbert Marcuse, menurutnya konsumerisme merupakan pola hidup masyarakat yang hanya berkiblat pada satu dimensi saja. Masyarakat berdimensi satu disebut dengan istilah *One Dimensional Man* yaitu masyarakat di era industri yang berdimensi kapitalis. Dalam dimensi ini, manusia berhasil dikontrol oleh para aktor kapitalis dengan metode yang nyaman, lembut, dan dirasionalkan sehingga manusia akan terbuai dengan apa yang mereka tawarkan. Terdapat empat dampak dari *One Dimensional Man* yaitu: *Pertama*, maraknya bentuk atau metode dari pengontrolan baru. *Kedua*, masyarakat terjangkit perilaku supresif tanpa ampun. *Ketiga*, tergerusnya wacana dan kritisisme terkait politik sehingga membuat masyarakat menerima begitu saja apa yang ditawarkan.

³³Ahmad Sapei, Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, 2016, h. 32.

³⁴Andreas Maurenis Putra, "Konsumerisme: "Penjara" Baru, h. 77.

Keempat, hilangnya pemikiran yang radikal dan kritis mengenai sistem manipulasi.³⁵

- d. Richard John Neuhaus, dalam *Doing Well and Doing Good* ia mendefinisikan konsumerisme sebagai masalah aspek budaya dan moral yang membutuhkan penyelesaian dengan pendekatan dua aspek tersebut, manusia akan mengukur diri mereka dengan apa yang mereka miliki dan menghabiskan hidup karena benda yang ia konsumsi.³⁶
- e. Jean Baudrillard, konsumerisme dalam pandangannya menyebabkan manusia terjebak dengan sistem kebutuhan semu.³⁷ Konsumerisme menempatkan pemaknaan konsumsi pada tatanan manipulasi tanda sebagai pemuasan kenikmatan diri.³⁸

Dari beberapa pendapat diatas, secara global konsumerisme dapat diartikan sebagai aktivitas konsumsi yang dilakukan secara berlebihan, pembelian produk budaya didasarkan atas nilai estetikanya demi pemuasan hasrat manusia. Diantara operasional indikator konsumerisme adalah pembelian karena diskon, gengsi, status sosial, dan kepercayaan diri. Terma konsumerisme cenderung dikonotasikan dengan adanya sikap ekspresi diri, individualitas, dan kesadaran diri yang statistik.³⁹ Konsumerisme tidak hanya terjadi dilingkup barang atau jasa, namun saat ini segala hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia berhasil disulap menjadi objek konsumsi. Konsumerisme dapat disebut sebagai manifestasi materialisme, yaitu paham yang

³⁵Rina Octaviana, "Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Harbert Marcuse", *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol. 5, No. 1, 2020, hlm. 129-129.

³⁶Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme*, h. 6-7.

³⁷Kalya Nabila Zuhdi, dkk., "Praktik Masyarakat Konsumsi Online dalam Perspektif Baudrillard", *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu- Ilmu Sosial*, 1(6), 2021, hlm. 683.

³⁸Jean P. Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto, Bantul: Kreasi Wacana, 2004, hlm. xxxiv.

³⁹Oktaviani Adhi Suciptaningsih, "Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman", *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol. 2, no. 1, 2017, hlm. 27.

beranggapan bahwa suatu kenyataan dilihat dari fisik atau kepemilikan materi. Konsumerisme telah mendoktrin manusia dengan istilah *self-reward system* yaitu sistem pemberian hadiah pada diri sendiri.⁴⁰ *Self-reward system* yang berupa materi akan dianggap *gift* terbaik bagi masyarakat konsumsi, pemberian penghargaan pada diri sendiri kemudian dipandang sebagai upaya mencintai diri sendiri (*self-love*).

B. Faktor Pendorong Konsumerisme

1. Hedonisme

Dari segi etimologi hedonisme berawal dari kata *hedone* dalam bahasa Yunani yang berarti kesenangan.⁴¹ Istilah ini muncul sejak tahun 433 SM ketika muncul persoalan mengenai tujuan hidup manusia yang dipertanyakan oleh Socrates, saat itu *hedone* diartikan sebagai suatu gambaran esensi eksistensial manusia. Aristippos (433-355 SM) seorang filsuf dari Kyrene menjawab pertanyaan tersebut dengan menyuarakan sebaik-baik kehidupan adalah kesenangan yang fisik.⁴² Selanjutnya, istilah tersebut dimasyhurkan oleh filsuf dari Yunani tepatnya di kota Samon bernama Epikuros (342 SM-270 SM) yang mengungkapkan tujuan hidup manusia adalah kenikmatan badaniah dan rohaniah seperti merdekanya jiwa dari kegelisahan.⁴³ Pengertian hedonisme banyak dikemukakan oleh tokoh filsuf lain, seperti :

- a. Burhanuddin yang mengartikan hedonisme sebagai tolak ukur sesuatu dikatakan baik atau buruk, baik jika mendatangkan kebahagiaan dan buruk jika mengundang kesengsaraan.

⁴⁰Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme*, h. 26.

⁴¹Sigit Wibawanto, "Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Pembelian di Pasar Modern: Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen", *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 15, No. 01, 2016, h. 62.

⁴²Eka Sari Setianingsih, "Wabah Gaya Hedonisme Mengancam Moral Anak", *Malih Peddas: Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar*, Volume 8, Nomor 2, 2018, h. 141.

⁴³Reski Amelia, *Hedon tapi Kere*, Jln. Budaya Gowa: Pustaka Taman Ilmu, t.th, h. 9.

- b. Sarwono, hedonisme menurutnya adalah suatu konsep diri dengan cara menuangkan apa yang terlukis dalam pikirannya sebagai gaya hidup.
- c. Franz Magnis Suseno mengartikan hedonisme sebagai falsafah hidup yang menganggap bahwa manusia menjadi bahagia dengan cara menekan dan menghindari rasa sakit dan mengembara kebahagiaan sebanyak-banyaknya secara mati-matian.
- d. Collins Gem, menurutnya hedonisme adalah doktrin yang menganggap urgensi dalam hidup manusia adalah kesenangan.⁴⁴

Dari beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perspektif hedonis mengungkapkan kehendak manusia hanya didasarkan pada kesenangan dan kenikmatan, sehingga para pengikut paham hedonis enggan melakukan tindakan yang dianggapnya akan mendatangkan kesedihan ataupun kesengsaraan. Hedonis dalam ranah filsafat etika menyamakan kebaikan dengan kesenangan, artinya suatu tindakan dikatakan baik jika tindakan tersebut dapat mendatangkan kesenangan dan kebahagiaan, begitupun sebaliknya. Salah satu contoh pengaplikasian paham hedonisme nampak pada gaya hidup masyarakat modern yang memahami makna kenikmatan dengan parameter pemenuhan segala keinginan sehingga esensi filosofis hedonis lebih mengarah pada konotasi seksual, material, dan seremonial.⁴⁵

Menurut Cicerno terdapat empat karakteristik penganut paham hedonisme yaitu: Mempunyai pandangan yang instan tentang gaya hidup, mengejar materi modernitas fisik, meningkatnya relativitas

⁴⁴Maryam Ismail, "Hedonisme dan Pola Hidup Islam", *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makassar*, Vol. 16, No. 2, 2019, h. 194-195.

⁴⁵Yosefo Gule, "Studi Teologi-Etis Hubungan Perilaku Korupsi sebagai Salah Satu Dampak Sikap Hidup Hedonis", *Jurnal Religi: Jurnal Stui Agama-Agama*, Vol. 17, No. 01, 2021, h. 108.

yang tinggi diatas rata-rata, menuruti keinginan spontan yang muncul, dan dunia akan dianggap jahat jika mereka sedang tertimpa masalah.⁴⁶ Karakter tersebut lebih kronis akan menimbulkan sikap konsumtif, materialis, egois, dan apatis terhadap lingkungan sosial. Terdapat empat tipe hedonisme, yaitu hedonisme individualistik-egoistik, hedonisme psikologi, hedonisme rasionalistic, dan hedonisme etis universal, berikut penjabarannya:

- a. Hedonisme individualistik-egoistic merupakan penganut paham hedonis yang menyatakan bahwa segala sesuatu akan dianggap baik jika hal tersebut memberikan kesenangan bagi dirinya, dan akan dianggap buruk jika sesuatu tersebut tidak mendatangkan kesenangan bagi dirinya. Selain itu, tipe pengikut hedonis ini akan melakukan segala hal ataupun cara demi untuk mendapatkan kesenangan bagi dirinya.
- b. Hedonisme psikologis merupakan tipe hedonis yang mengungkapkan bahwa manusia akan menjauhkan diri dari rasa yang tidak enak dan kepastian perbuatan manusia didasarkan pada keinginan untuk mendapatkan kenikmatan.
- c. Hedonisme rasionalistic merupakan salah satu tipe hedonisme yang mendeklarasikan rasionalitas sebagai dasar dari kenikmatan individual.
- d. Hedonisme etis universal yaitu tipe hedonisme yang menyatakan suatu perbuatan manusia dikatakan baik jika mendatangkan kebahagiaan bagi semua orang dalam jangka panjang, begitu juga sebaliknya. Tipe hedonis ini menegaskan pada dampak yang dihasilkan dari suatu perbuatan sebagai tolak ukur perbuatan manusia.⁴⁷

⁴⁶Cici Febrianti, "Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswi Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru", *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1, 2017, h. 6.

⁴⁷Yosefo Gule, "Studi Teologi-Etis", h. 108-109.

Tidak dapat dipungkiri, secara alamiah manusia memang menginginkan kebahagiaan, namun dengan cara apa ia mencapainya dan kebahagiaan seperti apa yang ingin dicapai harus menjadi pertimbangan sebelum melakukan suatu tindakan. Nalar intelektual dan perasaan tidak boleh dikesampingkan untuk mengejawantahkan kebahagiaan, karena kebahagiaan tidak hanya berkutik pada kepuasan raga namun juga melingkupi jiwa. Namun, manusia seakan tergerus oleh arus globalisasi yang membuatnya semakin rakus dan menghalalkan segala cara demi memperoleh kepuasan nafsu semata. Pola hidup seseorang yang hanya mengejar kesenangan merupakan bentuk dari gaya hidup hedonis, dimana mata rantai aktivitas keseharian dilakukan untuk mencapai kepuasan biologis saja. Lebih lanjut, gaya hidup seorang hedonis memiliki beberapa karakteristik berikut:

- a. Mayoritas berada di kota besar yang memiliki jangkauan untuk mengakses informasi dengan lebih mudah.
- b. Finansial dan hasil perekonomian yang tinggi sehingga dapat memupuk gaya hidup modern.
- c. Mengikuti *trend* atau perkembangan zaman secara intens melalui media sosial.
- d. Berpenampilan modis dengan *brand* yang terkenal.⁴⁸

Doktrin hedonis yang saat ini berkembang memang sudah mengalami alterasi pemahaman teoritis, sehingga hedonisme erat kaitannya dengan kenikamatan yang dicapai melalui berfoya-foya, pesta, jalan-jalan, dan pemborosan. Ada dua faktor yang melatar belakangi perilaku hedonis, yaitu faktor internal yang bersumber dan datang dari diri sendiri yaitu sifat dasar manusia yang tidak pernah merasa puas, dan faktor eksternal yang dibawa oleh arus globalisasi

⁴⁸Nadya Renatha, Representasi Hedonisme dalam Media Sosial Instagram @Awkarin: Skripsi, Fakultas Teknologi Infomasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, 2019, h. 21-22.

dan perkembangan teknologi.⁴⁹ Adapun dampak negatif dari hedonisme, diantaranya yaitu:

- a. Bertentangan dengan ajaran keagamaan yang menekankan menjauhi perbuatan rakus, tamak, dan keinginan hawa nafsu.
- b. Menghilangkan rasa kemanusiaan.⁵⁰
- c. Membuat manusia lupa akan tanggung jawabnya sebab masing-masing sibuk mengejar kebahagiaan.
- d. Memudarnya rasa persaudaraan karena lebih mementingkan kesenangan pribadi dibandingkan orang lain.
- e. Berkembangnya sistem sekuler-kapitalis.
- f. Menyebabkan degradasi moral dan merosotnya nilai kehidupan manusia.
- g. Meningkatkan angka kriminalitas.
- h. Mendewakan kenikmatan sebagai tujuan hidup.
- i. Mengarah pada cara hidup hewani.⁵¹

2. Materialisme

Secara etimologi materialisme berasal dari bahasa Latin *matter* yang berarti suatu bahan yang nampak. Sedangkan, secara terminologi materialisme berarti paham yang menyatakan suatu realita atau keberadaan yang sesungguhnya adalah materi atau benda.⁵² Materialisme bisa didefinisikan sebagai nilai multidimensional, dalam kamus *The Oxford English Dictionary* materialisme didefinikan dengan *a devotion to material need and desire, to the neglect of spiritual matters; a way of life opinion, or tendency based entirely upon material interest*,⁵³ yang berarti pengabdian pada kebutuhan dan

⁴⁹Maryam Ismail, "Hedonisme dan Pola", h. 198.

⁵⁰Majid Fakhry, *Etika dalam Islam*, terj. Zakiyuddin Baidhawiy, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996, h. 119-120.

⁵¹Yosefo Gule, "Studi Teologi-Etis", h. 110.

⁵²Teuku Murdani, *Materialisme dalam Konsepsi Mutadha Muthahhari*: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2019, h. 16.

⁵³Fransisca Mulyono, "Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi", *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, Volume 15, Nomor 2, 2011, h. 47.

keinginan material, mengabaikan hal-hal spiritual; sebagai pandangan hidup, materialisme memiliki kecenderungan yang sepenuhnya didasarkan pada kepentingan materi. Dengan demikian, materialisme tidak lepas dari sistem sosial dan ekonomi, dimana kedudukan materi sangat primordial dalam sistem sosial dan kehidupan manusia. Indoktrinasi dari paham materialis membuat manusia berlomba-lomba mengejar kekayaan dunia, mengedapankan harta, dan meningkatkan pola konsumsi.

Ranah psikologi mendefinisikan materialisme sebagai suatu dogma yang menjadikan kepemilikan materi sebagai ukuran kebahagiaan dan kesuksesan dalam hidup seseorang. Empat teori dari ranah psikologi mendefinisikan materialisme sebagai berikut:

- a. Materialisme sebagai orientasi nilai yaitu konsep yang mementingkan kedudukan barang kepemilikan dalam hidup seseorang.
- b. Materialisme sebagai aspirasi hidup yaitu mengukur kesuksesan dan kesempurnaan hidup melalui kekayaan finansialnya yang ditujukan untuk meningkatkan status sosial-ekonominya.
- c. Materialisme sebagai pengejaran identitas, dalam teori ini materi dianggap sebagai manifestasi dari identitas seseorang.
- d. Kepribadian materialistik yaitu pola pikir seseorang yang akan meletakkan kebahagiaannya atas harta seperti dogma materialisme.

Dari keempat definisi tersebut, pada intinya materialisme mengacu pada pemenuhan kenikmatan personal yang akan menghilangkan jati diri manusia itu sendiri.⁵⁴ Masyarakat yang telah menganut paham materialis akan selalu melanjutkan tindakan materialistisnya untuk

⁵⁴Aftina Nurul Husna, *Orientasi Hidup Materialistis dan Kesejahteraan Psikologis: Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, Psychology Forum UMM, 2015, h. 9.

mempertahankan persepsi dan penilaian publik yang telah mereka bangun.

Menurut Richin dan Dawson terdapat tiga dimensi materialisme, yaitu: *Acquisition Centrality*, adalah dimensi yang menganggap hal paling sentral dan fundamental dalam hidup manusia adalah harta sebagai sarana untuk mengukur tingkat keyakinan seseorang atas pentingnya harta materinya. *Possesion defined succes*, yaitu dimensi materialis yang menyoroti kepemilikan sebagai ukuran kesuksesan seseorang dengan tujuan mengukur keyakinan kesuksesannya atas dasar kualitas dan kuantitas kepemilikannya. Dan *acquisition as the pursuit of happiness*, dimensi yang menganggap bahwa sumber kebahagiaan seseorang didasarkan atas kepemilikan harta, dimensi ini ditujukan untuk mengukur tingkat keyakinan seseorang atas rasa bahagia dan kesejahteraannya berdasarkan hartanya.⁵⁵

Materialisme bisa disebabkan oleh *Insecurity* yaitu mengatasi rasa tidak nyaman dengan pelampiasan kepemilikan materi, gaya hidup, dan iklan-iklan pada media. Kemajuan teknologi memang memiliki dampak yang luar biasa bagi kehidupan manusia, mudahnya akses informasi berhasil melanggengkan teori lama dan memunculkan teori baru. Selain itu, secara teoritis terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi sikap materialis, diantaranya *Dominant social paradigm*, *peer group pressure*, dan *conspicuous consumption*, berikut penjabarannya:

a. *Dominant social paradigm* (Kekuatan Institusional)

Terdapat beberapa kekuatan sosial yang mendominasi melajunya paradigma materialisme yang saling berkesinambungan dan saling membangun, diantara kekuatan

⁵⁵Lestri Kusumah Wardani dan Indri Utami Sumaryanti, "Hubungan Materialisme dan Compulsive Buying pada Mahasiswa di Kota Bandung", *Prosiding Psikologi*, Volume 5, Nomor 2, 2019, h. 672-673.

yang besar itu adalah institusi politik, ekonomi, teknologi, sistem antroposentik, dan sikap kompetitif saling berkesinambungan dan saling membangun. Semua itu merupakan lembaga dan energi sosial yang berperan aktif dalam perkembangan dogma materialis yang bergantung dengan transfigurasi institusi.

b. *Peer group pressure* (Tekanan dari Teman)

Hal ini berarti sikap materialis juga didorong oleh pengaruh lingkungan, seseorang akan merasa tertekan, iri, dan tergoda dengan kepemilikan orang lain. Mayoritas masyarakat akan memenuhi keinginan materialisnya untuk menunjukkan bahwa dirinya juga bisa memiliki barang atau bisa bertindak seperti yang teman-temannya miliki.

c. *Conspicuous consumption* (Konsumsi Mencolok)

Faktor ketiga yang mempengaruhi materialisme ini dikenalkan oleh Thorstein Veblen sebagai *the acquisition and display of expensive items to suggest wealth and/or attract attention to one's wealth* yaitu suatu perolehan dan tampilan barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan atau untuk menarik perhatian pada kekayaan seseorang. Konsumsi yang mencolok juga sama dengan status konsumsi, yaitu melihat status sosial atau keberadaan seseorang dari apa yang mereka miliki.⁵⁶

Paham materialis berhasil mendoktrin manusia untuk mengorientasikan kebahagiaan pada ukuran materi. Paradigma tersebut akan merubah pola pikir dan eksistensi manusia, menimbulkan sikap egois, apatis, dan anomik. Materialis secara umum condong pada konotasi negatif seperti menghambur-hamburkan uang, boros, melupakan nilai-nilai spiritual, moral, dan sosial. Tidak dapat

⁵⁶Fransisca Mulyono, "Materialisme: Penyebab", h. 49-52.

dipungkiri manusia modern sangat lengah dan sensitif dengan konsep dan ajaran-ajaran terkait kebahagiaan, sebab secara alamiah manusia itu mendambakan kebahagiaan dalam hidupnya. Suatu hal yang telah dipilih manusia tentu saja memiliki konsekuensi, berikut konsekuensi dari materialisme:

a. *Diminished well-being*

Konsekuensi utama yang akan diterima oleh penganut materialisme adalah berkurangnya kesejahteraan. Hal tersebut terjadi sebab seseorang yang materialistik cenderung memiliki perasaan yang labil, tidak puas akan kepemilikannya, dan mengkiblatkan persepsi orang lain. Hilangnya *self-esteem* akan menimbulkan perasaan cemas, gelisah, dan kuatir sehingga bahagia yang digandrungi tidak akan tercapai secara mutlak.

b. *Subjective well-being*

Kesejahteraan yang subjektif yaitu terjadinya emosi yang tidak stabil pada seseorang saat melakukan evaluasi tujuan hidupnya. Terdapat tiga komponen dalam kesejahteraan subjektif, yaitu evaluasi kognitif atas kondisi dan situasi kehidupan seseorang, emosi dalam bentuk negatif seperti depresi, dan emosi dalam positif seperti bahagia.

c. *Meaning in life*

Setiap orang memiliki pemaknaan tujuan hidup yang berbeda, namun para penganut materialis akan mengartikan hidupnya hanya pada lingkup materi, tidak bisa memahami dan mendalami makna hidup yang bersifat non-materi, dengan demikian kehidupan yang mereka jalani akan terasa hampa.

d. *Self-determination*

Konsekuensi lain yang akan dialami oleh seorang materialistik adalah keterikatan dengan materi, penentuan nasibnya sendiri ditanggung oleh harta finansial sehingga

mebutakan manusia untuk melihat dan mengoptimalkan potensi dalam dirinya.

e. *Gratitude*

Para materialistik akan selalu meningkatkan tindakan materialisnya, melanggengkan sikap konsumtifnya, dan selalu merasa kurang dengan apa yang sudah ia miliki. Akibat dari sikap tersebut akan membuat manusia lupa akan rasa syukur, dan selalu dengki atas kepemilikan dan kebahagiaan orang lain.⁵⁷

C. Tipologi Konsumerisme dan Dampak Konsumerisme

1. Tipologi Konsumerisme

Secara umum terdapat empat jenis konsumerisme, yaitu konsumerisme (*consumerism*), konsumerisme hijau (*green consumerism*), konsumerisme etis (*ethical consumerism*), dan anti konsumerisme (*anticonsumerism*), berikut penjelasannya:⁵⁸

- a. *Consumerism*, konsumerisme jenis pertama merupakan konsumerisme dengan stigma negatif yang sudah umum diketahui yaitu pola konsumsi berlebihan yang dilanggengkan untuk mencapai kepuasan, kegiatan pembelian komoditas secara massal didasarkan pada keinginan. Konsumerisme disebabkan oleh sikap materialis dan hedonis. Misalnya pembelian barang mewah dengan merk terkenal dilakukan dengan harapan memperoleh validasi dari orang lain bahwa dirinya adalah orang yang kaya dan memiliki selera tinggi.
- b. *Green consumerism* atau konsumerisme hijau berarti pola konsumsi yang berangkat dari kesadaran lingkungan, dimana produsen atau konsumen ingin menggantikan barang, produk,

⁵⁷Fransisca Mulyono, "Materialisme: Penyebab", h. 53-55.

⁵⁸Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme*, h. 10-11.

ataupun jasa yang bersifat ramah lingkungan. Konsumerisme jenis ini disebabkan oleh masyarakat yang mulai sadar bahwa alam dan lingkungan saat ini sedang terancam, diperlukan adanya perbaikan pola konsumsi untuk menunjang keasrian alam. Apa yang dikampanyekan oleh perusahaan komersial mengacu pada upaya perbaikan dan pelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab atas tindakan jual beli produknya.⁵⁹ Misalnya beberapa *supermarket* yang sudah tidak menggunakan kantong plastik, namun diganti dengan *paper bag* yang lebih ramah lingkungan.

- c. *Ethical consumerism* atau konsumerisme etis, yaitu pola konsumsi yang fokus perhatiannya pada etika produsen dan konsumen dalam perilaku bisnis modern. Mirisnya akan dampak negatif yang dibawa oleh konsumerisme merupakan cikal bakal munculnya konsumerisme etis. Konsumerisme jenis ini bertujuan untuk membidik pertanggungjawaban dalam perdagangan terhadap sistem ekonomi yang ada melalui pengawasan yang komprehensif. Contohnya seorang konsumen akan membeli buku yang original dibandingkan yang bajakan sebagai bentuk menghargai suatu hasil karya penulis. Contoh lain adalah suatu produsen makanan ternak yang menggunakan bahan alami dan aman berdasarkan riset untuk dijualnya, hal yang demikian dilakukan melalui pertimbangan rasional dan moral sebelum melakukan proses perdagangan agar tidak ada pihak yang dirugikan.⁶⁰
- d. *Anticonsumerism* berarti anti-konsumerisme, yaitu kelompok masyarakat yang benar-benar mencoba mengurangi porsi

⁵⁹Maria Ursula Mai Cruz, Bulan Prabanawi, "Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau *Civitas Academica* Universitas Diponegoro", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 6, Nomor 1, 2017, h. 42.

⁶⁰Nindria Untarini, "Studying the Attitudes-Behavior Gap in Ethical Consumerism: A Review of Research", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 9, Nomor 2, 2020, h. 114-116.

konsumsi baik dari pihak produsen ataupun konsumen. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengoreksi dan mempertimbangkan kegunaan produk yang akan dikonsumsi dengan tujuan hidup yang lebih ringan di dunia ini, dan pada akhirnya akan memunculkan kebaikan dan ketenangan dalam diri. Anti-konsumsi dilakukan sebab dorongan permasalahan yang muncul akibat konsumerisme dan motivasi gaya hidup yang lebih sederhana. Misalnya melakukan budidaya sayuran ataupun hewan ternak untuk konsumsi pribadi, kegiatan ini dilakukan sebagai upaya menekan pola konsumsi pada produk olahan makanan cepat saji dan *frozen-food*.⁶¹

2. Dampak Konsumerisme

Selanjutnya, belenggu konsumerisme akan memberikan dampak buruk bagi manusia yang mengakibatkan hilangnya waktu, tenaga, dan uang untuk melakukan kegiatan lainnya. Diantara dampak negatif tersebut adalah:

- a. Tidak mengetahui rencana Tuhan untuk hidup mereka. Keharusan mengejar materi membuat manusia sibuk dengan aktivitas konsumsinya, melupakan upacara peribadatan, dengan demikian hati manusia akan sulit menerima ilham dan petunjuk dari Tuhan. Hal tersebut mengakibatkan manusia hanya melihat dirinya sendiri dan mengesampingkan perintah Tuhan.
- b. Diperhamba oleh uang. Pengeluaran yang sangat besar diperlukan dalam konsumerisme, tidak sedikit pula manusia yang pendapat perkapitanya habis bahkan kurang untuk memenuhi gaya hidup hedon dan konsumerisme. Akibatnya, manusia akan melakukan apa saja demi mendapatkan uang yang kemudian dialokasikan untuk pembelian akomodasi.

⁶¹Michael S. W. Lee and Christie Seo Youn Ahn, "Anti-Consumption, Materialism, and Consumer Well-Being", *The Journal of Consumer Affairs*, Volume 50, Number 1, 2016, h. 24-25.

- c. Uang untuk pekerjaan Tuhan menjadi sangat kecil. Hal ini berarti pengeluaran uang yang ditujukan untuk kemaslahatan umat dan sebagai salah satu anjuran keagamaan akan berkurang. Masyarakat konsumsi akan mengedepankan pembelajaran untuk dirinya sendiri dari pada untuk orang lain.
- d. Terlibat hutang. Hutang sudah menjadi solusi yang umum bagi manusia yang memiliki pengeluaran konsumsi besar. Bahkan, saat ini banyak sekali aplikasi yang menawarkan jasa hutang dengan fasilitas yang memadai, yang pada akhirnya akan menyebabkan kecanduan.
- e. Kehilangan kebahagiaan. Kebahagiaan yang ditawarkan konsumerisme hanyalah kebahagiaan sementara yang bersifat semu. Selain itu, kehilangan banyak waktu karena akticitas konsumsi, konflik dalam hidup, dan kekhawatiran saat memiliki banyak objek konsumsi akan membuat manusia merasa gelisah dan tidak tenang.
- f. Penyebab kegemukan. Obesitas akan dirasakan oleh manusia yang menggandrungi produk *fast food* yang pada akhirnya akan memudahkan masuknya beberapa penyakit dalam tubuh, sehingga memerlukan perawatan medis.
- g. Terjadinya penurunan *self-esteem*. Terlalu fokus pada uang akan menggerus rasa keberartian diri, konsumerisme mendoktrin manusia untuk mendapatkan *self-esteem* dari benda yang mereka konsumsi. Imbasnya, masyarakat konsumtif akan merasa menyesal dan sia-sia dengan apa yang sudah ia konsumsi secara berlebihan karena sejatinya *self-esteem* datang dari hakikat dalam diri manusia itu sendiri, bukan dari objek konsumsi.
- h. Menyebabkan hilangnya rasa kemanusiaan. Tuntutan konsumerisme akan menyebabkan manusia teralienasi dari pekerjaannya dan lingkungan sosialnya, hal tersebut

berkepanjangan juga akan membuat manusia kehilangan rasa kemanusiaannya.

- i. Menyebabkan bunuh diri sosial, yang berarti matinya aktivitas sosial. Hal ini terjadi ketika manusia mengalami pemaksaan dalam segala hal, misalnya ketika seseorang dipaksa untuk bekerja demi terpeliharanya level konsumsi.
- j. Membuat hidup menjadi tidak stabil. Kehidupan yang tidak stabil akan dialami oleh manusia yang menyandarkan hidup mereka pada sesuatu yang labil, yaitu pada keinginan dan hasrat mereka terhadap komoditas.⁶²

Budaya konsumerisme merupakan organ vital di era post-modern dan dapat dijuluki sebagai “jantung kapitalisme” yang didalamnya terkandung mimpi, halusinasi, kesemuan, pendangkalan, artifisialitas, kemasam sujud komoditas melalui strategi imagologi dan hipersemiotika yang kemudian dikonstruksikan secara sosial.⁶³ Pertumbuhan fenomena konsumerisme dipicu oleh pergantian barang dan mode (*style*) yang semakin cepat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Citra yang ditonjolkan dalam konsumerisme menurut Mary Douglas dan Isherwood adalah citra gengsi dan kemewahan.⁶⁴ Manusia sendiri yang membangun *image* dan citra tersebut, mereka akan merasa bangga dengan pujian yang dikalungkan oleh lingkungan sosialnya. Dalam tingkatan yang serius, konsumerisme akan memunculkan sikap dehumanisasi yang bersifat kronis dan korosif.

Dalam agama juga sudah diajarkan, bahwa islam melarang perbuatan yang berlebih-lebihan sebab sesuatu yang berlebihan itu akan mendatangkan kemadlaratan, berikut Firman Allah SWT:

⁶²Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme*, h. 86-125.

⁶³Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme*, h. 122.

⁶⁴Rannie D. Rachaju, “Konsumerisme dalam Perspektif”, h. 7.

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya: “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.*”⁶⁵ (QS. Al-A’raf: 31)

⁶⁵QS. Al A’raf, ayat 31.

BAB IV

**KRITIK TERHADAP KONSUMERISME DALAM PEMIKIRAN
FILSAFAT ILMU JIWA (*KAWRUH JIWA*) KI AGENG
SURYOMENTARAM**

**A. Wacana Konsumerisme dalam Kajian Filsafat Jiwa Ki Ageng
Suryomentaram**

1. Latar Belakang Konsumerisme Perspektif Ki Ageng Suryomentaram

Konsumerisme merupakan suatu paham yang secara etimologi berasal dari kata *consumere*, *consumo*, atau *sumpsi* yang berarti menghabiskan, memboroskan, atau menghambur-hamburkan.¹

Adapun konsumerisme menurut beberapa tokoh, yaitu:

- a. Peter N. Stearns, konsumerisme menurutnya merepresentasikan masyarakat yang memaknai hidupnya pada kebahagiaan melalui perolehan barang atau komoditas material tanpa kejelasan substansinya. Ideologi tersebut membuat manusia semangat mengumpulkan modal agar bisa melakukan konsumsi.²
- b. Scholte, konsumerisme menurutnya adalah perilaku manusia untuk membuang dan membeli segala barang secara cepat namun kesenangan yang ia dapatkan hanya bersifat sementara.³
- c. Jean Baudrillard, konsumerisme dalam pandangannya menyebabkan manusia terjebak dengan sistem kebutuhan

¹Andreas Maurenis Putra, "Konsumerisme: "Penjara" Baru Hakikat Manusia?", *Societas Dei*, Vol. 5, No. 1, 2018, h. 74.

²Ahmad Sapei, Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, 2016, h. 32.

³Sri Wening, *Waspada Konsumerisme: Kiat-kiat Menghambat Melalui Pendidikan Karakter*, Yogyakarta: UNY Press, t.th., h. 12.

semu.⁴ Konsumerisme menempatkan pemaknaan konsumsi pada tatanan manipulasi tanda sebagai pemuasan kenikmatan diri.⁵

Ketiga pendapat tersebut memiliki inti yang sama, yaitu konsumerisme merupakan kegiatan konsumsi yang dilakukan atas dasar keinginan untuk mencapai kebahagiaan. Tidak dapat dipungkiri adanya kegiatan konsumsi sejak zaman dahulu pasti juga menimbulkan kesenjangan dalam kehidupan, terlebih dalam lingkungan kerajaan, kelas sosial akan sangat kentara dilihat dari pakaian yang dikenakan dan harta benda kepemilikan. Oleh karena itu, beberapa pemikiran yang di gagas oleh Ki Ageng Suryomentaram memuat kajian terkait kebutuhan hidup untuk merespon permasalahan sosial ekonomi tersebut yang saat ini disebut dengan konsumerisme.

Meskipun konsumerisme tidak disebutkan secara frontal dan eksplisit. Ideologi konsumerisme tersebut terkandung dalam ajaran-ajaran Ki Ageng Suryomentaram, mulai dari definisi konsumsi sampai solusi yang ia tawarkan untuk mengurangi belenggu konsumerisme. Berikut tiga ajaran atau pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang mendeskripsikan dan menggambarkan konsumerisme, yaitu; *Pangupajiwa* (ilmu penghidupan) yang menggambarkan definisi konsumerisme,⁶ *Raos Ajrih* (rasa takut) yang memuat faktor penyebab konsumerisme,⁷ *Pangawikan Pribadi* (Pengetahuan diri sendiri) sebagai rumusan untuk mengurangi belenggu konsumerisme.⁸

Pangupajiwa merupakan konsep yang mengungkapkan kebutuhan primer manusia yang meliputi pemenuhan *pangan* (makan), *sandhang*

⁴Kalya Nabila Zuhdi, dkk., “Praktik Masyarakat Konsumsi Online dalam Perspektif Baudrillard”, *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu- Ilmu Sosial*, 1(6), 2021, hlm. 683.

⁵Jean P. Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto, Bantul: Kreasi Wacana, 2004, hlm. xxxiv.

⁶Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 1, Jakarta: Haji Masagung, 1989, h. 112.

⁷Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 3, Jakarta: Haji Masagung, 1991, h. 52.

⁸*Ibid.*, h. 11.

(pakaian), *papan* (tempat tinggal) dan cara pemenuhannya, sama halnya dengan pengertian konsumsi yang erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan yang didasarkan pada antropologi naif tentang kebahagiaan.⁹ Ketiga kebutuhan primer tersebut bisa disebut kecukupan jika makannya merasa cukup enak dan mengenyangkan, pakaiannya cukup pantas untuk menutupi dan melindungi badannya dari panas dan dingin, serta rumah atau tempat tinggalnya dikatakan cukup jika merasa nyaman saat istirahat.¹⁰

Jika, konsumsi yang dilakukan melebihi dari kebutuhan primer tersebut maka bisa disebut dengan konsumerisme. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumerisme dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram adalah pola pemenuhan kebutuhan melewati kebutuhan primer atas dasar keinginan yang dilakukan secara berlebih-lebihan, foya-foya, impulsif, tanpa pertimbangan rasional dan mendatangkan kesenangan yang bersifat nomaden.

Adapun indikator untuk mengukur konsumerisme yaitu pola pikir dan tindakan konsumsi seseorang yang ditujukan untuk memenuhi kepuasan diri,¹¹ selain itu terdapat operasional indikator konsumerisme diantaranya adalah tindakan konsumsi dilakukan karena diskon, pembelian karena gengsi, kebutuhan status sosial, rasa kepercayaan diri, cenderung dikonotasikan dengan adanya sikap ekspresi diri, individualitas, dan kesadaran diri yang statistik dan materialistik.¹² Tiga dari indikator tersebut nampak selaras dengan yang diungkapkan oleh Ki Ageng Suryomentaram mengenai pola konsumsi yang tergolong konsumerisme, berikut spesifikasinya:

⁹Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 113.

¹⁰Suryomentaram *kaimpun dening* Grangang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 115.

¹¹Sri Wening, *Waspada Konsumerisme*, h. 13.

¹²Oktaviani Adhi Suciptaningsih, "Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman", *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol. 2, no. 1, 2017, h. 27.

Indikator Konsumerisme	Perspektif Ki Ageng Suryomentaram
Tindakan konsumsi seseorang yang ditujukan untuk memenuhi kepuasan diri.	<p><i>“Mila, yen cekaping panagupajiwa punika boten pathok kecakepan betahing kabutuhanipun, tiyang lajeng wonten raos anggranyah wonten nggen nedha, nyandhang, mapan”</i>.¹³ Ungkapan tersebut dapat dimaknai bahwa konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan primer akan selalu membuat individu merasa kurang, akhirnya tindakan konsumsinya didasarkan pada keinginan.</p>
Pembelian karena kebutuhan status sosial.	<p><i>“Yen tiyang punika anggenipun nedha, nyandhang, mapan, sampun pathok saged ngungkuli tangga-tangganipun, lajeng mahanani lelampahan, tiyang namun tansah unkul-ungkulan wonten nggen nyekapi kabutuhan, mila lajeng mahanani lelampahan kraos kirang sesarengan pangupajiwanipun”</i>.¹⁴</p>

¹³Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 119.

¹⁴*Ibid.*, h. 117.

	Ungkapan tersebut dapat dimaknai bahwa orang yang mendasarkan konsumsinya untuk saling mengungguli demi capaian status sosialnya, akan selalu merasa kurang oleh apa yang telah dikonsumsi.
Kesadaran diri yang statistik dan materialistik.	<p><i>“Ingkang murugaken boten kraos cekap pangupajiwani pun, punika saking pathokan barang-barang lan kawontenan”</i>.¹⁵</p> <p>Ungkapan tersebut dapat dimaknai bahwa kesadaran diri yang berkiblat pada sikap materialistik (menggantungkan pada barang kepimilikan) dan statistik (bergantung pada catatan angka) akan menciptakan rasa ketidakpuasan dalam mengonsumsi apapun.</p>

Dari beberapa indikator di atas, nampak kentara bahwa ajaran tentang pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan manusia yang digagas oleh Ki Ageng Suryomentaram relevan untuk mengkritik konsumerisme yang saat ini terjadi, konsumerisme sudah menjadi pola dan gaya hidup masyarakat modern akan membuat manusia diperbudak oleh pihak lain bahkan oleh egonya sendiri. Pihak tersebut merasa memiliki kekuatan untuk mengatur kehendak manusia, dengan begitu jiwa manusia akan dikendalikan oleh otoritas lain. Jika, manusia tidak

¹⁵*Ibid.*, h. 115.

bisa menguasai dirinya sendiri, maka raga dan jiwanya juga akan diperbudak oleh ego (*kramadangsa*)nya sendiri. Konsumerisme menjadi representasi eksistensi seseorang dimana tolak ukur keberadaan manusia dipandang dari harta benda yang telah dimiliki.¹⁶

2. *Kramadangsa* sebagai Akar dari Konsumerisme

Faktor konsumerisme tentu saja datang dari berbagai macam arah baik internal maupun eksternal, keinginan diri sendiri yang kemudian mendapatkan bumbu dari narasi penawaran produk oleh perusahaan komersial. Namun, keputusan tindakan yang diambil tetap ada pada diri sendiri. Beberapa faktor emosional yang sering muncul pada diri manusia seperti kepuasan diri, rasa keren, kesenangan pribadi, ketertarikan, keinginan, dan rasa takut terkadang membutuhkan manusia dalam segala tindakannya, misalnya dalam pola konsumsi. Sedangkan, faktor eksternalnya adalah kelompok lingkungan sosial, seperti teman, tetangga, ataupun dalam lingkup keluarga.¹⁷

Faktor penyebab konsumerisme dalam pemikiran Ki Ageng Suryomentaram terdapat pada konsep *kramadangsa*. *Kramadangsa* merupakan kumpulan catatan-catatan yang tinggal dalam ingatan dihasilkan dari rekaman manusia mulai dari masa balia sampai meninggal dunia.¹⁸ Kumpulan catatan yang membangun *kramadangsa* diantaranya catatan harta benda, catatan kehormatan, catatan kekuasaan, catatan keluarga, catatan kelompok, catatan kebangsaan, catatan jenis, catatan kepandaian atau keterampilan, catatan spiritualitas, catatan keilmuan, catatan dan catatan rasa hidup.¹⁹

¹⁶Sri Wening, *Waspada Konsumerisme*, h. 16.

¹⁷Mia Estetika, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS", *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 6, No. 6, 2017, h. 9.

¹⁸Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 2, Jakarta: Haji Masagung, 1990, h. 77.

¹⁹Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram*, Banten: Javanica, 2018, h. 72.

Dari sebelas catatan tersebut, terdapat tiga catatan yang mendominasi dan menguasai *kramadangsa* yaitu catatan harta benda, kehormatan, dan kekuasaan yang berhasil menunggangi *kramadangsa*. Dengan demikian, *kramadangsa* seperti seorang abdi yang dituntut memenuhi keinginan catatan tersebut. Jika *kramadangsa* menuruti semua keinginan hasrat manusia tanpa adanya pertimbangan, maka *kramadangsa* disebut sebagai akar dari tindakan konsumerisme, dalam kata lain *kramadangsa* adalah organ vital dalam perilaku konsumtif.²⁰

Adapun empat faktor utama penyebab konsumerisme menurut Ki Ageng Suryomentaram, yaitu:

1. Tidak bisa mengerti dan memahami rasa aku *kramadangsa* sehingga catatan *semat* (harta benda) akan semakin melunjak dan membuat manusia *ngaya-ngaya* untuk menimbun dan mengkonsumsi harta benda.
2. Rasa takut mati yang direpresentasikan dalam rasa *kramadangsa* yang ingin kekal dengan tindakan menimbun harta. Hal tersebut menyebabkan penyatuan jiwa dengan harta. Jika jiwa sudah menyatu dengan harta, jiwa akan ditunggangi oleh harta, sehingga orang akan salah kaprah dalam penggunaan harta dan memicu tindakan konsumtif.²¹
3. Menyatunya rasa kebutuhan kehidupan dengan barang-barang yang dikonsumsi. Hal tersebut membuat manusia menggantungkan kebutuhannya pada barang dan situasi, sehingga manusia akan berlomba-lomba untuk mengkonsumsi barang atau komoditas.

²⁰*Ibid.*, h. 73.

²¹Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 3, Jakarta: Haji Masagung, 1991, h. 57.

4. Tidak mengetahui dan mengerti perbedaan kebutuhan yang pokok dan yang tidak pokok, yang pada akhirnya pola pikir manusia mengkiblatkan barang sebagai patokan kehidupan.²²

Konsumerisme merupakan representasi dari pemenuhan catatan *semat* (harta benda) yang diwujudkan melalui *kramadangsa*. Suburnya karakter konsumtif tergantung pada *kramadangsa* yang memiliki kendali dalam setiap jiwa manusia, jika keinginan tersebut terus dituruti oleh *kramadangsa* maka karakter konsumtif akan subur dan langgeng, begitu juga sebaliknya. Maka dari itu *kramadangsa* juga bisa disebut dengan ego, sama dengan pemikiran Sigmund Freud²³ dalam psikoanalisisnya yang merumuskan tiga sistem dalam jiwa manusia yaitu: *Id*, *Ego*, dan *Superego*.²⁴ Antara *Id* dengan ego tidak bisa terpisahkan, karena keduanya saling berkesinambungan untuk mempertahankan kehidupan dan keturunan, sedangkan *superego* berfungsi sebagai perlawanan dari ego untuk mengganti dorongan realistis pada tujuan moralistik untuk mencapai kesempurnaan.²⁵

Kesimpulannya, *kramadangsa* menginginkan kelanggengan hidupnya untuk mengeksekusi semua catatan-catannya, dengan begitu si *kramadangsa* akan merasa bahagia selamanya. Oleh karena itu, *kramadangsa* memiliki rasa takut atas kehilangan, kepunahan, serta kematian segala hal, terlebih atas dirinya sendiri. Hal yang paling mendasar dalam segala tindakan manusia ialah *kramadangsa*.

²²Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 114-119. Lihat juga Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 261-262.

²³Sigmund Freud (6 Mei 1856-23 September 1939) merupakan filsuf kelahiran Moravia yang melahirkan teori psikoanalisis Freudianisme dan teori kepribadian. Sumber dari Ki Fudyartanta, *Psikologi Kepribadian: Paradigma Filosofis, Tipologis, Psikodinamik dan Organismik-Holistik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, h. 119.

²⁴*Id* adalah sistem kepribadian asli bawaan dari lahir yang beroperasi berdasarkan kenikmatan, yang kemudian menjadi cikal bakal ego dan *superego*. Ego merupakan bagian eksekutif dari *Id* untuk memilih, menentukan, dan melaksanakan insting mana yang akan dieksekusi untuk mencapai kepuasan, sedangkan *superego* adalah energi dari kepribadian untuk melawan prinsip kepuasan *Id* dan prinsip realistis ego, yang beroperasi dengan prinsip idealistik. Sumber dari Alwisol, *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*, Malang: UMM Press, 2016, h. 16-18.

²⁵Syamsu Yusuf dan Achmad Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012, h. 43-45.

B. Solusi untuk Mengurangi Belenggu Konsumerisme dalam Perspektif Ki Ageng Suryomentaram

1. Solusi untuk menghambat perkembangan konsumerisme

Setelah mengetahui apa saja faktor yang menyebabkan konsumerisme, tentu saja dibutuhkan cara atau solusi untuk merespon serta mengurangi belenggu konsumerisme. Berikut beberapa cara yang bisa dilakukan untuk mengurangi pertumbuhan konsumerisme, yaitu:

- a. Menanamkan pemahaman bahwa konsumerisme adalah musuh, langkah pertama yaitu dengan menghilangkan anggapan bahwa belanja itu sebagai salah satu wujud rekreasi.
- b. Menata kembali nilai-nilai kehidupan, dalam hal ini yang perlu dirubah adalah pemaknaan kebahagiaan yang materialis seharusnya lebih dimaknai dengan terbebasnya diri sendiri dari segala aspek dunia yang mengikatnya.
- c. Membentengi diri terhadap iklan, iklan merupakan salah satu media untuk mempengaruhi konsumen, didalamnya terkandung narasi-narasi persuasif, oleh karena itu *critical thinking* agar tidak mudah terpengaruh.
- d. Mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sejatinya kebutuhan dasar manusia untuk melangsungkan kehidupannya ada dalam makanan, pakaian, dan tempat tinggal seperti yang dikemukakan Ki Ageng Suryomentaram. Jadi, selain tiga hal tersebut bisa dikatakan kebutuhan sekunder, atau bahkan hanya berdasarkan keinginan yang muncul. Sebab, konsumerisme membuat seseorang melakukan pembelian saat seseorang itu ingin membeli (*impulse buying*).
- e. Menangani barang-barang dengan bijak, hal ini dilakukan dengan cara membeli barang dengan pertimbangan atau konsumsi secara etis.
- f. Menerapkan prinsip-prinsip rohani, ajaran keagamaan tentu saja mencegah umatnya berbuat serakah, berfoya-foya, dan

berlebih-lebihan, oleh karena pendalaman spiritual perlu dilakukan guna mengurangi perilaku konsumtif.²⁶

2. Penyucian *kramadangsa* sebagai upaya muhasabah diri

Ki Ageng Suryomentaram juga menawarkan solusi untuk mengatasi problematika konsumerisme, dan mengajarkan bagaimana seseorang bermuhasabah dengan dirinya sendiri sebagai bentuk perenungan atas segala kehidupannya. Solusi tersebut terkandung dalam ajaran *pangawikan pribadi* (pengetahuan diri sendiri), yang kemudian dirumuskan dengan istilah *Nem-Sa*, berikut tahapan dari analisis peneliti berdasarkan pemikiran Ki Ageng Suryomentaram:

- a. Mempelajari dan meneliti diri sendiri, sebab faktor yang utama ialah faktor internal.
- b. Mampu membedakan antara *kramadangsa* dan aku bukan *kramadangsa*.²⁷
- c. Memahami antara kebutuhan hidup (*pangan, sandhang, papan*) dan keinginan (*semat* “kekayaan”, *drajat* “kehormatan”, *kramat* “kekuasaan”).
- d. Memisahkan nilai atau kegunaan suatu produk dengan wujud benda, agar tidak terjadi umpang tindih antara kebutuhan yang berdasarkan kehidupan, dan hanya berdasarkan keinginan.²⁸
- e. Setelah memahami diri sendiri, hendaknya mengistiqomahkan rumus *Nem-Sa* yang dirakit oleh Ki Ageng Suryomentaram, yaitu:
 - 1) *Sakpenake* (senikmatnya saja), maksudnya adalah mengkonsumsi barang dengan patokan sesuai dengan kebutuhan rasa namun juga tidak berlebihan, sehingga kepuasan yang didambakan tidak perlu dikejar-kejar lagi, karena sebenarnya hal tersebut hanya akan memunculkan rasa baru dan menghilangkan rasa nikmat.

²⁶Sri Wening, *Waspada Konsumerisme*, h. 139-154.

²⁷Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa*, h. 68-70.

²⁸*Ibid.*, h. 264-265.

- 2) *Sabutuhe* (sepentingnya saja), dalam hal ini dalam seseorang harus pandai membedakan antara kepentingan dan keinginan, jika sudah mengetahui kepentingannya, maka tidak akan risau atau khawatir akan hal-hal lain yang tidak penting.
- 3) *Saperlune* (seperlunya saja), artinya dalam mengkonsumsi sesuatu tidak perlu berlebihan, dicukupkan dengan keperluannya saja agar tidak terjadi pelonjakan pola konsumsi.
- 4) *Sacukupe* (secukupnya saja), artinya tidak perlu menimbun harta benda yang tidak diperlukan, karena hanya memicu keserakahan.
- 5) *Samesthine* (seharusnya saja) berlaku objektif atas realita, hal ini berarti tidak perlu mempercayai mitos-mitos atau narasi yang dengan sengaja diciptakan oleh produsen untuk menggait para konsumennya.
- 6) *Sabenere* (sebenarnya saja), artinya tidak perlu memperdulikan segala hal yang masih diragukan kebenarannya. Seperti, *brandambassador* yang disewa untuk memasarkan suatu produk yang belum tentu sesuai dengan orang lain.²⁹

Jika beberapa solusi yang telah ditawarkan diatas dilakukan, maka sedikit demi sedikit rasa khawatir, kecemasan, yang muncul sebab konsumerisme akan tergerus secara perlahan. *Kramadangsa* yang mulanya sangat patuh terhadap catatan-catatan keinginan, mulai gersang sebab introspeksi diri dan latihan mengawasi diri sendiri. Dengan begitu, *kramadangsa asor* (melahirkan tindakan yang rendah) akan berubah menjadi *kramadangsa luhur* (melahirkan tindakan yang

²⁹*Ibid.*, h. 268-270. Lihat juga Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 126.

luhur),³⁰ seperti tercapainya pola konsumsi dan kebutuhan hidup setiap individu yang sesuai dengan porsinya masing-masing.

C. Tipologi Konsumerisme dalam Perspektif Ki Ageng Suryomentaram

1. Tipe Konsumerisme Ki Ageng Suryomentaram

Secara umum tipologi konsumerisme terbagi menjadi empat, yaitu konsumerisme (*consumerism*) yaitu konsumerisme dengan stigma negatif yang sudah umum diketahui yaitu pola konsumsi berlebihan yang dilanggengkan untuk mencapai kepuasan diri, konsumerisme hijau (*green consumerism*) konsumerisme hijau berarti pola konsumsi yang berangkat dari kesadaran lingkungan, dimana produsen atau konsumen ingin menggantikan barang, produk, ataupun jasa yang bersifat ramah lingkungan, konsumerisme etis (*ethical consumerism*) yaitu pola konsumsi yang fokus perhatiannya pada etika produsen dan konsumen dalam perilaku bisnis modern, dan anti konsumerisme (*anti-consumerism*) , yaitu kelompok masyarakat yang benar-benar mencoba mengurangi porsi konsumsi baik dari pihak produsen ataupun konsumen..³¹

Dari empat tipologi tersebut, konsumerisme dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram sewaktu-waktu termasuk dalam tipe *consumerism* dan *anti-consumerism*. Sesuai dengan definisi diatas, pola konsumsi dalam pemenuhan kebutuhan yang digagas Ki Ageng Suryomentaram bisa digolongkan konsumerisme jenis pertama yaitu *consumerism* dengan alasan jika pola konsumsi dilakukan secara impulsif dan berlebihan untuk mencapai kesenangan dan kepuasan yang didorong oleh catatan *semat* dalam aku *kramadangsa*. Kesenangan yang diperoleh dari tipe konsumerisme ini bersifat *mulur* dan *mungkrat* karena patokannya ditujukan pada barang. Dampak yang

³⁰Muhaji Fikriono, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryoemntaram*, Banten: Javanica, 2018, h. 401.

³¹Benny Santoso, *Bebas dari Konsumerisme: Bebas dari Kekurangan Uang*, Yogyakarta: Andi, 2006, h. 10-11.

dihasilkan dari *consumerism* yaitu selalu merasa khawatir, terjajahnya diri terhadap harta benda, tergerusnya rasa bertanggung jawab atas kehidupannya, dan lenyapnya rasa berani mati karena terlalu asik untuk berfoya-foya.³²

Kemudian, tergolong *anti-consumerism* jika pola konsumsi yang dilakukan didasarkan pada kecukupan kebutuhan hidup yaitu (*sandang, pangan, dan papan*) yang bertujuan untuk mencapai ketenangan dalam hidup. Dalam tipe ini, kebutuhan hidup tidak lagi digantungkan pada harta benda, karena sudah menyadari bahwa hal tersebut malah akan mendatangkan kecemasan dan ketakutan dalam diri. Kebahagiaan yang diperoleh dari *anti-consumerism* bersifat langgeng karena dapat merasakan ketentraman hidup tanpa rasa khawatir yang berlebihan, dan lebih mudah untuk mencapai ukuran keempatan yaitu *manungsa tanpa tenger*.

2. Faktor Pendorong Konsumerisme Ki Ageng Suryomentaram

Terdapat dua teori besar yang menjadi faktor pendorong utama bagi konsumerisme, yaitu hedonisme dan materialisme. Hedonisme merupakan paham yang mengungkapkan kehendak manusia hanya didasarkan pada kesenangan dan kenikmatan yang dipahami dengan pemenuhan segala keinginan sehingga esensi filosofis hedonis lebih mengarah pada konotasi seksual, material, dan seremonial.³³ Berikutnya, adalah materialisme yaitu paham yang mengabdikan kebutuhan hidupnya pada keinginan material, mengabaikan hal-hal spiritual, materialisme sebagai pandangan hidup memiliki kecenderungan yang sepenuhnya didasarkan pada kepentingan materi.³⁴

³²Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 44-45

³³Yosefo Gule, “Studi Teologi-Etis Hubungan Perilaku Korupsi sebagai Salah Satu Dampak Sikap Hidup Hedonis”, *Jurnal Religi: Jurnal Stui Agama-Agama*, Vol. 17, No. 01, 2021, h. 108.

³⁴Fransisca Mulyono, “Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi”, *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, Volume 15, Nomor 2, 2011, h. 47.

Melihat dari definisi konsumerisme dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram yang sudah dijelaskan sebelumnya, nampaknya faktor utama pendorong konsumerisme yang ia sampaikan termasuk hedonisme dan materialisme. Hedonisme dan materialisme sebagai faktor pendorong utama dalam perspektif Ki Ageng Suryomentaram nampak pada kajiannya, berikut tiga poin utamanya:

Bentuk hedonisme Perspektif Ki Ageng Suryomentaram	Bentuk materialisme Perspektif Ki Ageng Suryomentaram
Menuruti semua catatan keinginan yang didasarkan pada kesenangan, dan menghindari kesengsaraan.	Menyatunya rasa <i>mangan</i> , <i>nyandhang</i> , <i>mapan</i> dengan wujud barang-barang yang dimakan, dipakai, dan di tempati, yang menyebabkan seseorang berlebihan dalam pola konsumsi.
Merasa bahagia jika bisa mengungguli orang lain.	Menjadikan barang dan perkembangan zaman sebagai pegangan dalam pemenuhan kebutuhan hidup. ³⁵
Rasa <i>kramadangsa</i> yang ingin kekal agar bisa mencapai semua keinginan yang didasarkan pada kesenangannya. ³⁶	Menimbun harta benda untuk kebutuhan jiwa dan raganya sendiri. ³⁷

Tiga poin diatas sepadan dengan karakteristik hedonis yang melakukan segala tindakan atas dasar kesenangan, dan karakteristik

³⁵Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 1, h. 115.

³⁶Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh* Jilid 3, h. 56

³⁷*Ibid.*, h. 57.

materialis yang menggantungkan kebutuhan pada komoditas atau barang. Padahal, sejatinya menurut Ki Ageng Suryomentaram tidak ada satupun barang yang pantas dicari secara mati-matian, hal ini berarti pola konsumsi parameternya adalah tiga kebutuhan hidup primer manusia yaitu makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Jika, kebutuhan tersebut sudah tercukupi sesuai dengan ukurannya, tidak perlu lagi melakukan konsumsi atas dasar yang lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan serta pembahasan yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan sebagai berikut:

1. Filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram menitik beratkan kajiannya pada dua komposisi jiwa manusia yaitu aku *kramadangsa* dan aku bukan *kramadangsa*. Dua komposisi tersebut menjadi daya penggerak segala tindakan manusia. *Kramadangsa* adalah kumpulan dari catatan-catatan yang tinggal dalam ingatan manusia atau bisa disebut juga dengan rasa keakuan (ego). Tiga catatan diantaranya berhasil mendominasi *kramadangsa* yaitu *Semat* (kekayaan), *Drajat* (kehormatan/ pangkat), *Kramat* (kekuasaan). Jiwa manusia yang sudah didominasi oleh *kramadangsa* akan mendasarkan segala tindakannya pada *semat*, *drajat* dan *kramat* yang mendatangkan rasa senang dan susah yang *mulur* (memanjang) *mungkret* (memendek). Jiwa manusia yang berhasil menundukkan dan melemahkan *kramadangsa* disebut aku bukan *kramadangsa* yang akan memunculkan jiwa *manungsa tanpa tenger*, yaitu terbebasnya jiwa manusia dari berbagai macam ciri dan atribut kehidupan. Dengan demikian, akan tercapai ketentraman dan kebahagiaan yang bersifat abadi.
2. Kritik terhadap konsumerisme dalam pemikiran filsafat ilmu jiwa (*kawruh jiwa*) Ki Ageng Suryomentaram dimulai dari arti konsumerisme menurutnya yaitu representasi tindakan manusia yang berhasil dinahkodai oleh aku *kramadangsa* yang membawa pengaruh negatif dalam kehidupan manusia. Faktor

yang mendorong tindakan tersebut ada empat macam, yaitu: Tidak bisa mengerti dan memahami rasa aku *kramadangsa*, Rasa takut mati yang direpresentasikan dengan tindakan menimbun harta, Menyatunya rasa kebutuhan kehidupan dengan barang-barang yang dikonsumsi, dan Tidak mengetahui dan mengerti perbedaan kebutuhan yang pokok dan yang tidak pokok. Berdasarkan faktor tersebut, konsumerisme perspektif Ki Ageng Suryomentaram termasuk dalam tipe *Consumerism* dan *Anti-consumerism*. Untuk mengurangi belenggu konsumerisme Ki Ageng Suryomentaram memberikan solusi yaitu dengan mempelajari diri sendiri, latihan untuk mengawasi diri sendiri, menerapkan rumus *Nem-Sa: Sakepenake, Sabutuhe, Saperlune, Sacukupe, Samesthine, Sabenere*.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan dalam skripsi ini, yakni penelitian ini terbatas pada metode *content analysis* yang didapatkan dari sumber primer buku *kawruh begja sawetah* dan *kawruh jiwa* jilid 1, 2, 3, 4. Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti selanjutnya bisa menambahkan metode wawancara kepada komunitas pelajar *kawruh jiwa* (KPKJ) untuk menunjang sumber data yang dibutuhkan. Pembaca juga diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu rujukan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian dengan tema filsafat jiwa Ki Ageng Suryomentaram ini merupakan salah satu bagian kecil dari banyaknya pemikiran Ki Ageng Suryomentaram yang dapat dikaji dengan berbagai macam perspektif guna menambah kajian filsafat Nusantara dan secara praktis dapat digunakan untuk mengatasi problematika kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, *Filsafat Manusia: Memahami Manusia melalui Filsafat*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Afif, Afthonul, *Matahari dari Mataram: Menyelami Spiritualitas Jawa Rasional Ki Ageng Suryomentaram*, Depok: Kepik, 2012.
- Afifah, Atik Ma'rifatun, "Psikologi Humanistik: Victor Frankl dan Ki Ageng Suryomentaram (KAS)", *Nathiqiyah: Jurnal Psikologi Islam*, Vol. 3 No. 1, 2020.
- Alwisol, *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*, Malang: UMM Press, 2016.
- Amelia, Reski, *Hedon tapi Kere*, Jln. Budaya Gowa: Pustaka Taman Ilmu, t.th.
- Armawi, Armaidly, "Dari Konsumerisme ke Konsumtivisme: Dalam Perspektif Filsafat Barat", *Jurnal Filsafat*, Vol. 17, Nomor 3, Desember 2007.
- Bakti, Indra Setia, dkk., "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard", *Jurnal Sosiologi USK*, Volume 13, Nomor 2, 2019.
- Basuki, Ari, "Perbandingan antara Pemikiran Karl Marx dengan Pemikiran J. Krishnamurti tentang Perubahan Sosial", *Humaniora*, Vol. 20, No.3, 2008.
- Baudrillard, Jean P., *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto, Bantul: Kreasi Wacana, 2004.
- Cruz, Maria Ursula Mai dan Bulan Prabanawi, "Konsumen Ramah Lingkungan: Perilaku Konsumsi Hijau *Civitas Academica* Universitas Diponegoro", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 6, Nomor 1, 2017.
- El-'Aishiy, Abdurrahman, *Makrifat Jawa untuk Semua: Menjelajah Ruang Rasa dan Mengembangkan Kecerdasan Batin bersama Ki Ageng Suryomentaram*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2011.
- Estetika, Mia, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS", *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 6, No. 6, 2017.
- Fadhil, Radityo Luthfi, "Idul Fitri sebagai Gejala Konsumerisme", e-Proceeding of Art & Design: Vol. 3, No. 2, 2016.

- Fadhilah, “Relevansi Logika Sosial Konsumsi dengan Budaya Konsumerisme dalam Perspektif Epistemologi Jean Baudrillard”, *Jurnal Kybernan*, Vol. 2, No.1., 2011.
- Fahriansyah, “Antisofisme Socrates”, *Al ‘Ulum*, Vol. 61, No. 3, 2014.
- Fakhry, Majid, *Etika dalam Islam*, terj. Zakiyuddin Baidhawiy, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996.
- Febrianti, Cici, “Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswi Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru”, *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Fikriono, Muhaji, *Kawruh Jiwa: Warisan Spiritual Ki Ageng Suryomentaram*, Banten: Javanica, 2018.
- Fikriono, Muhaji, *Puncak Makrifat Jawa: Pengembaraan Batin Ki Ageng Suryomentaram*, Jakarta: Noura Books, 2012.
- Fudyartanta, Ki, *Psikologi Kepribadian: Paradigma Filosofis, Tipologis, Psikodinamik dan Organismik-Holistik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Gule, Yosefo, “Studi Teologi-Etis Hubungan Perilaku Korupsi sebagai Salah Satu Dampak Sikap Hidup Hedonis”, *Jurnal Religi: Jurnal Stui Agama-Agama*, Vol. 17, No. 01, 2021.
- Hanurawan, Fattah, dan Fendy Suhariadi, *Filsafat Ilmu Psikologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Harahap, Nursapia, “Penelitian Kepustakaan”, *Jurnal Iqra’*, Vol. 08, No. 01, 2014.
- Heldi, “Pola Konsumsi Masyarakat Postmodern: Suatu Telaah Perilaku Konsumtif dalam Masyarakat Postmodern”, *Al- Iqtisha*, Vol. 1 No. 1, 2009.
- Husna, Aftina Nurul, Orientasi Hidup Materialistis dan Kesejahteraan Psikologis: Seminar Psikologi & Kemanusiaan, Psychology Forum UMM, 2015.
- Indah, Astrid Veranita dan Awal Muqsith, “Panic Buying: Konsumerisme Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi COVID-19 Perspektif Psikoanalisis Jacques Lacan”, *Jurnal Filsafat*, Vol. 31, No. 1, 2021.

- Ismail, Maryam, “Hedonisme dan Pola Hidup Islam”, *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makassar*, Vol. 16, No. 2, 2019.
- Jatman, Sudarmanto, Ilmu Jiwa Kaum Pribumi: Pidato Pengukuhan, Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro Semarang, 2008.
- Kabalmay, Husin Anang, “Kebutuhan Ekonomi dan Kaitannya dengan Perceraian: Studi atas Cerai Gugat di Pengadilan Agama Ambon”, *Tahkim*, Vol. XI, No. 1, 2015.
- Kamal, Faisal dan Wahyuningrum, Zulfa Indra, “Aktualisasi Ajaran Ki Ageng Suryomentaram sebagai Basis Pendidikan Karakter”, *Jurnal I Pancar*, Vol. 1 No. 2, 2017.
- Lee, Michael S. W. and Christie Seo Youn Ahn, “Anti-Consumption, Materialism, and Consumer Well-Being”, *The Journal of Consumer Affairs*, Volume 50, Number 1, 2016.
- Liska, Marisa, Konsumerisme sebagai Faktor Penarik Terjadinya Fenomena *Enjokousai* dalam Masyarakat Jepang Kontemporer, Skripsi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia Depok, 2011.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Muhadjir, Neong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Positifistik Rasionalistik, Fenomenologik Realisme Methaphisik*, Yogyakarta: Rake Sarasin P. O Box 83, 1996.
- Mulyono, Fransisca, “Materialisme: Penyebab dan Konsekuensi”, *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, Volume 15, Nomor 2, 2011.
- Munandar, Siswoyo Aris, “Ajaran Tasawuf dalam Serat *Wedhatama* Karya K.G.P.A.A Mangkunegara IV”, *Jurnal Kaca Jurusan Ushuluddin STAI Al Fithrah*, Volume 10, Nomor 1, 2020.
- Murdani, Teuku, Materialisme dalam Konsepsi Mutadha Muthahhari: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2019.

- Nikmaturohmah, Konsep Manusia Ki Ageng Suryomentaram Relevansi dengan Pembentukan Karakter Sufistik: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Walisongo Semarang, 2016.
- Nurhadi dan Dian Swandayani, “Konflik Antar-*Kramadangsa* dalam Novel-Novel Indonesia Mutakhir Berlatar Etnis Jawa: Kajian Filsafat Suryomentaram”, *Jurnal Litera FBS UNY*, No. 3, 2006.
- Octaviana, Rina, “Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Harbert Marcuse”, *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol. 5, No. 1, 2020.
- Putra, Andreas Maurenis, “Konsumerisme: “Penjara” Baru Hakikat Manusia?”, *Societas Dei*, Vol. 5, No. 1, 2018.
- Rachaju, Rannie D., “Konsumerisme dalam Perspektif *Human Development*”, *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Rahmadi, Sidiq, Konsep Kebahagiaan Menurut Pemikiran Ki Ageng Suryomentaram: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020.
- Ramanda, Riskha, dkk., “Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori *Body Image* bagi Perkembangan Remaja”, *Jurnal Edukasi UNJ*, Vol. 5, No. 2, 2019.
- Renatha, Nadya, Representasi Hedonisme dalam Media Sosial Instagram @Awkarin: Skripsi, Fakultas Teknologi Infomasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, 2019.
- Rohayedi, Heddy dan Maulina, “Konsumerisme dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Transformatif*, Vol. 4, No. 1, 2020
- Rohman, Abdur, “Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocorn di Kalangan Mahasiswa”, *Karsa: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Vol. 24 No. 2, 2016.
- Rohman, Ahkamu, Pemikiran Humanisme Islam Jawa Ki Ageng Suryomentaram dalam Buku *Kawruh Jiwa*: Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta, 2016.
- Santoso, Benny, *Bebas dari Konsumerisme: Bebas dari Kekurangan Uang*, Yogyakarta: Andi, 2006.

- Sapei, Ahmad, Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, 2016.
- Sari, Nur Indah, Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulacra dalam Budaya Peniruan Produk Bermerek Menurut Perspektif Islam, Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Walisongo Semarang, 2017.
- Setianingsih, Eka Sari, “Wabah Gaya Hedonisme Mengancam Moral Anak”, *Malih Peddas: Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar*, Volume 8, Nomor 2, 2018.
- Stellarosa, Yolanda, *Kecanduan Belanja: Budaya Konsumerisme dalam Teks*, Tangerang: Indigo Media, 2020.
- Suciptaningsih, Oktaviani Adhi, “Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman”, *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol. 2, no. 1, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sukmono, Filosa Gita (ed), *Cyberspace and Culture: Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup, dan Identitas dalam Dunia Cyber*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014.
- Sumanto, “Kesejahteraan Subyektif menurut Ki Ageng Suryomentaram (KASM) dalam Perspektif Psikologi Kontemporer”, *Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*, Volume 19, No. 1, 2011.
- Sumartana, Th. dkk. ed, *Reformasi Politik Kebangkitan Agama dan Konsumerisme*, Yogyakarta: Dian/ Interfidei, 2000.
- Suryomentaram dan Agus Wahyudi (ed), *Kawruh Begja Sawetah: Pengetahuan Hidup Bahagia*, Yogyakarta: Penerbit Lingkaran, 2020.
- Suryomentaram kaimpun dening Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentara* Jilid 4, Jakarta: Haji Masagung, 1993.

- Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentara* Jilid 1, Jakarta: Haji Masagung, 1989.
- Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 2, Jakarta: Haji Masagung, 1990.
- Suryomentaram *kaimpun dening* Grangsang Suryomentaram, *Kawruh Jiwa: Wejanganipun Ki Ageng Suryomentaram* Jilid 3, Jakarta: Haji Masagung, 1991.
- Suyanto, Bagong, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Tumanggong, Rusmin, *Ilmu Jiwa Agama: The Psuchology of Religion*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Umanailo, M. Chairul Basrun, (March 2018). *Konsumerisme* . Diunduh pukul 21:38 WIB pada tanggal 7 April 2022 dari <https://www.researchgate.net/publication/323943765>
- Untarini, Nindria, “Studying the Attitudes-Behavior Gap in Ethical Consumerism: A Review of Research”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 9, Nomor 2, 2020.
- Wardani, Lestri Kusumah, dan Sumaryanti, Indri Utami, “Hubungan Materialisme dan Compulsive Buying pada Mahasiswa di Kota Bandung”, *Prosiding Psikologi*, Volume 5, Nomor 2, 2019.
- Wening, Sri, *Waspada Konsumerisme: Kiat-Kiat Menghambat Melalui Pendidikan Karakter*, Yogyakarta: UNY Press, t.th.
- Wibawanto, Sigit, “Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Pembelian di Pasar Modern: Studi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen”, *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 15, No. 01, 2016.
- Y.A, Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*, Yogyakarta: Jalasutra, 2005.
- Yusuf, Syamsu, dan Achmad Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

Zaprulkhan, *Filsafat Ilmu: Sebuah Analisis Kontemporer*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.

Zuhdi, Kalya Nabila, dkk., “Praktik Masyarakat Konsumsi Online dalam Perspektif Baudrillard”, *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu- Ilmu Sosial*, 1(6), 2021.