

Pak AR, Dari Sajadah Sampai Umat Sejahtera

Kamis, 17-10-2019

MUHAMMADIYAH.ID, YOGYAKARTA— Abdul Razak Fachruddin (Pak AR), Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah yang tidak dipungkiri lagi kesederhanaan dan sifat *warak* nya, telah banyak memberikan pengajaran kepada Muhammadiyah yang bisa diresapi oleh kader mudanya, dan pesan-pesan Pak Ar jika digalih makna tersuratnya masih relevan dengan masa sekarang.

Dalam buku yang diterbitkan oleh PP Muhammadiyah tahun 1968, Pak AR menulis tentang Pedoman Tikar Sembahyang (sajadah). Seperti yang lain, apa yang disampaikan oleh Pak AR selalu terkait dengan hal-hal yang dekat dengan umat, persoalan keseharian yang biasa dianggap remeh/*receh*. Termasuk dalam catatannya kali ini.

Catatan ini Pak AR menyinggung perihal kebanggaan seorang muslim masa itu, yang ketika datang sholat ke Masjid dengan memakai sajadah yang mewah, berwarna mencolok dan terbuat dari babut atau beludru yang lembut. Lebih merasa bangga lagi apabila sajadah yang dipakai merupakan hasil pembelian langsung dari Mekkah atau Madinah.

“Sampai-sampai di Indonesia, demi untuk menjalani kegemaran kaum muslimien jang demikian itu, ada perusahaan tenun dalam negeri jang sengadja mengeluarkan tikar sholat atau sadjadah itu jang djuga bergambar-gambar semajam itu. Malah ada pula jang digambar dengan simbul organisasi jang dimasukinja,” tulis Pak Ar.

Jika diamati lebih serius, fenomena ini juga terjadi sekarang ini. Selain *satire* terkait warna dan gambar yang mencolok bisa mengganggu konsentrasi dalam sholat. Pesan lain juga terkait dengan melimpahnya jumlah umat Islam saat ini yang memiliki semangat untuk kembali ber-Islam secara *kaffah*. Semangat tersebut menjadikan mereka sebagai bidikan empuk para pemilik modal yang dengan kamouflatif mengeksploitasinya. *Fashion* yang mereka produksi dan memilih berlabel Islami, laris di pasar umat Islam.

Disebabkan karena butuh pengekspresian, semangat kelompok yang ingin ber-Islam secara *kaffah* ini kemudian membutuhkan simbol-simbol tertentu sebagai identitas ke-*kaffah*-annya. Namun, *nahasnya* mereka malah menjadi ‘bulan-bulanan’ para pemilik modal. Produksi besar-besaran dilakukan dan menjejali ruang sadar mereka melalui iklan-iklan di media sosial yang ada digengamannya.

“Apa pula kalau dilihat bahwa permadani-permadani sadjadah jang bergambar Mesjid Makkah, Madinah dan sebagainya itu walaupun dijualnya di Makkah, di Djeddah, di Madinah pada umumnja adalah buatan dari Itali, dari Belgia dan lain-lainnja,” lanjut Pak Ar.

Selain pesan tersurat tentang perilaku konsumtif yang dialami oleh umat Islam, secara tidak langsung Pak Ar juga mengajak kepada umat Islam untuk lebih mandiri secara ekonomi, artinya bukan lagi menjadi konsumen tetapi posisinya harus berubah menjadi produsen.

Melalui sindiran seperti ini, Pak Ar ingin mengajak umat Islam menjadi umat yang sejahtera. Sehingga cita-cita ingin menjadi “*baldatun toyyibatun wa rabbun ghofur*” bukan lagi pemanis bibir semata. **(a'n)**