

Aisyiyah dan “Kaum Ibu” Menahan Gonjang Ganjing Kehidupan

Senin, 06-07-2020

Oleh: Muhammad Misbahuddin

(Mahasiswa Doktorat UIN Sunan Kalijaga)

Wabah pandemi Covid-19 sudah berlangsung nyaris setengah tahun. Covid 19 mengguncang sektor kesehatan hingga ekonomi hampir semua negara, tidak terkecuali di Indonesia. Pemutusan hubungan kerja, pembegalan di jalanan, dan tingkat angka perceraian yang menanjak adalah sekian informasi yang menghiiasi media massa selain persoalan wabah coronavirus itu sendiri. Tapi, perhatian sejenak justru tertuju pada kasus-kasus perceraian yang terjadi selama covid 19 berlangsung. Sebagaimana lazim jadi “kambing hitam”, problem ekonomi dianggap jadi alasan utama. Juga, ada alasan “orang ketiga” dan tentu saja persoalan ketidak cocokan prinsip.

Tapi menarik juga. Sebab, problem ekonomi, sering disangkut-pautkan dengan keretakan rumah tangga. Maka ada banyak upaya historis untuk “mensejahterakan” keluarga, demi alasan spiritual maupun sosial. Jika keluarga sejahtera, maka kelangsungan rumah tangga juga akan bertahan lama. Asumsi semacam ini memang tidak sederhana. Organisasi-organisasi keislaman, terutama yang membidangi kehidupan perempuan atau rumah tangga, berupaya sekuat tenaga untuk meningkatkan taraf ekonomi keluarga. Sebab, aspek ekonomi ini erat kaitannya dengan mode sosial urban, ketika perempuan tidak lagi dianggap lazim dan normal hidup domestik.

Perempuan, keluarga, dan perilaku ekonomi rumah tangga merupakan topik bersejarah bagi dunia gerakan perempuan muslim hingga tema kesusastran perempuan dunia. Jadi, tampaknya sangatlah unik untuk membandingkan bagaimana tiga hal tersebut bertemu dalam rangka memaknai peristiwa hidup terkini selama masa pandemi berlangsung. Bagaimana baik gerakan perempuan muslim dan kesusastran perempuan Eropa mempersoalkan praktik ekonomi domestik yang berpotensi mengguncang kehidupan rumah tangga. Ini merupakan topik menarik, sekedar rehat dan melihat dunia dari sisi yang paling krusial.

Aisyiyah Membangun Sikap Hemat dan Anti Berfoya-foya

Perlakuan mode hidup urban yang mengapresiasi “pekerjaan produktif” (bekerja yang dibayar) menempatkan perempuan makin sulit secara sosial dan agama. Maka, tidak heran, organisasi perempuan muslim seperti Aisyiyah berupaya untuk meningkatkan taraf pengakuan kerja perempuan. Sejak berdiri pada tahun 1917 di Yogyakarta, organisasi Aisyiyah menjadi salah satu gerakan perempuan muslim yang berupaya mendidik perempuan supaya mengelola keuangan rumah tangga.

Aisyiyah sebagai sebuah perhimpunan organisasi perempuan Islam, menganggap bahwa sistem perekonomian masyarakat akan tumbuh dengan baik, apabila keluarga, utamanya kaum ibu mendapat bimbingan yang serius dalam persoalan ekonomi. Hal ini karena di Asia Tenggara, menurut Anthony Raid (1994) seorang antropolog yang menulis sejarah niaga dan perdagangan, menjelaskan bahwa masyarakat Asia Tenggara cenderung menyenangi sifat boros dengan berbagai kemewahan-kemewahan yang berlebih. Bahkan, orang miskin juga suka hidup boros dan berlebihan. Maka tidak heran, muncul kesadaran bahwa kaum perempuan punya peran vital dalam mengelola keuangan masyarakat. Jika perempuan berhasil dididik untuk mengerem kebiasaan berjudi, mabuk-mabukan, dan berbelanja barang-barang mewah kaum laki-laki, maka kehidupan rumah tangga akan lebih baik. Inilah yang kemudian dibidik oleh Aisyiyah. Perempuan harus tampil menjadi benteng perekonomian keluarga.

Dalam sebuah artikel yang terbit dalam *Soeara Aisijiah* tahun 1938, anggota organisasi perempuan ini diajak bersikap hemat untuk menahan gempuran persoalan krisis ekonomi. Ingat, Amerika dan Eropa selama dekade 1930 hingga 1940 mengalami krisis ekonomi berat (*great depression*). Maka, kelihatannya, gelombang kewaspadaan pada keruntuhan ekonomi telah menyebar di luar dugaan. Tentu saja konteks waktu itu adalah hemat dalam urusan perut (konsumsi) dan hemat dalam urusan pakaian (kebutuhan sekunder).

Artikel tersebut juga menggambarkan karakter “seorang istri yang ideal” yakni yang mampu hidup hemat sebagai bentuk kebijaksanaan hidup. Bahkan “istri ideal” itu harus dapat hidup hemat melebihi sifat hemat sang suami. Artikel tersebut juga menyatakan bahwa seorang istri haruslah pandai mengatur keuangan. Umpamanya, kalau diberi nafkah oleh suami f. 0.15, tiap harinya, maka seorang istri harus mengeluarkan 5 sen saja. “Bila ada yang bertanya, cukup beli apakah uang 5 sen tersebut, maka kita menjawab, untuk makan minum cukup, untuk membeli keperluan lain, jangan terlalu mengikuti hawa nafsu” (hlm.85).

Berkaitan dengan pakaian, menurut Raid, masyarakat Asia Tenggara selalu menyesuaikan selera. Dalam konteks tahun 1930, tentunya telah berubah jauh daripada abad ke 15 dan 17 sebagaimana yang ditulis Raid, namun yang tidak berubah adalah minat akan konsumsi pakaian. Orang Asia Tenggara suka beli baju. Oleh karena itulah, dalam artikel di tahun yang sama, *Soeara Aisijiah* menekankan bahwa pakaian yang dibeli dan dipakai tersebut bukan hanya mementingkan mahal tidaknya harga barang, tetapi fungsi pakaian yang dapat menutupi aurat.

Pembayangan “Negeri Sendiri”

Kutipan unik: “Daripada uang diberikan kepada negeri Prancis atau Djepang, lebih baik memakai dan membeli pakaian negeri sendiri” (hlm. 86). Kelihatan jelas bahwa Aisyiyah sejak lama berupaya keras membimbing kaum perempuan untuk urusan pengelolaan kehidupan domestik, dan bahwa sikap konsumtif memiliki muatan politik. Aisyiyah pada dekade 1930an berupaya mengkerangkai pembayangan mengenai “negeri sendiri” bahkan untuk urusan belanjaan pakaian. Sungguh aneh dan jenaka juga. Sebab, Indonesia baru berdiri pada tahun 1945. Mengapa, dan jelas sengaja, artikel itu ditulis pada tahun 1938, dan si penulis artikel menulis “negeri sendiri” sebagai bentuk penalaran praktis transaksi ekonomi. Semoga lain waktu bisa menjawab dengan meyakinkan. Apakah kaum ibu yang dituju oleh Aisyiyah ini juga mencakup kaum ibu sebagaimana Kartini menyebut “kaumnya” untuk “kaum perempuan” yang tersadarkan pada tuntutan zaman baru?

Kampanye hidup hemat dan anti berfoya-foya yang berbalut dengan pembayangan mengenai nasib “negeri sendiri” adalah perihal unik. Ini sesuai dengan semangat yang begitu kuat bagi Muhammadiyah dan Aisyiyah, yakni “menolong kesengsaraan oemoem”. Jelas, ada pembayangan mengenai suatu identitas geografis dan solidaritas dalam kampanye-kampanye organisasi keislaman ini. Dengan begitu juga kelihatan bahwa Aisyiyah berupaya menghubungkan pentingnya ketahanan keluarga dan struktur kesadaran mengenai negeri-bangsa-agama. Sebab, masing-masingnya memiliki muatan subjek: negeri berarti warga, bangsa berarti manusia, dan agama berarti umat.

Dalam rangka mempertahankan masing-masing struktur tersebut, dibutuhkan suatu kampanye moral ekonomi yang berbeda, yang lebih kuat menghadapi krisis atau keruntuhan tatanan sosial.

Begitulah cara Aisyiyah menahan gonjang ganjing keruntuhan sistem sosial kemasyarakatan. Didik perempuan atau kaum ibu, maka pertahanan atau benteng “negeri” bisa bertahan dari kerusakan. Dengan begitu pula, cita-cita “menciptakan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya” bisa terwujud. Masyarakat yang harmonis, hemat dan anti berfoya-foya.