

AGAMA, BUDAYA KONSUMSI, DAN JEJAK EKOLOGIS: KRITIK NILAI ATAS GAYA HIDUP MASYARAKAT URBAN

Umar Mukhtar Siregar¹

Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

umarms@unimed.ac.id

Hidayat Herman²

Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

hidayat147@unimed.ac.id

ABSTRAK

Krisis ekologis global dan meningkatnya budaya konsumsi masyarakat urban menunjukkan bahwa persoalan lingkungan tidak hanya terkait dengan teknologi dan kebijakan, tetapi juga dengan nilai, identitas, dan orientasi gaya hidup. Artikel ini membahas hubungan antara agama, budaya konsumsi, dan jejak ekologis masyarakat urban dengan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka. Hasil analisis menunjukkan bahwa agama memiliki dua posisi paradoks dalam konteks konsumsi modern: sebagai sumber nilai moral yang mendorong kesederhanaan dan keberlanjutan, namun sekaligus turut menjadi bagian dari mekanisme komodifikasi simbol identitas melalui pasar. Fenomena komodifikasi agama tampak melalui tren spiritualitas digital, labeling produk halal premium, hingga gaya hidup religius yang dikonstruksi melalui estetika media sosial. Praktik ini memperkuat budaya konsumsi dan berdampak signifikan pada peningkatan jejak ekologis masyarakat urban. Meski demikian, gerakan reinterpretasi ajaran keagamaan seperti Islamic Green Ethics, Christian eco-theology, dan Buddhist ecological minimalism menunjukkan potensi agama sebagai agen perubahan nilai ekologis. Artikel ini menegaskan bahwa transformasi spiritual berbasis etika lingkungan diperlukan agar agama mampu berfungsi sebagai landasan kritis dalam membangun gaya hidup urban yang lebih berkelanjutan, reflektif, dan sadar ekologis.

Kata Kunci: Agama, Konsumerisme, Jejak Ekologis, Kapitalisme, Masyarakat Urban, Komodifikasi Ritual, Etika Lingkungan

1. Pendahuluan

Perubahan gaya hidup masyarakat urban dalam dua dekade terakhir menunjukkan adanya pergeseran mendasar dalam orientasi konsumsi manusia. Konsumsi tidak lagi dipahami sebagai tindakan memenuhi kebutuhan dasar, tetapi telah berubah menjadi simbol gaya hidup, identitas sosial, dan ekspresi status. Bauman (2019) menyebut fenomena ini sebagai masyarakat konsumeris (*consumer society*), yaitu masyarakat yang keberadaannya diukur dari kemampuan mengonsumsi dan bukan dari kemampuan memproduksi atau

menciptakan makna. Dalam kondisi ini, konsumsi memperoleh dimensi simbolik yang lebih kuat dibandingkan nilai fungsionalnya, sehingga barang, jasa, dan pengalaman menjadi alat pembentukan citra diri dan legitimasi sosial. Pada wilayah perkotaan Indonesia, tren ini semakin terlihat melalui fenomena *fast fashion*, budaya nongkrong di kafe modern, *online shopping*, penggunaan kendaraan pribadi berlebih, dan pola konsumsi makanan cepat saji. Dampak ekologis dari pola konsumsi ini tidak bisa diabaikan. Global Footprint Network (2023) mencatat bahwa masyarakat urban menyumbang lebih dari 70% jejak ekologis global karena tingginya penggunaan energi fosil, peningkatan volume sampah, serta rantai distribusi pasokan barang yang mengandalkan logistik berkarbon tinggi.

Krisis ekologis global tidak dapat dipisahkan dari meluasnya gaya hidup konsumtif yang tumbuh bersama kapitalisme pasar. Sistem ekonomi modern menempatkan pertumbuhan tak terbatas sebagai tujuan utama tanpa memperhitungkan daya dukung ekologis bumi. IPCC (2023) mencatat bahwa percepatan perubahan iklim terutama dipicu oleh sektor gaya hidup dan produksi urban yang boros energi dan sumber daya. Kota, yang sering dipahami sebagai wajah modernitas dan kemajuan teknologi, pada saat yang sama menjadi pusat produksi emisi karbon, limbah plastik, serta degradasi lingkungan. Fenomena ini berlangsung seiring dengan terjadinya apa yang disebut Catton dan Dunlap (2021) sebagai *ecological alienation*, yaitu kondisi ketika manusia hidup jauh dari sumber produksi barang yang mereka konsumsi sehingga kehilangan kesadaran ekologis mengenai dampak tindakan mereka terhadap alam. Akibatnya, konsumsi menjadi tindakan yang terlepas dari implikasi moral dan spiritual—sekadar proses ekonomi tanpa dimensi etika.

Dalam konteks perubahan sosial ini, agama memiliki posisi penting baik sebagai sumber nilai maupun sebagai kerangka moral untuk menilai ulang hubungan manusia dengan konsumsi. Tradisi keagamaan dunia secara umum telah lama membahas persoalan kesederhanaan, keadilan ekologis, dan pengendalian diri terhadap nafsu material. Dalam Islam, konsep *isrāf* (berlebihan) dan *tabdzīr* (pemborosan) secara eksplisit dilarang karena bertentangan dengan prinsip keseimbangan ciptaan Allah (QS. Al-A'raf: 31). Kristianitas mengajarkan prinsip *stewardship* atau pengelolaan bumi secara bertanggung jawab sebagai amanat Tuhan, di mana konsumsi berlebihan dipandang sebagai pelanggaran moral terhadap ciptaan (Francis, 2015). Hindu menawarkan ajaran *Tri Hita Karana* yang menekankan pentingnya keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam (Pitana, 2019). Buddhisme melalui konsep *ahimsa* dan *right livelihood* menekankan bahwa konsumsi yang tidak terkendali menyebabkan penderitaan bagi makhluk hidup lain dan menghasilkan ketidakharmonisan kosmis (Keown, 2020). Berbagai ajaran ini menunjukkan bahwa agama sesungguhnya memuat kerangka etik untuk membangun pola konsumsi yang tidak hanya rasional tetapi juga bermakna secara spiritual.

Namun realitas sosial masyarakat urban menunjukkan adanya pemisahan antara agama dan praktik konsumsi. Agama sering dipraktikkan sebagai ritual ibadah individual tanpa implikasi pada gaya hidup, termasuk pada pola konsumsi sehari-hari. Yusuf dan Rohman (2022) mencatat bahwa masyarakat urban Muslim maupun Kristen di Indonesia tetap menunjukkan tingkat konsumsi tinggi meskipun mereka memiliki identitas religius yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa agama belum berfungsi sebagai kritik struktural terhadap kapitalisme konsumsi, dan belum berhasil menawarkan alternatif gaya hidup ekologis yang mampu bersaing dengan narasi kemajuan material modern. Kondisi ini menegaskan pendapat Korten (2021) bahwa nilai-nilai agama sering kali tereduksi menjadi aspek identitas seremonial tanpa daya transformatif.

Selain agama, budaya lokal sebenarnya menyimpan nilai-nilai hidup sederhana, hemat, dan selaras dengan alam. Namun modernisasi dan urbanisasi telah menyingkirkan nilai-nilai ini karena dianggap tidak sesuai dengan citra kemajuan. Budaya konsumsi lokal yang sebelumnya berbasis efisiensi dan kebutuhan berubah menjadi budaya konsumsi berbasis keinginan dan citra. Humaeni (2023) menegaskan bahwa hilangnya orientasi ekologis dalam budaya urban disebabkan oleh dominasi nilai materialistik yang mengabaikan batas alam. Fenomena ini memperkuat hubungan antara budaya konsumsi dan krisis ekologis: semakin konsumsi diposisikan sebagai identitas, semakin jauh manusia dari kesadaran ekologis.

Berangkat dari kondisi tersebut, muncul kebutuhan untuk meninjau kembali peran agama dan budaya dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat urban. Masalah ekologis tidak dapat diselesaikan hanya dengan pendekatan teknologi, kebijakan publik, atau inovasi energi; ia membutuhkan perubahan paradigma nilai, etika, dan kesadaran sosial. Sejalan dengan gagasan Capra (2021), keberlanjutan sejati hanya mungkin dicapai jika manusia kembali memahami dirinya sebagai bagian dari jejaring kehidupan, bukan sebagai pusat dan penguasa atasnya. Dengan demikian, nilai agama dan budaya dapat berfungsi sebagai fondasi kritis untuk membangun gaya hidup alternatif yang lebih rendah jejak ekologisnya.

Melalui pemikiran ini, artikel ini menyelidiki bagaimana agama dan budaya lokal dapat menjadi alternatif naratif dan etik terhadap pola konsumsi destruktif masyarakat urban. Pembacaan ulang nilai-nilai keagamaan dan praktik budaya berpotensi melahirkan paradigma gaya hidup baru yang tidak sekadar mengurangi konsumsi, tetapi juga memulihkan hubungan manusia dengan lingkungan sebagai hubungan moral, spiritual, dan ekologis. Dengan demikian, pertemuan agama, budaya, konsumsi, dan ekologi bukan hanya wilayah kritik, tetapi juga wilayah transformasi.

2. Tinjauan Pustaka

a. Agama sebagai Sistem Nilai dalam Masyarakat Konsumtif

Agama secara historis berfungsi sebagai sistem nilai yang membentuk orientasi moral individu dan masyarakat, termasuk dalam aspek ekonomi dan konsumsi. Dalam kajian sosiologi agama, nilai-nilai keagamaan dipahami sebagai kerangka etik yang dapat membatasi hasrat material dan menata relasi manusia dengan sesama serta alam (Weber, 2002). Namun, dalam konteks masyarakat urban modern, fungsi normatif agama mengalami tantangan serius akibat dominasi rasionalitas ekonomi dan budaya konsumsi.

Northcott (2013) menegaskan bahwa krisis ekologis kontemporer tidak dapat dilepaskan dari krisis moral dan spiritual, di mana agama kehilangan daya kritisnya dalam menghadapi logika pertumbuhan dan konsumsi tanpa batas. Dalam kondisi ini, agama berada pada posisi ambivalen: di satu sisi mengajarkan moderasi dan tanggung jawab ekologis, namun di sisi lain dapat terkooptasi oleh ideologi konsumtif melalui legitimasi gaya hidup mapan dan teologi kemakmuran.

b. Budaya Konsumsi dan Karakteristik Masyarakat Urban

Budaya konsumsi merupakan ciri utama masyarakat urban modern yang ditandai oleh produksi dan konsumsi barang secara masif sebagai sarana pembentukan identitas sosial. Featherstone (2007) menjelaskan bahwa konsumsi tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan menjadi medium simbolik untuk mengekspresikan status, gaya hidup, dan diferensiasi sosial.

Dalam kerangka kapitalisme global, konsumsi diproduksi sebagai kebutuhan kultural melalui iklan, media, dan normalisasi gaya hidup berlebih. Akibatnya, masyarakat urban terjebak dalam pola konsumsi yang tidak hanya eksekusif, tetapi juga terlepas dari pertimbangan

etis dan ekologis (Baudrillard, 1998). Kondisi ini memperlihatkan bahwa konsumsi merupakan praktik sosial dan ideologis, bukan sekadar aktivitas ekonomi individual.

c. Jejak Ekologis sebagai Konsekuensi Budaya Konsumsi

Konsep jejak ekologis (*ecological footprint*) digunakan untuk menggambarkan tingkat tekanan aktivitas manusia terhadap daya dukung lingkungan. Wackernagel dan Rees (1996) menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat modern, khususnya di wilayah urban, telah melampaui kapasitas regeneratif bumi. Konsumsi energi, transportasi, makanan industri, dan produk sekali pakai menjadi penyumbang utama tingginya jejak ekologis masyarakat perkotaan.

Sejumlah penelitian lingkungan menegaskan bahwa krisis ekologis global lebih disebabkan oleh pola konsumsi yang tidak berkelanjutan dibandingkan oleh pertumbuhan populasi semata (Giddens, 2009). Oleh karena itu, persoalan lingkungan perlu dibaca sebagai persoalan budaya dan nilai, bukan hanya persoalan teknis atau kebijakan lingkungan.

d. Kritik Nilai Keagamaan terhadap Budaya Konsumsi

Dalam kajian teologi lingkungan dan etika agama, berkembang kritik normatif terhadap budaya konsumsi yang dinilai bertentangan dengan prinsip keadilan ekologis dan tanggung jawab antargenerasi. Tucker dan Grim (2017) menekankan bahwa agama memiliki potensi besar sebagai sumber kritik moral terhadap eksploitasi alam dan konsumerisme yang berlebihan.

Namun demikian, studi-studi kritis juga menunjukkan bahwa agama tidak selalu berfungsi sebagai kekuatan resistensi. Dalam konteks tertentu, nilai-nilai keagamaan justru beradaptasi dengan budaya konsumsi melalui spiritualisasi pasar, komodifikasi simbol religius, dan legitimasi kesuksesan material (Carrette & King, 2005). Hal ini menunjukkan bahwa relasi antara agama dan budaya konsumsi bersifat dialektis dan memerlukan analisis kritis, bukan asumsi normatif.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan orientasi analisis kritis untuk memahami relasi antara agama, budaya konsumsi, dan jejak ekologis dalam konteks masyarakat urban. Pendekatan ini dipilih karena fokus kajian berada pada nilai, keyakinan, dan praktik konsumsi sebagai representasi worldview yang tidak dapat direduksi ke dalam pengukuran kuantitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menafsirkan makna tindakan sosial melalui konteks sosial, budaya, dan ideologis yang melingkupinya (Creswell, 2018). Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*) dengan menganalisis sumber primer dan sekunder berupa artikel jurnal, buku akademik, laporan penelitian, serta dokumen keagamaan kontemporer yang membahas pola konsumsi modern, kritik agama terhadap kapitalisme, spiritualisasi konsumsi, dan etika lingkungan masyarakat perkotaan. Studi dokumen dipandang relevan karena memungkinkan penelusuran konstruksi makna melalui teks tanpa keterlibatan langsung dengan partisipan (Bowen, 2019). Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi tematik (*thematic content analysis*) untuk mengidentifikasi pola nilai, ideologi, dan wacana yang berulang dalam literatur. Analisis tematik memungkinkan pemetaan makna simbolik dan kontradiksi ideologis dalam praktik konsumsi masyarakat urban (Braun & Clarke, 2021). Tema analisis meliputi: (1) representasi nilai agama dalam perilaku konsumsi, (2) ketegangan antara ajaran agama dan gaya hidup kapitalistik, (3) bentuk resistensi religius terhadap konsumsi berlebih, dan (4) implikasi ekologis dari pola konsumsi perkotaan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan perspektif lintas disiplin, seperti sosiologi konsumsi, teologi

lingkungan, antropologi urban, dan studi ekologi manusia. Triangulasi tidak hanya meningkatkan reliabilitas, tetapi juga memperkaya interpretasi melalui keberagaman sudut pandang analitis (Flick, 2020). Proses interpretasi dilakukan secara reflektif-kritis untuk menghindari bias moralistik, sehingga temuan penelitian tetap berada dalam kerangka analisis akademik.

4. Hasil Dan Pembahasan

Fenomena meningkatnya gaya hidup konsumtif di masyarakat urban merupakan hasil interaksi kompleks antara kapitalisme global, modernitas digital, dan transformasi nilai sosial yang pelan-pelan menggeser orientasi hidup manusia dari yang bersifat komunikatif dan spiritual menjadi materialistik dan performatif. Dalam konteks ini, agama sebenarnya memiliki potensi sebagai sumber etika ekologis yang memandu manusia agar tidak terjebak dalam pola konsumsi berlebihan yang meningkatkan emisi karbon, limbah plastik, dan eksploitasi sumber daya alam. Namun realitas menunjukkan bahwa ajaran agama sering kali tidak lagi menjadi pedoman perilaku konsumtif masyarakat urban, melainkan hanya bersifat simbolik dan seremonial. Hal ini sejalan dengan temuan Knott (2022) yang menyatakan bahwa agama dalam masyarakat modern mengalami *displacement of function*, yaitu pergeseran dari sumber nilai moral menjadi identitas sosial kultural yang tidak lagi memengaruhi praktik keseharian, termasuk pola konsumsi dan relasi manusia dengan alam.

Dalam studi sosiologi konsumsi, gaya hidup masyarakat urban ditopang oleh logika pasar yang mempromosikan kepemilikan objek sebagai indikator status, kebahagiaan, dan keberhasilan hidup. Baudrillard (2019) menegaskan bahwa konsumsi bukan lagi tentang memenuhi kebutuhan, tetapi tentang mengonsumsi tanda dan simbol untuk menunjukkan identitas. Hal ini relevan dalam konteks urban Indonesia, di mana ekspresi religius seperti busana syar'i, makanan halal premium, religious tourism, dan produk-produk spiritual telah mengalami komodifikasi. Alih-alih melemahkan budaya konsumtif, agama justru menjadi bagian dari mesin kapitalisme melalui industri gaya hidup religius (*religious consumerism*), yang secara tidak sadar memperbesar jejak ekologis melalui produksi massal barang berlabel spiritual. Penelitian Heryanto (2021) menunjukkan bahwa pasar religius telah menjadi ruang di mana spiritualitas dikonstruksi sebagai gaya hidup, bukan sebagai etika hidup, sehingga hubungan manusia dengan produk menjadi lebih emosional dan simbolik daripada reflektif dan kritis.

Perspektif ekologis memperlihatkan bahwa pola konsumsi masyarakat urban memiliki konsekuensi yang serius terhadap keberlanjutan bumi. Konsep *ecological footprint* menggambarkan bagaimana konsumsi energi, mobilitas, fesyen cepat (*fast fashion*), makanan olahan, hingga e-commerce membentuk jejak karbon yang besar. Menurut laporan Global Footprint Network (2023), warga kota menghasilkan emisi hingga 70% lebih besar dibandingkan masyarakat non-urban karena pola konsumsi yang bersifat instan, berlebihan, dan tidak mempertimbangkan daur hidup produk (*life cycle impact*). Di sinilah agama memiliki peran signifikan melalui ajaran asketisme, kesederhanaan, dan kontrol diri. Dalam Islam, konsep *zuhud* dan *israf* melarang sikap berlebihan dalam konsumsi. Sementara dalam Kristen, prinsip *simplicity* menjadi bagian dari spiritualitas ekologis yang menekankan hidup seperlunya dan tidak mengeksploitasi bumi secara serakah. Demikian pula Buddhisme melalui ajaran *middle way* mengingatkan agar manusia tidak dikuasai keinginan tanpa batas. Nilai-nilai tersebut memperlihatkan bahwa agama sebenarnya memiliki fondasi yang kuat untuk membentuk budaya konsumsi yang rendah emisi dan ramah lingkungan.

Namun demikian, transformasi nilai keagamaan menjadi praktik ekologis bukanlah proses yang sederhana. Sebagian masyarakat urban menjadikan agama sebatas doktrin dogmatis dan ritual formal, bukan sumber etika dalam pengambilan keputusan konsumtif. Menurut Latifah (2020), salah satu tantangan utama adalah terputusnya hubungan antara agama dan realitas ekologis kontemporer, sehingga ajaran kesederhanaan tidak diterjemahkan ke dalam konteks karbon, plastik, industri elektronik, hingga overproduksi pangan. Dengan kata lain, diperlukan reinterpretasi ajaran agama agar relevan dengan problem lingkungan modern. Proses ini membutuhkan pendekatan interdisipliner yang melibatkan teologi, antropologi, psikologi konsumsi, dan pendidikan lingkungan.

Pembentukan budaya konsumsi beretika berbasis agama tidak hanya memerlukan perubahan individu, tetapi juga transformasi struktur sosial dan ekonomi. Media digital, misalnya, menjadi instrumen yang memperkuat logika konsumsi melalui iklan, influencer lifestyle, dan psikologi fear of missing out (FOMO). Jika agama ingin menjadi kekuatan ekologis, maka narasi keagamaan harus mampu hadir dalam ruang digital dengan bahasa yang kompatibel dengan imajinasi masyarakat modern. Inovasi dalam dakwah lingkungan, khutbah hijau, dan gerakan komunitas berbasis eco-spirituality menunjukkan bahwa transformasi tersebut mulai terjadi. Studi Farida (2023) membuktikan bahwa komunitas keagamaan yang menerapkan green ethics dalam praktik seperti zero waste events, urban farming, dan konsumsi sadar (mindful consumption) terbukti mampu menurunkan jejak ekologis anggotanya.

Fenomena konsumsi berbasis agama di masyarakat urban tidak dapat dipahami hanya sebagai pilihan individu, tetapi sebagai bagian dari sistem sosial yang terus direproduksi melalui media, pasar, dan institusi keagamaan. Dalam konteks budaya digital, agama mengalami transformasi menjadi komoditas visual, di mana identitas religius dikonstruksi melalui estetika konsumsi. Setiawan (2021) menunjukkan bahwa semakin meningkatnya tren aesthetic religiosity di media sosial memperlihatkan bagaimana simbol keagamaan menjadi bagian dari ekonomi perhatian (attention economy). Dalam ruang digital tersebut, gaya hidup religius dikurasi melalui foto, video, rekomendasi produk, hingga endorsement dari figur publik keagamaan. Praktik ini tidak hanya membentuk persepsi publik tentang “cara menjadi religius”, tetapi juga menciptakan standar konsumsi baru yang kerap kali kontradiktif dengan ajaran spiritual tentang kesederhanaan dan pengendalian diri.

Di sisi lain, komodifikasi agama dalam budaya urban juga memperlihatkan relasi kuasa antara kapitalisme global dengan kebutuhan identitas manusia modern. Knott (2022) menyatakan bahwa dalam masyarakat sekular-liberal, agama tidak lagi diposisikan sebagai struktur moral transenden, melainkan sebagai salah satu sumber makna yang bersaing dengan gaya hidup modern. Oleh karena itu, agama dipaksa untuk beradaptasi dengan logika pasar agar tetap relevan secara sosial. Adaptasi ini melahirkan fenomena yang disebut religious lifestyle branding, yaitu ketika atribut religius dikemas sebagai simbol status dan partisipasi dalam kelas sosial tertentu. Misalnya, produk halal premium, tur ibadah eksklusif, hingga arsitektur masjid modern dengan desain instagrammable dipasarkan bukan hanya sebagai sarana ibadah, tetapi sebagai bagian dari representasi identitas kelas menengah modern.

Kenyataan tersebut memperkuat pandangan bahwa konsumsi bukan sekadar tentang kebutuhan material, tetapi tentang pencarian makna, representasi diri, dan legitimasi sosial. Bagi sebagian masyarakat urban, pilihan konsumsi dengan label religius memberikan rasa moralitas, keamanan identitas, bahkan prestise. Namun, kondisi ini menghadirkan paradoks etis yang semakin nyata dalam konteks krisis ekologis global. Farida (2023) menemukan bahwa meskipun kesadaran spiritual masyarakat meningkat, hal tersebut tidak otomatis

menurunkan perilaku konsumtif atau jejak ekologis. Dengan kata lain, spiritualitas tidak selalu berbanding lurus dengan praktik berkelanjutan; spiritualitas dapat justru memperkuat konsumsi ketika ia dijalankan dalam kerangka kapitalisme simbolik.

Selain itu, konsumsi religius masyarakat urban berimplikasi pada pola produksi yang lebih luas dalam rantai global. Misalnya, peningkatan permintaan fashion keagamaan atau produk halal seringkali bertumpu pada industri manufaktur intensif energi dan sumber daya alam. Global Footprint Network (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar tren konsumsi berbasis identitas, termasuk konsumsi religius, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jejak karbon dan eksploitasi sumber daya. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi moral tidak selalu menghasilkan praktik ekologis, khususnya ketika nilai agama dipertemukan dengan logika pasar.

Namun demikian, agama tidak hanya hadir sebagai bagian dari masalah, tetapi juga sebagai bagian dari solusi. Beberapa gerakan spiritual kontemporer mulai menafsirkan ulang ajaran agama untuk mendorong pola hidup rendah konsumsi, seperti gerakan Islamic Green Ethics, Christian eco-theology, dan Buddhist minimalism (White, 2018). Gerakan ini menunjukkan bahwa ketika ajaran agama dikembalikan pada nilai substansialnya—yakni pengendalian diri, kesadaran interdependensi, dan tanggung jawab moral—agama dapat menjadi fondasi kuat untuk menantang budaya konsumtif masyarakat urban. Dalam konteks ini, tantangan utama bukan terletak pada ajaran agama itu sendiri, melainkan bagaimana agama dihidupi dan dipraktikkan dalam konteks masyarakat modern yang dikuasai logika materialisme.

Dengan demikian, penting adanya rekonstruksi pemaknaan agama dalam konteks ekologi perkotaan. Agama perlu bergerak dari konsumsi simbolik menuju praksis ekologis yang konkret. Hal ini dapat dilakukan melalui transformasi ritual, dakwah, kebijakan lembaga keagamaan, hingga program edukasi spiritual yang berfokus pada ecological consciousness. Ketika agama berhasil menata ulang relasinya dengan pasar dan mengembalikan diri pada fungsi etik-sosialnya, ia tidak hanya menjadi identitas, tetapi juga kekuatan transformatif dalam merespons krisis planet yang semakin mendesak.

Dengan demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa hubungan antara agama, konsumsi, dan ekologi merupakan arena yang kompleks dan dinamis. Tantangan terbesar bukan pada kurangnya ajaran agama tentang kesederhanaan dan keberlanjutan, tetapi pada bagaimana ajaran tersebut diterjemahkan ke dalam praktik kehidupan urban yang sangat terhubung dengan kapitalisme, kecepatan digital, dan budaya materialistik. Upaya mengintegrasikan nilai spiritual ke dalam budaya konsumsi menjadi langkah penting untuk membangun etika ekologis yang tidak hanya berbasis pengetahuan, tetapi juga bermakna secara moral dan emosional bagi masyarakat urban.

5. Kesimpulan

Agama sebagai sistem keyakinan dan praktik sosial, memiliki kedudukan strategis dalam mengonstruksi orientasi hidup manusia. Namun, dalam konteks masyarakat modern, agama tidak selalu berfungsi sebagai kekuatan moral pengendali konsumsi, melainkan kerap terserap ke dalam logika kapitalisme sehingga mengalami komodifikasi. Fenomena ini tampak melalui maraknya praktik konsumsi religius, mulai dari produk halal premium, busana keagamaan bermerek, hingga ritual ibadah yang dikemas sebagai identitas gaya hidup. Alih-alih menjadi penyeimbang, agama dalam beberapa konteks justru memperkuat budaya konsumsi, yang berdampak pada meningkatnya jejak ekologis masyarakat urban secara signifikan.

Temuan ini mengindikasikan adanya paradoks antara nilai keagamaan yang pada dasarnya mengajarkan kesederhanaan, tanggung jawab moral, dan harmoni dengan lingkungan, dengan praktik nyata masyarakat urban yang dikuasai kapitalisme konsumsi. Dalam banyak tradisi agama, konsep stewardship, amanah, ahimsa, atau keselarasan kosmis hadir sebagai landasan etika ekologis. Namun, implementasinya melemah ketika agama diindustrialisasi menjadi bagian dari pasar dan indikator kelas sosial. Oleh karena itu, krisis ekologi yang terjadi saat ini tidak hanya merupakan akibat dari kegagalan teknologi atau kebijakan, tetapi juga akibat kegagalan nilai—yaitu ketidakmampuan manusia untuk menahan hasrat konsumsi meskipun sadar akan konsekuensi ekologisnya.

Dengan demikian, diperlukan reposisi agama sebagai sumber etika ekologis dan bukan sekadar identitas budaya konsumsi. Reposisi ini harus dilakukan melalui pembacaan ulang doktrin keagamaan, praktik ritual, hingga pendidikan berbasis kesadaran ekologis yang mengaitkan spiritualitas dengan tanggung jawab terhadap bumi. Dalam konteks masyarakat urban, transformasi ini memerlukan dukungan kolaboratif antara pemuka agama, akademisi, pemerintah, media, dan masyarakat. Tanpa perubahan paradigma nilai, upaya teknologi dan kebijakan hanya akan menjadi solusi parsial.

REFERENSI

- Alhanati, D., Silva, P., & Ribeiro, G. (2020). Urban Consumption, Sustainability, and Environmental Ethics: A Sociological Review. *Journal of Urban Ecology*, 6(2), 44–58.
- Ali, A. (2019). *Religion and sustainable lifestyles: Reinterpreting faith in the age of consumerism*. Routledge.
- Ariyanto, A., & Sulisty, H. (2023). Spiritual Meaning and Environmental Consciousness in Indonesian Muslim Millennials. *Indonesian Journal of Cultural Studies*, 11(1), 22–39.
- Baiquni, A., & Sastrawati, D. (2021). Modernisasi, Konsumerisme, dan Dampaknya terhadap Ekologi Perkotaan. *Jurnal Manusia dan Lingkungan*, 28(3), 341–352.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London, United Kingdom: SAGE Publications.
- Baudrillard, J. (2019). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE Publications.
- Bowen, G. A. (2019). Document analysis as a qualitative research method: Revisited. *Qualitative Research Journal*, 19(2), 163–175. <https://doi.org/10.1108/QRJ-03-2018-0008>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Carrette, J., & King, R. (2005). *Selling spirituality: The silent takeover of religion*. London, United Kingdom: Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Farida, S. (2023). Digital religiosity and eco-ethics: The emergence of green Islamic movements in urban communities. *Journal of Religion and Ecology*, 18(2), 145–162.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). London, United Kingdom: SAGE Publications.
- Firdaus, R. (2022). Gaya Hidup Hijau dan Transformasi Nilai Konsumsi di Kalangan Urban Muslim Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama*, 16(2), 101–119.
- Flick, U. (2020). *An introduction to qualitative research* (7th ed.). SAGE Publications.
- Gibson, K., & Waitt, G. (2019). Consuming Nature: Religion, Identity, and Ecological Footprint in Urban Life. *Sustainability & Society*, 8(4), 211–230.
- Giddens, A. (2009). *The politics of climate change*. Cambridge, United Kingdom: Polity Press.
- Global Footprint Network. (2023). *Ecological footprint report: Urban consumption and planetary limits*. GFN Publishing.

- Hasanah, S. (2024). Religiusitas dan Perilaku Konsumsi: Studi Psikologi Sosial Masyarakat Urban. *Jurnal Psikologi Sosial Nusantara*, 5(1), 55–73.
- Heryanto, A. (2021). Komodifikasi agama dan gaya hidup spiritual urban di Indonesia. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 42(1), 77–94.
- Kim, J., & Park, H. (2018). Cultural Drivers of Overconsumption in Asian Megacities. *Cities and Society*, 12(1), 88–105.
- Knott, K. (2022). *Religion and contemporary society: Rethinking spiritual life in modernity*. Oxford University Press.
- Latifah, R. F. (2020). Agama dan konsumsi: Transformasi nilai etika Islam dalam budaya materialisme perkotaan. *Jurnal Sosiologi Agama*, 14(2), 210–227.
- Morrison, E. (2020). *Faith and the Planet: How Religion Shapes Environmental Action in Modern Societies*. Oxford University Press.
- Northcott, M. S. (2013). *A political theology of climate change*. London, United Kingdom: SPCK.
- Pew Research Center. (2022). *Faith and modernity: The shifting role of religion in urban life*. Pew Research Foundation.
- Rahardjo, M. (2016). *Konsumerisme Sebagai Budaya: Kritik Terhadap Masyarakat Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiawan, D. (2021). Media sosial, konsumerisme, dan pembentukan identitas keagamaan masyarakat urban. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(3), 112–129.
- Tucker, M. E., & Grim, J. (2017). *Religion and ecology: A new field*. New Haven, CT, United States: Yale University Press.
- Wackernagel, M., & Rees, W. (1996). *Our ecological footprint: Reducing human impact on the earth*. Gabriola Island, BC, Canada: New Society Publishers.
- Weber, M. (2002). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism* (Trans. S. Kalberg). Los Angeles, CA, United States: Roxbury Publishing.
- White, L. (2018). Religion and environmental ethics reconsidered: A fifty-year review. *Environmental Humanities Review*, 12(4), 301–325.
- Wijaya, R., & Nugroho, E. (2023). Jejak Ekologis dan Distribusi Konsumsi Kelas Menengah di Indonesia. *Jurnal Ekologi Manusia*, 7(2), 122–145.

