

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM *ISLAMIC TOURISM* DAN AKTIVITAS EKONOMI

A. Zaenurrosyid

Alumni Cross Cultural and Religious Studies UGM Yogyakarta
Email: guns_rosyid@yahoo.com

Lucy Zulies Ulfiana

Alumni Prodi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan
Ekonomi Islam
Institut Pesantren Mathali'ul Falah, Pati, Jawa Tengah
Email: lucyzulies@gmail.com

Abstract

The Background underlying of this research is the commodification process in the economic activities of sellers and visitors at the tomb of Sheikh Ahmad Mutamakkin complex. The Problems of this research is the process of commodification of religion in economic activity sellers and visitors in complex tomb of Syekh Ahmad Mutamakkin based on moral and rational behavior. Based on these problems, the goal of this research is the researcher wants to know how the behavior of the economy is going on, both the sellers (producer) as well as tourism of Islamic parties (the consumer). Based on data analysis has been conducted, the results of this study indicate that there are the moral and rational behavior in the economic activities of sellers and visitors at the tomb complex of Sheikh Ahmad Mutamakkin at the same time, which is contained in the motif of sellers and visitors, the network structure between the sellers and from the sellers and the buyer as well as their purchasing decisions. This shows the two perspectives of views between the moral and the economic behavior of a rational economy.

Keywords: *Commodification of Religion, Islamic Tourism, Economics moral, rational Economy.*

A. Pendahuluan

Agama seringkali diyakini sebagai sumber nilai yang menyeluruh dan melingkupi, bahkan menginspirasi lahirnya nilai-nilai yang kemudian berkembang dalam realitas kehidupan manusia. Dengan kata

lain, agama memiliki banyak peran dalam ruang publik. Pada sisi peran agama di ruang publik selalu mengundang kontroversi. Agama seolah sulit menemukan batu pijakannya di ruang publik karena adanya perspektif, interpretasi, dan ekspektasi yang sangat beragam dari pemeluknya tentang cara agama harus berperan dalam kehidupan pemeluknya.¹ Namun, dalam sudut pandang yang lain agama sejalan dengan perubahan, ragam agama kemudian mengalami privatisasi yang tidak pelak lagi telah mengakibatkan degradasi peran agama di ruang publik yang ditandai dengan berkurangnya *performance* agama.² Privatisasi agama hadir melalui berbagai modus, diantaranya komodifikasi agama.

Komodifikasi agama³ merupakan satu bentuk materialisasi dengan tujuan mengakumulasi kapital, atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Dalam studi kasus komodifikasi agama ini, penulis mengambil *sample project* dari satu desa yang selalu lekat dengan identitas wajah “Desa santri”, atau lekat dengan pemaknaan desa pesantren atau santri karena banyaknya pesantren yang bertebaran di desa ini. Dalam perkembangannya, kesadaran masyarakat akan

¹ Sukawarsini Djelantik, Ph.D, dkk, *Terorisme Dan Kekerasan Berlatar Belakang Agama Di Jawa Barat*, (Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katolik Parahyangan, 2013), hlm. 34

² Moch. Fakhruroji, *Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama*, Jurnal Fak Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung, hlm. 196

³ Fakhruroji, *Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama...*, hlm. 196.

potensi ekonomi mengarah pada munculnya perilaku komodifikasi melalui kemasan *Islamic Tourism* yang membidik dua kelompok sasaran, yaitu para penimba ilmu di pesantren-pesantren dan madrasah di desa Kajen, dan para peziarah makam Syekh Ahmad Mutamakkin.

B. Landasan Teori

Komodifikasi agama dipahami sebagai transformasi nilai guna agama yang pada mulanya sebagai pedoman hidup dan sumber nilai normatif yang berlandaskan pada keyakinan ketuhanan menjadi nilai tukar, dengan menggunakan ragam fungsi yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas agama. Komodifikasi menjelaskan cara kapitalis dalam menjaga tujuan mereka dalam mengakumulasi kapital atau merealisasikan nilai melalui transformasi nilai guna menjadi nilai tukar.⁴

Secara teoritis, komodifikasi agama membuat kita mendefinisikan ulang agama sebagai komoditas pasar untuk dipertukarkan, dalam artian mentransformasikan nilai guna menjadi nilai

⁴ Sariyanta Made, Pengaruh Komodifikasi Budaya Terhadap Tingkah Laku Masyarakat Bali dalam <http://fkipunmas.blogspot.com/2012/12/pengaruh-komodifikasi-budaya-terhadap.html> diakses pada tanggal 08 januari 2015 pukul 08.00.

tukar. Hal ini lebih jauh diperluas dengan koneksi transnasional organisasi keagamaan dan jaringan pasar. Dalam perspektif Habermas, peningkatan komodifikasi hidup —termasuk kebudayaan dan agama— oleh korporasi mengubah manusia dari masyarakat rasional menjadi masyarakat tidak rasional.

Tumbuh dan berkembangnya komodifikasi agama sebenarnya hanya bagian strategi yang menggunakan instrumen agama, berupa ajaran, ragam simbol, solidaritas *ingroup* (ukhuwah Islamiyah), serta sentimen keagamaan, sebab isu-isu keagamaan menjadi komoditi yang cukup fungsional ketika dijadikan komoditi dalam ruang iklan. Ketika agama dikomodifikasikan maka bisa mereduksi nilai agama itu sendiri, sehingga agama hanya terperangkap dalam kerangka formalis-simbolis semata yang terjadi kemudian bisa jadi mengedepankan kamufase dan pencitraan. Komodifikasi agama dalam ruang publik pada akhirnya akan melahirkan mereduksi sakralitas nilai-nilai agama yang sesungguhnya.

C. Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian merupakan langkah ilmiah yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam mencari jawaban atas

rumusan permasalahan yang dibuatnya. Adapun metode penelitian ini meliputi jenis, sifat, pendekatan penelitian, pengumpulan data, analisa data dan penyajian data.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang sumber datanya diperoleh langsung dari pedagang dan peziarah di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin dan pemerintahan desa Kajen Margoyoso Pati. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung dengan para pihak terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan *kualitatif* serta penelitian ini bersifat *deskriptif*. Adapun metode analisis data berupa metode analisis data deskriptif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian yang mendeskripsikan data mengenai perilaku ekonomi pedagang dan peziarah di Kompleks Syekh Ahmad Mutamakkin Kajen-Margoyoso-Pati sehingga tergambar obyek masalah secara jelas dan rinci.

D. Komodifikasi Agama dalam *Islamic Tourism* dan Aktivitas Ekonomi

Kajen merupakan desa yang berada di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah. Desa yang lebih dikenal dengan sebutan “Desa Santri” ini terletak jauh dari keramaian kota (sekitar 18 km dari kota Pati). Batas wilayah desa Kajen adalah sebelah utara berbatasan langsung dengan desa Cebolek dan Desa Waturoyo, sebelah selatan berbatasan langsung dengan desa Sekarjalak dan desa Ngemplak kidul, sebelah barat berbatasan langsung dengan desa Waturoyo dan desa Ngemplak kidul, dan sebelah timur berbatasan langsung dengan desa Sekarjalak dan desa Cebolek.⁵

Di samping populer dengan julukan “Desa Santri”, desa Kajen juga menjadi objek ziarah umat Islam dari berbagai daerah. Hal ini dikarenakan pada zaman dahulu di desa ini pernah hidup seorang yang bernama Syekh Ahmad Mutamakkin, seorang *waliyullah* yang hidup pada abad XVIII. Syekh Ahmad Mutamakkin telah berjasa besar dalam perintisan dan penyebaran agama Islam. Hal ini terbukti dengan maraknya para peziarah dari berbagai penjuru Indonesia yang hadir

⁵ Observasi dan wawancara dengan Bapak Yusro selaku Kasie pemerintahan Desa Kajen, pada tanggal 07 Juli 2015 dan Laporan Data Monografi Desa dan Kelurahan Kajen, Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Provinsi Jateng kab. Dati II Pati bulan Juli 2010.

untuk berziarah, khususnya setiap tanggal 10 **Muharram** sebagai hari haulnya.⁶

Tradisi 10 *Syura* (Muharram) dalam rangka memperingati Haul Syekh Ahmad Mutamakkin, merupakan bentuk tradisi yang hidup dan berkembang di desa Kajen kecamatan Margoyoso kabupaten Pati yang diwariskan secara turun temurun dan dirayakan setiap tahunnya. Awal mula dilaksanakannya tradisi 10 Syura ini adalah untuk mengenang akan jasa–jasa Syekh Ahmad Mutamakkin sebagai tokoh yang telah menyebarkan agama Islam di Desa Kajen dan menghargai jasa ilmu yang beliau turunkan.

Bagi pemerintah desa, adanya peziarah mendatangkan keberkahan bagi masyarakat desa Kajen. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya *income* yang masuk ke desa tiap tahunnya, yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat dan martabat desa Kajen, seperti lahan parkir yang berada di depan makam Syekh Ahmad Mutamakkin, karena dikelola oleh kelompok, yang mana kelompok tersebut

⁶ Zainul Milal Bizawie, *Perlawanan Kultural Agama Rakyat: Pemikiran dan Paham Keagamaan Syeikh Ahmad Ahmad Mutamakkin dalam Pergumulan Islam dan Tradisi (1645-1740)*, Cet 1,(Yogyakarta: Pustaka Kompas, 2014), hlm. 117.

menyewa tiap bulannya. Dari *income* sewa lahan parkir tersebut akan masuk ke desa yang nantinya akan digunakan untuk pembangunan desa Kajen. Oleh karena itu, pengembangan ritus keagamaan di makam Syekh Ahmad Mutamakkin menjadi objek pariwisata keagamaan yang dapat mengangkat taraf hidup ekonomi masyarakat sekitar makam.

Dalam penelitian ini, yang pertama yakni motif pedagang dan peziarah melakukan transaksi di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Motif pedagang berjualan juga bermacam-macam, diantaranya yaitu ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Keuntungan yang tinggi bisa dicapai dengan menaikkan harga jual barang, namun dalam hal ini para pedagang tetap memerhatikan adanya batasan kenaikan harga barang, dikarenakan pembeli akan tetap menginginkan barang dengan kualitas dan mutu yang terjamin dengan harga yang tidak terlalu tinggi.

Ada pula yang mempunyai tujuan hanya sekedar mencari kesibukan, karena tidak mempunyai aktivitas selain berdagang, hanya coba-coba berdagang supaya mereka tidak menganggur di rumah. Ada pula yang ingin mendapatkan berkahnya wali dan selalu ingat dengan kematian, serta mendapatkan ketenangan hati ketika berada di dekat

makam wali, dan adapula yang berdagang di area makam karena tempat tersebut merupakan warisan dari orang tua, namun tetap memiliki tujuan ingin mendapatkan berkah dari Syekh Ahmad Mutamakkin.⁷

Sedangkan motif peziarah yaitu adanya ragam motif yang bersifat kolektif, motif tradisi atau amalan yang telah menjadi tradisi dari kelompok pendukung kebudayaan ziarah ataupun motif yang bersifat personal yang sifatnya sangat beragam karena latar belakang dan orientasi peziarah yang berbeda-beda. Keseluruhan dari motif peziarah ini umumnya berangkat dari sistem kepercayaan yang meyakini jika makam para wali atau para orang saleh itu bersifat sakral dan bisa menjadi media *tawassul* mereka.

Dengan adanya makam Syekh Ahmad Mutamakkin ini masyarakat yang dahulunya menganggur di rumah bisa melakukan aktivitas baru sehari-hari yaitu berdagang. Mereka bisa berkreasi untuk berdagang dengan yang cocok di perdagangkan di area makam. Kebanyakan para pedagang ini berjualan dengan barang yang sama

⁷Wawancara dengan Bapak Muh. Ali Shofwan, pedagang *handphone* dan *acesories* pada 21 Juni 2015.

dengan pedagang lain sehingga daya saing dengan pedagang lain ini semakin kuat.

Selanjutnya, pola pertukaran transaksi antara pedagang dan peziarah di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Pada pola pertukaran transaksi antara pedagang dan peziarah yang terjadi di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin adalah adanya proses tawar menawar antara dua belah pihak yaitu ketika terjadi transaksi antara pembeli dan penjual yang keduanya akan sepakat menetapkan harga yang telah disepakati bersama. Dari proses tawar menawar tersebut terjadilah proses interaksi yang terjadi dapat berupa kegiatan jual beli maupun kegiatan yang lain akan memunculkan ragam bentuk interaksi.

Menyapa dan menanyakan barang yang akan dicari pembeli merupakan awal untuk membangun interaksi yang lebih mendalam yaitu membangun komunikasi dan memulai transaksi tawar-menawar barang. Setelah terjadi interaksi yang lain, maka pembeli dan penjual mencapai kesepakatan harga tawar yang merupakan interaksi yang bersifat asosiatif.

Perilaku moral dan rasional pedagang dan peziarah di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Perilaku moral yang dilakukan oleh peziarah adalah dengan membaca ritual. Ritual atau ritus dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan berkah atau rezeki yang banyak dari suatu pekerjaan seperti upacara menolak balak (malapetaka) dan upacara karena perubahan atau siklus dalam kehidupan manusia seperti kelahiran, pernikahan dan kematian. Diantara bentuk ritual keagamaan bagi orang Islam adalah zikir, yakni menyebut kalimat Allah dengan membaca tasbih (Subhānallahi), membaca Tahlil (Lā-ilāha illallahu), membaca Tahmid (al ḥamdulillah) serta membaca rangkaian doa yang diterima dari Nabi SAW.

Selanjutnya perilaku moral yaitu adanya para peziarah yang mengisi di kotak amal dengan niatan bersedekah. Setiap orang yang akan mengisi uang ke dalam kotak amal itu tidak ada unsur paksaan dari pihak mana pun, oleh sebab itu seseorang yang akan mengisi uang ke dalam kotak amal tersebut tidak di tentukan jumlah besar dan kecilnya uang yang akan disedekahkan ke dalam kotak amal.

Adapun perilaku rasional yang dilakukan pembeli adalah ketika seorang pembeli menginginkan satu barang, misalnya pakaian. Ketika seorang penjual menentukan harga pakaian tersebut, maka seorang pembeli juga berusaha menawar sesuai dengan harga normal yang ditawarkan dengan harga yang telah ditawarkan penjual. Hal ini sering terjadi pada aktivitas ekonomi pada umumnya. Proses tawar menawar ini bisa dikatakan dalam dimensi rasional jika pada akhirnya seorang pembeli tidak bisa mendapatkan harga yang telah ditawarkannya, dan hanya bisa mendapatkan harga yang ditetapkan dari penjual. Seorang pembeli dengan terpaksa tetap membeli barang tersebut karena dirasa dia (pembeli) membutuhkannya.

Perilaku moral pedagang tampak dari banyak diantara mereka yang mempunyai tujuan yang pasti yaitu ingin mendapatkan berkahnya wali sehingga tidak menutup kemungkinan tujuan mereka berdagang tidak semata-mata hanya karena ingin mendapatkan keuntungan sedangkan perilaku rasional pedagang dapat dilihat dari tujuan berdagang yaitu berjualan di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin dengan alasan mendapatkan tempat sewa.

E. Penutup

Pertama, berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa adanya motif pedagang dan peziarah yang melakukan aktivitas di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Motif pedagang berjualan juga bermacam-macam, diantaranya yaitu ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar, ingin memperbaiki hidupnya, ada yang mempunyai tujuan hanya sekedar mencari kesibukan, karena tidak mempunyai aktivitas selain berdagang, ada pula yang ingin mendapatkan berkahnya wali dan selalu ingat dengan kematian, serta mendapatkan ketenangan hati ketika berada di dekat makam wali, dan adapula yang berdagang di area makam karena tempat tersebut merupakan warisan dari orang tua, namun tetap memiliki tujuan ingin mendapatkan berkah dari Syekh Ahmad Mutamakkin. Adapun motif peziarah yaitu adanya ragam motif yang bersifat kolektif, motif tradisi atau amalan yang telah menjadi tradisi dari kelompok pendukung kebudayaan ziarah ataupun motif yang bersifat personal yang sifatnya sangat beragam karena latar belakang dan orientasi peziarah yang berbeda-beda.

Kedua, pada pola pertukaran transaksi antara pedagang dan peziarah yang terjadi di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin

adalah adanya proses tawar menawar antara dua belah pihak yaitu ketika terjadi transaksi antara pembeli dan penjual yang keduanya akan sepakat menetapkan harga yang telah disepakati bersama.

Ketiga, adanya perilaku ekonomi pedagang dan peziarah yang bersifat moral dan rasional. Hal tersebut menunjukkan adanya sintesis perilaku ekonomi moral dan rasional di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin dalam waktu yang bersamaan dan tidak bisa dimenangkan oleh satu pihak saja. Keduanya bisa berjalan secara bersama dengan tetap tidak mengutamakan satu pihak saja. Adanya sintesis tersebut terlihat dalam struktur jaringan antar pedagang maupun dari pihak pedagang dan pembeli, serta adanya keputusan pembelian. Kecuali dalam hal penetapan harga jual, ketika pedagang semata-mata mendasarkan pada keputusan rasional yaitu pada praktek penetapan harga jual berdasarkan produksi dan berdasarkan pesaing. Dalam hal ini, keputusan rasional lebih dominan daripada keputusan moral yang terjadi di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Bizawie, Zainul Milal, *Perlawanan Kultural Agama Rakyat: Pemikiran dan Paham Keagamaan Syeikh Ahmad Ahmad Mutamakkin dalam Pergumulan Islam dan Tradisi (1645-1740)*, Cet 1, Yogyakarta: Pustaka Kompas, 2014.
- Djelantik, Sukawarsini, dkk, *Terorisme Dan Kekerasan Berlatar Belakang Agama Di Jawa Barat*, Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katolik Parahyangan, 2013.
- Fakhruroji, Moch, *Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama*, Jurnal Fak Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung.
- Made, Sariyanta, Pengaruh Komodifikasi Budaya Terhadap Tingkah Laku Masyarakat Bali dalam <http://fkipunmas.blogspot.com/2012/12/pengaruh-komodifikasi-budaya-terhadap.html> diakses pada 08 januari 2015 pukul 08.00 WIB.
- Observasi dan wawancara dengan Bapak Yusro selaku Kasie pemerintahan Desa Kajen, pada tanggal 07 Juli 2015 dan Laporan Data Monografi Desa dan Kelurahan Kajen, Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati Provinsi Jateng kab. Dati II Pati bulan Juli 2010 WIB.
- Wawancara dengan Bapak Muh. Ali Shofwan, pedagang *handphone* dan *acesories* pada 21 Juni 2015.