



Hermeneutik: Jurnal Ilmu Al Qur'an dan Tafsir

issn 2354-6204 eissn 2549-4546

Tersedia online di: journal.stainkudus.ac.id/index.php/Hermeneutik

DOI: <http://dx.doi.org/10.1234/hermeneutik.v10i1.3904>

Komodifikasi Agama: Sebuah Kajian Tafsir Fenomenologis

Andi Rahman

Institut PTIQ Jakarta

andiwowo@yahoo.com

Abstract

This paper discusses the Commodification of Religion: A Study of phenomenological Tafsir. It should be noted that the existing social reality shows that religion is often used as a commodity to make money. The commodification of religion is an issue that exists in all religions, which in the context of Islam under the spotlight directly from the Qur'an and Hadith. This paper reviews the discourse about the commodification of religion with a phenomenological approach. In addition to the arguments on the prohibition of a religion commodification, this paper provides factual examples of how the teachings of economics as commodities.

Keywords: Commodification, as'alukum and ma'ruf bil.

Pendahuluan

Dalam perspektif ilmu ekonomi, segalasesuatu yang dianggap penting oleh manusia itu bernilai ekonomis. Manusia akan berusaha mendapatkan dan memiliki apa saja yang dianggapnya penting, walaupun untuk itu ia harus membayar dengan harga yang mahal. Sebagai bagian penting atau bahkan terpenting bagi manusia, agama bisa dijadikan alat dan media untuk memperoleh kekayaan. Dari sini muncul istilah komodifikasi agama, komersialisasi agama, konsumerisasi agama, kapitalisasi agama, dan privatisasi agama.

Beberapa karya kritis sudah ditulis untuk menyikapi wacana komodifikasi agama, misalnya *Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion* yang ditulis oleh Jeremy Carrette dan Richard King pada tahun 2006, *The McDonaldisation of the Church* yang ditulis oleh John Drane pada tahun 2001, *Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture* yang ditulis oleh R. Laurence Moore pada tahun 1994, *Christotainment: Selling Jesus Through Popular Culture* yang disunting oleh Shirley R Steinberg dan Joe L Kincheloe pada tahun 2009, *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods* yang disunting oleh Pattan Kitiarsa pada tahun 2008 (Idi Subiandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, 2014, 23), dan *Komodifikasi Agama: Ketika Ayat-ayat Tuhan Diperdagangkan* yang ditulis oleh M Muslihan pada tahun 2015.

Fenomena komodifikasi agama terjadi di semua agama dengan bentuk yang beragam, selaras dengan kodrat manusia yang dengan nafsunya menghendaki kepemilikan material yang melimpah. Dalam sebuah hadis dinyatakan,

لو كان لابن آدم واديان من مال لابتغى ثالثا ولا يملأ جوف ابن آدم إلا التراب ويتوب الله على من تاب

"Jika manusia memiliki dua lembah yang dipenuhi harta, maka ia akan mencari lembah ketiga. Nafsu manusia hanya akan terhenti saat ia mati. Allah akan menerima taubat bagi siapa saja yang mau bertaubat" (Al-Bukhari, 1987, V/2364; Muslim, Tth, III/9).

Kemunculan koodifikasi agama bukan akibat adanya ajaran dalam agama yang membolehkannya. Namun karena sebagian pemeluk agama ada yang melakukan penyelewengan misi dari agama itu sendiri (*abuse of faith*).

Komodifikasi agama dalam konteks tulisan ini bukan kemunculan agama baru, atau praktik peribadatan yang baru yang berlawanan dengan keyakinan dan praktik agama yang sudah ada sebelumnya. Komodifikasi agama adalah mendudukan agama sebagai barang yang dengannya fungsi spiritualnya bisa menjadi komoditas yang layak dikonsumsi dalam masyarakat. (M Muslihan, 2015, 12).

Tema komodifikasi agama sudah disinggung oleh Al-Quran dan secara lugas ditegaskan dalam banyak hadis. Dalam surah al-Baqarah ayat 41 dan al-Maidah ayat 44, Al-Quran menggunakan kata *tasytaru* yang secara leksikal bermakna membeli,

وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا

“...Jangan kalian membeli ayat-ayat-Ku dengan harga yang murah...”

Sementara dalam hadis, kata yang digunakan adalah *bay'* yang secara leksikal berarti menjual,

بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتْنًا كَقَطْعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَيُمْسِي كَافِرًا أَوْ يُمْسِي مُؤْمِنًا وَيُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ دِينَهُ بِعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا

“Bersegeralah kalian beramal sholeh sebelum datangnya fitnah (musibah dan ujian) selayaknya malam yang gelap gulita. Akan ada orang yang beriman di pagi hari, namun ia menjadi kafir di sore harinya. Atau sebaliknya di mana ada orang yang beriman pada sore hari namun di pagi hari ia menjadi kafir. Orang tersebut menjual agamanya dengan keuntungan duniawi”(Muslim, tth., I/76; Al-Tirmidzi, tth., IV/487).

Penggunaan kata “beli” dan “jual” mengindikasikan bahwa komodifikasi agama terjadi karena ada permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Itu artinya akan selalu ada orang-orang yang membutuhkan dalil-dalil agama untuk mewujudkan obsesi ekonomis dan politisnya. Di waktu yang sama ada orang-orang yang menyediakan jasa pembenaran (justifikasi) atas obsesi itu dengan ayat-ayat Al-Quran dan hadis sesuai dengan pesanan yang dia terima.

Ada tiga variabel yang perlu diperhatikan saat kita mendiskusikan tema komodifikasi agama, yaitu: Sikap proaktif meminta upah (*as'alukum 'alayh min ajr*), profesionalitas, dan kewajaran (*bil ma'ruf*).

Proaktif Meminta Upah

Dalam surah Yasin ayat 21 dinyatakan,

اتَّبِعُوا مَنْ لَا يَسْأَلُكُمْ أَجْرًا وَهُمْ مُهْتَدُونَ

“Ikutilah orang yang tiada minta balasan apapun dari kalian. Mereka adalah orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ayat di atas menerangkan bahwa orang yang mengajak kepada kebaikan tanpa meminta upah adalah orang yang mendapat petunjuk. Kebalikannya (*mafhum*

mukhalafah) adalah bahwa orang yang menyampaikan ajaran-ajaran agama dengan didasari pamrih duniawi dan orientasi keekonomian semata dinilai sebagai orang yang sesat. Dalam Al-Quran surah al-Syu'ara ayat 109, 127, 145, 164, dan 180 dinyatakan,

وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ

*“Akutidakmemintaupahkepada kalian (atasdakwah yang akulakukan).
Tuhansemestaalam yang akanmemberikuupah.”*

Al-Quran menyatakan kembali bahwa nabi-nabi menyampaikan dakwah didasari keikhlasan hanya karena Allah, sama sekali tidak ada pamrih duniawi. Hal ini ditegaskan dalam surahal-An'am ayat 90, Yunus ayat 72, Hud ayat 51, Yusuf ayat 104, al-Furqan ayat 57, Saba ayat 47,dan Shad ayat 86.

Frasa *yas'alu* dan *as'alu* yang bermakna “meminta upah” memberikan kesan adanya upaya aktif dari seseorang untuk menjadikan ayat-ayat Tuhan sebagai komoditas ekonomi. Dakwah dilakukan semata atas tujuan memperoleh kekayaan duniawi. Ada perhitungan untung-rugi dan pemilihan bayaran yang lebih besar saat menentukan kapan dan di mana ceramah dan pengajaran disampaikan. Kesemua ini bermetamorfosis dalam bentuk penetapan tarif.

Dengan mendapatkan bayaran sesuai tarif, “penjual” agama akan menyampaikan dakwahnya. Permintaan untuk menyampaikan ajaran agama (dakwah) ditolak, jika ia tidak memperoleh ayaran sesuai tarif yang ditetapkan. Tidak jarang ayat-ayat Kitab Suci ditafsirkan sesuai keinginan pihak-pihak yang membayar. Pada akhirnya, agama yang semestinya sakral berubah menjadi profan, dan ajaran agama yang seharusnya menjadi tuntunan malah menjadi tontonan. Ayat-ayat dari Kitab Suci yang seharusnya milik semua umat, menjadi milik segelintir orang yang bermodal .

Motivasi seseorang mengajarkan agama dan menyampaikan ayat-ayat Tuhan seharusnya adalah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan pahala di Akhirat. Al-Quran menjelaskan bahwa ibadah dan kebaikan yang dilakukan atas dasar pamrih duniawi, maka pahalanya berkurang bahkan bisa hilang sama sekali sebagaimana dinyatakan dengan tegas dalam surah Alu Imran ayat 77,

“Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bagian (pahala)

di akhirat. Allah tidak akan berkata-kata kepada mereka, tidak akan memandang mereka pada hari kiamat, dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.”

Hal senada juga dinyatakan dalam al-Syura ayat 20,

“Siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya. Siapa yang menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bagianpun di akhirat”.

Sikap proaktif meminta upah bertentangan dengan nilai keikhlasan yang harus ada dalam setiap ibadah dan amal kebajikan. Perintah ikhlas dalam beramal dinyatakan Al-Quran dalam surah al-A’raf ayat 29, Ghafir ayat 14 dan 65, serta al-Bayyinah ayat 5.

Profesionalitas

Dalam sebuah hadis dinyatakan,

إِذَا وُسِّدَ الْأَمْرُ إِلَىٰ غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

“Ketika sebuah urusan diserahkan kepada orang yang tidak profesional, maka tunggulah masa kehancurannya” (Al-Bukhari, 1987, I/33).

Profesionalitas dalam berdakwah artinya adalah orang yang berdakwah haruslah memiliki ilmu yang cukup dan kelayakan untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama. Tugas mengajarkan agama tidak boleh menjadi pekerjaan sampingan. Harus ada keseriusan dalam mempelajari agama sebelum kemudian mengajarkannya kepada orang lain. Sebagaimana tindakan medis hanya boleh dilakukan oleh tenaga kesehatan yang memiliki izin praktik medis, maka berdakwah juga hanya boleh dilakukan oleh orang yang memenuhi syarat-syarat keulamaan.

Konsekuensi dari profesionalitas dalam berdakwah adalah bahwa seseorang tidak lagi memiliki kesempatan yang cukup untuk bekerja guna mencukupi kebutuhan hidupnya. Padahal ia dan keluarganya punya pelbagai kebutuhan yang bisa dipenuhi hanya jika ia memiliki uang. Dari sini, orang yang mengajarkan agama diperbolehkan menerima upah. Kesimpulan ini diperoleh dari *qiyas* (analogi) terhadap pegawai panti asuhan dan ‘amil zakat.

Al-Quran surah al-Nisa ayat 10 menegaskan bahwa memakan harta anak yatim adalah dosa yang besar,

إِنَّ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ أَمْوَالَ الْيَتَامَىٰ ظُلْمًا إِنَّمَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ نَارًا وَسَيَصْلُونَ سَعِيرًا

“Sungguh orang-orang yang memakan harta anak yatim secara zalim, akan memakan api dalam perut mereka, dan merekasemua akan masuk ke dalam Neraka Sa’ir”

Namun orang yang secara profesional dan amanah merawat anak yatim diperbolehkan menerima upah yang besarnya masih dalam batas kewajaran, sebagaimana dinyatakan dalam surah al-Nisa ayat 6,

وَمَنْ كَانَ غَنِيًّا فَلْيَسْتَعْفِفْ وَمَنْ كَانَ فَقِيرًا فَلْيَأْكُلْ بِالْمَعْرُوفِ

“...Orang yang berkecukupan hendaknya berlaku ‘iffah (tidak mengambil upah atas pekerjaannya mengurus anak yatim), sementara orang yang faqir dipersilahkan mengambil upah dengan cara yang ma’ruf (wajar)...”

Dalam surah al-Tawbah ayat 60 dinyatakan bahwa petugas zakat (‘amil) merupakan satu di antara delapan golongan yang berhak menerima (mustahiq) zakat,

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي

سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

“Sesungguhnya sedekah (zakat) itu diperuntukkan kepada orang-orang yang faqir, miskin, amil zakat, muallaf yang hatinya sedang diluluhkan (agar mantap dalam memeluk agama Islam), budak (yang ingin memerdekakan dirinya), sabilillah, dan orang yang dalam perjalanan (namun tidak punya uang untuk meneruskan perjalanannya atau kembali ke rumahnya). Semua ini merupakan kewajiban dari Allah dan Allah adalah Tuhan Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”.

Jika orang yang bekerja sebagai perawat anak yatim atau pengurus panti asuhan tidak diperbolehkan menerima upah dari pekerjaannya, maka lama kelamaan akan muncul rasa enggan pada dirinya untuk terus merawat anak yatim. Sikap yang serupa juga akan terjadi pada amil zakat jika ia tidak mendapat upah. Tanpa memperoleh upah, seseorang bisa menjadi miskin. Kondisi ini tentu bertentangan dengan misi yang

diemban oleh agama, yaitu menjaga dan merawat anak yatim, serta menghapuskan atau mengurangi kemiskinan.

Menerima upah tidak selalu identik dengan komodifikasi agama. Upah yang diberikan atas nama profesionalitas tidak dicela oleh agama. Komodifikasi agama adalah upaya aktif seseorang dalam menjadikan ibadah dan kebaikan sebagai sarana memperoleh kekayaan tanpa kepatutan. Hal ini dipahami dari frasa *ma as'alukum 'alayh min ajr* (aku tidak meminta upah kepada kalian) sebagaimana disebutkan dalam ayat-ayat tersebut di atas. Dengan demikian seorang guru atau muballigh yang mendapatkan honor dari pengajaran dan ceramahnya, tidak dapat dinilai melakukan komodifikasi agama selama honor itu diberikan tersebut bukan atas inisiatif dan permintaan dari guru atau muballigh itu sendiri.

Bil Ma'ruf

Dalam pemahaman yang sederhana, *bil ma'ruf* diartikan sebagai sesuai kewajaran. Orang yang bekerja itu wajar mendapatkan hasil dari pekerjaannya. Seorang petani akan memanen apa yang ditanamnya. Seorang murid berhak mendapat pengajaran dari gurunya. Demikian seterusnya.

Al-Quran menggunakan frasa *bil ma'ruf* sebanyak sembilan belas kali untuk menjelaskan bahwa hal-hal yang belum diatur secara terperinci dalam Al-Quran dan hadis, maka acuan yang digunakan adalah kewajaran dan kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Hukuman bagi orang yang melakukan pembunuhan namun telah mendapatkan maaf dari ahli waris korban, mengacu kepada *ittiba' bil ma'ruf* (QS. Al-Baqarah ayat 178). Kerabat mayit yang tidak mendapatkan bagian wajib warisan (*faraidh*) diberikan sesuatu yang acuannya adalah *bil ma'ruf* (QS. Al-Baqarah ayat 180). Dalam konteks kehidupan berumah tangga, hak wanita dinyatakan sama dengan kewajibannya dalam batas-batas kewajaran atau *bil ma'ruf* (QS. Al-Baqarah ayat 228). Biaya-biaya yang muncul akibat pernikahan dan perceraian ditetapkan dengan mengacu kepada kewajaran dan kebiasaan masyarakat (QS. Al-Baqarah ayat 232-234, 236 dan 241). Memerintahkan kepada yang *ma'ruf* dan melarang kepada yang munkar menjadi hal yang esensial dalam kehidupan beragama (QS. Alu Imran ayat 104, 110, dan 114, al-A'raf ayat 157, al-Tawbah ayat 71 dan 112, al-Hajj ayat 41, dan Luqman ayat 17).

Dalam surah al-A'raf ayat 199 dinyatakan dengan lugas perintah untuk mengamalkan *bil ma'ruf*,

“Jadilah engkau pema'af dan suruhlah orang mengerjakan yang ma'ruf, serta berpalinglah dari pada orang-orang yang bodoh.”

Orang yang menyampaikan pengajaran dan ceramah agama boleh menerima upah selama masih dalam bataskewajaran (*bilma'ruf*). Lembaga pendidikan semisal sekolah dan pesantren menerima pembayaran bulanan (SPP) dari murid dan santrinya selama besarnya wajar (*'urf*). Sebagai bentuk profesionalitas, biaya yang diterima oleh lembaga atau individu yang mengajarkan agama bisa saja ditetapkan, asalkan besarnya wajar dan sesuai kebiasaan yang berlaku di masyarakat.

Bentuk-bentuk Komodifikasi Agama

Ada banyak bentuk komodifikasi agama yang kita temui di sekitar kita, di antaranya adalah,

Paket Kajian Keagamaan

Biasanya, pengajaran agama secara non formal di laksanakan di masjid atau tempat-tempat ibadah. Waktu pelaksanaannya setelah shalat berjamaah. Tidak ada biaya yang dibebankan kepada jamaah.

Belakangan, pengajaran agama dilaksanakan di hotel dan tempat-tempat wisata. Materi yang diajarkan dibuat perpaket, dengan ketentuan biaya yang relatif mahal. Untuk mendapatkan peserta, iklan dan promosi disebar dengan menggunakan selebritis sebagai daya tariknya. Tidak jarang, orang yang menyampaikan materinya adalah selebritis atau mantan selebritis tanpa mempertimbangkan kualifikasi dan kelayakannya untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama.

Paket pengajaran seperti ini menyebabkan ajaran agama hanya bisa diperoleh oleh mereka yang mampu membayar. Ajaran agama menjadi komoditas mahal karena dibungkus dalam paket-paket yang berbayar mahal. Penyelenggara paket-paket ini tidak memiliki tujuan kecuali memperoleh keuntungan duniawi dari apa yang dia selenggarakan.

Perayaan Hari Besar Keagamaan

Tiap agama memiliki hari raya yang diperingati setiap tahun. dengan berdasarkan peraturan dari pemerintah, hari raya keagamaan dijadikan libur nasional dan diperingati bukan hanya oleh pemeluk agamanya namun juga umat lintas agama.

Tujuan dari peringatan hari raya adalah untuk mengenang keteladanan tokoh dalam agama, atau kejadian penting yang terkait dengan sejarah keagamaan. Maka seharusnya peringatan itu diselenggarakan dengan syahdu dan hikmat. Namun seringkali peringatan hari besar keagamaan diselenggarakan berbentuk kegembiraan yang lebih mirip pesta pora. Pesan-pesan keagamaan disampaikan secara singkat di antara padatnya acara-acara yang bersifat seremonial. Dalam banyak kasus, perayaan seperti ini mengandung hal-hal yang oleh agama dilarang.

Peringatan hari raya keagamaan tidak luput dari pantauan kaum kapitalisme. Mereka menawarkan penyelenggaraan acara peringatan yang penuh dengan unsur konsumerisme. Tanpa sadar, umat beragama diajak untuk mengenang tokoh agama dan merayakan peristiwa penting dalam agama dengan cara yang tidak disukai oleh agama.

Program Religi di Televisi

Dengan mengutip Nielsen, Dirga Maulana menyebut pada tahun 2014 penontontelevisi di Indonesia sebanyak 95%, yang menandakan televisi merupakan salah satu tontonan yang paling digemari di Indonesia. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk menonton televisi adalah sekitar empat setengah jam, yang artinya bahwa masyarakat Indonesia termasuk golongan *heavyviewers* (penonton berat) yang merelakan lebih dari seperenam waktu dalam hidupnya di depan televisi.

Pada bulan Ramadhan, intensitas umat Islam dalam menonton televisi meningkat seiring dengan bertambahnya acara-acara religi. Realita ini dianggap sebagai peluang bagi pemilik modal untuk beriklan. Platform riset Digital dari PT. Sigi Kaca Pariwara mencatat bahwa dua minggu menjelang Ramadhan (4-17 Juni 2015) jumlah belanja iklan di 13 TV Nasional mencapai Rp. 3,030 triliun dan saat Ramadan berlangsung (18 Juni-16 Juli 2015) belanja iklan menembus angka Rp. 7,039 triliun.

Artinya belanja iklan saat Ramadan berlangsung meningkat sekitar Rp. 4 triliun (Dirga M, 2015).

Televisi akan menambah tayangan-tayangan berupa ceramah agama, sinetron religi, dialog agama, dan program-program lain yang bernuansa agama. Untuk meningkatkan rating acara, selebritis yang tidak memiliki kapasitas dan kapabilitas untuk menyampaikan ajaran agama disulap menjadi ahli agama, baik sebagai pengisi acara maupun sebagai pembawa acara. Berkat televisi, “ustad-ustad pop” menggeser ulama-ulama tradisional (Idi Subandiy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, 2014, 1). Pada poin ini komodifikasi agama berlangsung meriah di televisi, di mana tayangan-tayangan religi tersebut tidak lagi bertujuan untuk memberikan pencerahan kepada umat, namun justru untuk mencari keuntungan dari sponsor iklan.

Perlombaan-perlombaan Keagamaan

Untuk memotivasi orang supaya mau membaca dan mengkaji kitab suci, tidak jarang dilakukan perlombaan-perlombaan. Dalam perspektif agama, perlombaan bukan merupakan hal yang dilarang. Namun, terkadang niat menyemarakkan syiar agama melalui lomba-lomba dirusak oleh motif duniawi.

Ketika perlombaan itu dilakukan dengan aturan yang bagus dan ketentuan yang jelas, perlombaan ini menjadi syiar keagamaan yang baik. Namun kita dapati ada sifat komodikatif di mana ajaran agama dipelajari dengan tujuan untuk memenangkan lomba. Hal ini diperparah dengan manipulasi data peserta dan trik-trik kecurangan yang membuat perlombaan tidak lagi sportif. Perlombaan keagamaan pada akhirnya tidak lagi menjadi syiar agama, namun justru menjadi ajang memperoleh kekayaan berupa hadiah lomba yang tidak jarang disusupi sikap-sikap manipulatif dan curang (M Muslihan, 2015, 26).

Wisata Religi

Keberagaman di Indonesia bisa dibilang unik. Akulturasi budaya lokal dengan ajaran Islam berjalan dengan baik dan damai, yang memunculkan tradisi-tradisi yang beragam. Penafsiran atas ayat-ayat Al-Quran dan pemahaman atas hadis terbakukan dalam bentuk *living Al-Quran* dan *living hadis* yang bisa jadi berbeda di antara satu

tempat dengan yang lainnya. Salah satu bentuk *living Al-Quran* dan *living hadis* yang ada di hampir semua wilayah di Indonesia adalah ziarah kubur.

Ziarah kubur merupakan bentuk penghormatan terhadap nenek moyang. Bukan hanya keluarga dan sanak saudara yang mengunjungi kuburan untuk mendoakan mereka yang sudah meninggal dunia. Orang-orang besar dan berjasa juga diziarahi walaupun mereka tidak memiliki hubungan kekeluargaan. Bagi sebagian orang, ziarah kubur bukan sekedar tradisi keagamaan, namun juga merupakan peluang bisnis.

Makam-makam orang besar dan dikenal sebagai wali selalu ramai dikunjungi para peziarah. Di sekitarnya, ada orang-orang yang berjualan makanan, souvenir, dan menyediakan penginapan. Makam-makam tersebut dikelola secara profesional, dan dijadikan destinasi wisata religi. Seiring perjalanan waktu, festival-festival keagamaan diselenggarakan di dekat area pemakaman, dan biro-biro perjalanan wisata religi bermunculan untuk memfasilitasinya.

Terapi Kesehatan Fisik dan Psikis

Relasi antara agama dengan kesehatan memang unik. Banyak penelitian membuktikan bahwa doa dan jampi-jampi (*ruqyah*) yang lumrah ada dalam tradisi agama-agama bisa digunakan untuk kepentingan pengobatan fisik dan psikis. Penelitian kontemporer membuktikan bahwa pengobatan dengan doa bukan sekedar sugesti, namun benar-benar memiliki efek pengobatan yang teruji klinis.

Para pemuka agama dianggap memiliki keistimewaan berupa kemampuan menyembuhkan penyakit. Dengan media sederhana semisal air, doa penyembuhan bisa dipanjatkan. Hasilnya kesembuhan memang didapat. Dalam perspektif Al-Quran, obat dan jampi merupakan perantara kesembuhan, bukan penyembuh itu sendiri. Allah Ta'ala yang memberikan penyembuhan dengan atau tanpa ikhtiar manusia. Dalam Al-Quran surah al-Syu'ara ayat 80 dinyatakan,

“Apabila aku sakit, Dialah (Allah) yang menyembuhkan Aku”

Seseorang yang tertimpa sebuah penyakit bisa sembuh saat meminum obat tertentu, padahal orang lain dengan penyakit yang sama tidak bisa sembuh saat meminum obat yang sama. Di lain waktu, orang tadi terkena penyakit yang sama lalu meminum obat yang sebelumnya terbukti menyembuhkannya, namun penyakitnya

tidak hilang. Karena penyembuhan didapat bukan dari obat, melainkan berasal dari ketentuan Allah.

Ketika kemampuan doa dan jampi-jampi dalam menyembuhkan penyakit diyakini oleh umat beragama, maka fenomena pengobatan alternatif dengan doa dan jampi merebak. Komodifikasi agama terjadi ketika pengobatan dengan doa ini menggunakan tarif yang tidak wajar. Untuk menarik konsumen, iklan-iklan dibuat dengan melibatkan pemeran yang dibuat seolah-olah disembuhkan dari penyakit dengan cara berobat ke tempat pengobatan tertentu. Tingginya kebutuhan masyarakat untuk memperoleh kesembuhan dari penyakit, dijawab dengan komodifikasi agama berbentuk pengobatan alternatif bertarif tinggi.

Ritual Ibadah

Dalam agama ada ibadah yang bersifat *mahdhah*, yaitu ibadah yang dilaksanakan tanpa perlu menanyakan rasionalisasinya, dan ibadah yang *ghayr mahdhah* atau ibadah yang bisa dijelaskan dengan pendekatan nalar logis.

Dalam konteks agama Islam, haji dan umrah merupakan ibadah yang menjadi salah satu rukun Islam. Siapapun orangnya, jika ia mampu maka wajib baginya untuk menunaikan haji sebagai bentuk pembuktian keislamannya.

Ritual haji dan umrah, yang biasa disebut manasik, memiliki keunikan tersendiri. Selain hanya bisa dilaksanakan di tanah haram (Mekah), haji dan umrah relatif menyulitkan orang yang belum pernah berkunjung ke kota Mekkah. Persiapan yang bersifat teknis juga sedikit merepotkan. Pengurusan visa dan tiket pesawat bukanlah hal yang mudah dilakukan bagi sebagian besar umat Islam. Jamaah haji atau umrah yang tidak bisa berbahasa Arab akan mendapati banyak kesulitan selama di tanah haram.

Kondisi ini dilihat sebagai sebuah peluang untuk membuka bisnis travel haji dan umrah. Alih-alih diniatkan membantu orang lain menunaikan ibadah, biro travel berubah menjadi media untuk mendapatkan banyak *income*. Banyaknya biro travel haji dan umrah, membuat masing-masing pelaku bisnis melakukan inovasi agar jamaah tertarik mendaftar. Tidak aneh jika kita dapati adanya paket umrah bersama artis, atau paket ibadah umrah plus wisata ke eropa, pembayaran ONH (ongkos naik haji) yang

dapat dicicil, undian berhadiah umrah, dan arisan umrah. Untuk itu, ayat Al-Quran dan hadis tentang keutamaan haji dan umrah digaungkan berulang kali di depan jamaah dan diiklankan di media massa.

Motif duniawi dalam pelaksanaan haji dan umrah menggerus nilai keikhlasan yang menjadi unsur terpenting dalam ibadah. Uniknya, Al-Quran seakan telah mewanti-wanti komodifikasi ibadah haji dan umrah melalui dua ayat yang mana perintah menunaikan ibadah haji diawali dan diakhiri dengan kata *lillah* yang bermakna “hanya karena Allah (Andi Rahman, 1434 H, 57).

Dalam surah Alu Imran ayat 97 dinyatakan,

“... Hanya karena Allah, haji diwajibkan kepada manusia yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah...”

Dalam surah al-Baqarah yat 296 dinyatakan,

“Sempurnakanlah ibadah haji dan 'umrah hanya karena Allah...”

Komodifikasi ritual ibadah, dalam konteks ini haji dan umrah, sudah disinggung dalam sebuah hadis,

يأتي على الناس زمان يحج أغنياء أمتي للزهوة وأوسطهم للتجارة وفقراؤهم للمسئلة وقراؤهم
للسمعة والرياء

“Akan datang masa di mana orang-orang kaya menunaikan haji dengan niat berwisata. Sementara dari mereka yang dari golongan menengah menjadikan haji sebagai bisnis, dan orang miskin pergi haji untuk menjadi pengemis” (al-Daylami, 1986, V/444).

Kampanye Politik

Tidak bisa dipungkiri bahwa kekuasaan politik merupakan instrumen untuk menguasai ekonomi masyarakat. Dengan menjadi pejabat, seseorang bisa membuat aturan yang menguntungkan dirinya atau golongannya. Dalam surah al-Takatsur ayat 1 dinyatakan,

“Berbanyak-banyak telah melalaikan kamu”

Para ulama menafsirkan ayat di atas dengan makna sebanyak anak dan kekayaan. Pada masa awal dan pertengahan Islam, keturunan yang banyak dan harta

yang banyak merupakan kekuatan yang bisa mengantarkan seseorang kepada kejayaan. Namun, dalam konteks kekinian, berbanyak-banyak ini bisa ditafsirkan sebagai kemenangan dalam pemilihan kepala daerah, pemilihan anggota legislatif, pemilihan senator (DPD RI), dan pemilihan presiden. Banyak pengusaha yang sudah mapan secara ekonomi masuk ke ranah politik, yang artinya kekayaan dan keturunan yang dimiliki bukanlah puncak dari tujuan hidupnya, namun justru merupakan tangga untuk memperoleh kejayaan lain, yaitu kekuasaan politik.

Untuk memperoleh kemenangan dalam pemilihan umum, banyak hal yang digunakan, di antaranya adalah menggunakan “jasa” pemuka agama untuk menjadi juru kampanye. Materi kampanye disisipi ayat Al-Quran dan hadis yang disampaikan untuk memengaruhi pemilih. Tidak jarang pula, ayat Al-Quran dan hadis ditafsirkan secara melenceng untuk mendukung propaganda politik orang yang sedang mengikuti pemilihan umum, atau untuk menyerang lawan politiknya.

Simpulan

Sumber utama dalam syariat Islam adalah Al-Quran dan hadis. Ada nilai-nilai esensial dan fundamental yang diemban oleh keduanya yang disebut dengan *maqashid* Al-Quran dan *maqashidsunnah*. Nilai-nilai ini yang harus digunakan sebagai basis atau landasan dalam menafsirkan ayat Al-Quran dan men-syarah-kan hadis Nabi. Salah satu nilai esensial yang dibawa Al-Quran dan hadis adalah tersampainya kebaikan dan rahmat dari Allah kepada seluruh makhluk.

Dalam surah Saba ayat 28 dinyatakan bahwa agama Islam diperuntukkan untuk seluruh manusia (dan jin),

“Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahuinya.”

Misi utama agama Islam adalah untuk membawa kebaikan dan menyampaikan rahmat Allah bagi seluruh alam semesta, sebagaimana dinyatakan dalam al-Anbiya ayat 107,

“Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.”

Kesadaran kolektif akan bahayanya komodifikasi agama perlu dimunculkan. Masyarakat diingatkan bahwa memperlakukan agama sebagai sebuah komoditas ekonomi merupakan sebuah penyimpangan, yang mengakibatkan kebaikan agama hanya bisa dinikmati oleh mereka yang mampu membayar.

Referensi

Al-Qur'an al-Karim

Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. (1987). Shahih al-Bukhari. Beirut: Dar Ibn Katsir.

Al-Daylami, Syayruwayh bin Syahradar. (1986). Al-Firdaus bi Ma'tsur al-Khithab (Musnad al-Daylami). Beirut: Dar Ihya al-Turats al-'Arabi.

Ibrahim, Idi Subiandy dan Akhmad, Bachruddin Ali. (2014). Komunikasi dan Komodifikasi Mengkaji Media dan Bdaya dalam Dinamika Globalisasi. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Maulana, Dirga. Komodifikasi Agama. <http://ppim.uinjkt.ac.id/id/komodifikasi-agama>. Diakses 30 Januari 2017 pukul 8.39 WIB.

Muslihan, M. (2015). Komodifikasi Agama; Ketika Ayat-ayat Tuhan Diperdagangkan. Jakarta: Maktabah Mafazah.

Muslim. (t.th.) Shahih Muslim. Beirut: Dar al-Jil.

Rahman, Andi. (1424 H). Rayuan Setan Seputar Haji. Jakarta: Majalah Nabawi.

Al-Tirmidzi, Muhammad bin 'Isa. (t.th.). Sunan Al-Tirmidzi. Beirut: Dar Ihya al-Turats al-'Arabi.