

# **AL-QURAN DAN KELANGSUNGAN BISNIS**

*(Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah*

*Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta)*



Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Agama (S.Ag.)

Oleh :

**MUHAMMAD HADYAN DWITAMA**

15520020

**PRODI STUDI AGAMA-AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Hadyan Dwitama

NIM : 15520020

Program Studi : Studi Agama-Agama

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Al-Quran dan Kelangsungan Bisnis (*Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta*)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan publikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah disebut dalam catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila di waktu lain terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya berada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 5 April 2021

Menyatakan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAR  
YOGYAKARTA

## BUKTI PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal: Skripsi Saudara Muhammad Hadyan Dwitama

Kepada  
Yth. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakauh*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Hadyan Dwitama  
NIM : 15520020  
Judul Skripsi : “Al-Quran dan Kelangsungan Bisnis (*Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta*)”

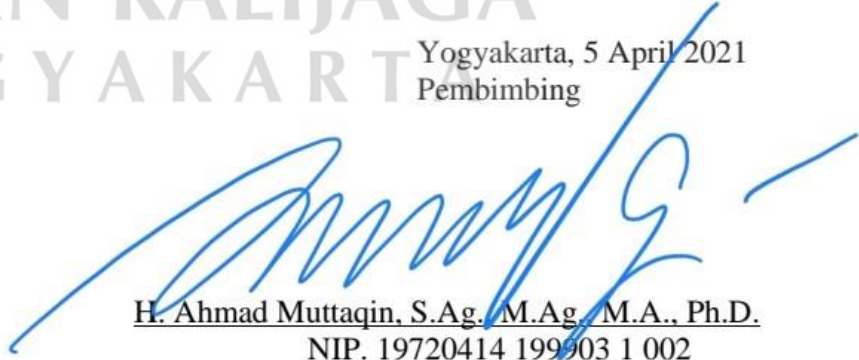
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Prodi Studi Agama-Agama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Studi Agama-Agama.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 5 April 2021  
Pembimbing



H. Ahmad Muttaqin, S.Ag., M.Ag., M.A., Ph.D.  
NIP. 19720414 19903 1 002



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-593/Un.02/DU/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : AL-QUR'AN DAN KELANGSUNGAN BISNIS (Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surat Al-Kahfi di Preksu ayam Geprek dan Susu Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD HADYAN DWITAMA  
Nomor Induk Mahasiswa : 15520020  
Telah diujikan pada : Jumat, 16 April 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

H. Ahmad Muttaqin, S.Ag., M.Ag., M.A., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 60a1f9be43662



Penguji II

Derry Ahmad Rizal, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 6088e90d0c637



Penguji III

Dr. Ustadi Hamsah, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 609a25af0d4fb



Yogyakarta, 16 April 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.

SIGNED

Valid ID: 60a311e4d41fe

## **MOTTO**

Belajar dari semua orang tanpa melihat statusnya



## PERSEMBAHAN

**Ibu Nur'aini Pujiastuti**, wanita yang paling penulis cinta

**(alm) Bapak Mustolih**, seseorang yang menginginkan penulis masuk jurusan Studi

Agama Agama sebagai penerusnya

**Mbak Neysa Hana Kartika**, mbak yang paling cerewet, lebih cerewet dari ibu,  
serius



## ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji komodifikasi agama pada paket Al-Kahfi yakni program makan gratis bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Kajian ini dilakukan untuk menjelaskan hubungan antara praktik keagamaan dan kelangsungan bisnis. Fokus penelitian adalah: (1) latar belakang pemberian paket Al-Kahfi pada hari Jumat; dan (2) implikasi dari paket Al-Kahfi terhadap Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta.

Skripsi ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan memilih lokasi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Tindakan Sosial Max Weber dan Komodifikasi Agama Pattana Kitiarsa. Teori Tindakan Sosial digunakan untuk menganalisis latar belakang diadakannya paket Al-Kahfi, sedangkan teori Komodifikasi Agama digunakan untuk menganalisis implikasi paket Al-Kahfi terhadap kelangsungan bisnis Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta.

Terdapat keunikan bahwa sebagian pelanggan ikut mempromosikan paket Al-Kahfi kepada teman-temannya. Melalui kondisi tersebut Preksu mendapatkan implikasi positif yaitu kenaikan jumlah pelanggan terlebih di saat musim penerimaan mahasiswa baru dan mendapat dukungan dari pelanggan yang membantu mempromosikan paket Al-Kahfi. Sejalan dengan kondisi tersebut, tidak sedikit pelanggan yang ikut membeli produk-produk lain dari Preksu.

Hasil dari penelitian ini adalah: pertama, latar belakang pemberian paket Al-Kahfi berupa makan minum gratis berawal dari pergolakan batin pemilik Preksu setelah mendengarkan ceramah mengenai sebuah tujuan hidup di sebuah majelis, kemudian tercetuslah ide untuk membuat usaha yang digunakan sebagai sarana ibadah. Saat usaha kulinernya mulai berkembang pemilik Preksu berpikir tentang bentuk sedekah yang dapat diberikan oleh perusahaannya. Pemilik Preksu kemudian mencetuskan bentuk sedekah bagi perusahaannya yakni pemberian makan dan minum gratis bagi para pelanggan. Salah satunya adalah paket Al-Kahfi pada hari Jumat. Kedua, paket Al-Kahfi berimplikasi positif terhadap kelangsungan bisnis. Paket tersebut mendorong pelanggan untuk membeli produk lain sehingga Preksu tetap mendapatkan keuntungan meskipun memberikan paket makan gratis bagi para pelanggan. Dilihat dari perspektif teori Komodifikasi Agama, pertumbuhan jumlah pelanggan yang dipicu oleh praktik keagamaan dengan membaca surah Al-Kahfi merupakan bentuk komodifikasi agama.

**Kata Kunci:** Paket Al-Kahfi, Preksu, Tindakan Sosial, Komodifikasi Agama.

## **ABSTRACT**

*This thesis studies the commodification of religion in the Al-Kahfi package, which is a program that gives out free food and beverages to customers who are able to recite Al-Kahfi in Preksu Ayam Geprek & Susu Yogyakarta. This study aims to explain the relation between religious practice and the business continuity. The focuses of this research are: (1) the background of giving Al-Kahfi package on Friday, and (2) the implication of Al-Kahfi package to Preksu Ayam Geprek & Susu Yogyakarta.*

*This thesis is a field research that is located at Preksu Ayam Geprek & Susu Yogyakarta. Methods used in data gathering are observation, interview, and documentation. This research uses the theory of Social Action by Max Weber and Commodification of Religion by Pattana Kitiarsa. The theory of Social Action is used to analyze the background of Al-Kahfi Package, while the theory of Commodification of Religion is used to analyze the implication from Al-Kahfi Package to Preksu Ayam Geprek & Susu Yogyakarta's business continuity.*

*There is uniqueness of which some of the customers joined hand to promote Al-Kahfi package to their peers. From said condition, Preksu gained positive implication that is an increasing number of customers, especially during the admittance period of new students, and also gained support from customers who help to promote Al-Kahfi package. Along with that condition, there are more customers who buy other Preksu products.*

*The following are the results of this research: firstly, the background of Al-Kahfi Package started from the owner's inner struggle after listening to a sermon about the purpose of one's life. It sparked an idea of business that can be used as a mean of prayer. When his culinary business began to develop, the owner then thought of a form of charity that his business could give. The owner of Preksu then created a form of charity for his business, of which is giving out free food and beverages for customers. One of the forms of that charity is Al-Kahfi Package on Friday. Secondly, Al-Kahfi gives positive implication toward the business continuity. The package encourages customers to buy other products; Preksu retains its profit from this relation, even though it still gives free food and beverage package to the customers. From the perspective of Commodification of Religion, the growing number of customers caused by religious practice of reciting Al-Kahfi is a form of commodification of religion.*

**Keywords:** *Al-Kahfi Package, Preksu, Social Action, Commodification of Religion*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Al-Quran dan Kelangsungan Bisnis (Studi Komodifikasi Agama pada Paket Makan Gratis bagi Pelanggan yang Telah Membaca Surah Al-Kahfi di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta).

Penulisan Skripsi disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Agama pada prodi Agama-Agama. Skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan, doa dan dukungan dari pihak-pihak terkait. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu, Kakak dan Abang serta anggota keluarga lain yang selalu mendoakan, memberi semangat dalam masa studi
2. Alm. Bapak yang selalu memberi semangat kepada saya untuk mengambil program Studi Agama-Agama di UIN Sunan Kalijaga agar melatih pribadi lebih dewasa dari cerita-cerita semasa kuliahnya.
3. Seluruh teman-teman di PSM Gita Savana atas ilmu-ilmu dan pertemanannya
4. Seluruh teman-teman program Studi Agama-Agama atas ilmu dan bantuannya
5. Seluruh teman-teman KKN di Suruh, Gedangsari, Hargomulyo, Gunung Kidul

6. Rektor UIN Sunan Kalijaga Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
7. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
8. Ketua Program Studi Agama-Agama Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A.
9. Dosen pembimbing H. Ahmad Muttaqin, S.Ag., M.Ag., M.A., Ph.D.
10. Dosen penasihat akademik Drs. Rahmat Fajri, M.Ag.
11. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga yang sudah memberikan ilmu dan bantuannya
12. Segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya, terimakasih atas bantuan dan doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.



Yogyakarta, 8 April 2021

Penyusun,

**Muhammad Hadyan Dwitama**  
**15520020**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	vii
<b>HALAMAN ABSTRAK BAHASA INGGRIS</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka .....	8
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan .....	20
<b>BAB II WARUNG MAKAN PREKSU YOGYAKARTA</b>	
A. Lokasi Preksu Yogyakarta .....	22
B. Profil Pendiri Preksu Yogyakarta.....	23

C. Profil Preksu Yogyakarta .....	24
<b>BAB III PAKET AL-KAHFI</b>	
A. Pengertian Program .....	37
B. Latar Belakang Paket Al-Kahfi .....	38
C. Proses Pelaksanakan Paket Al-Kahfi .....	45
<b>BAB IV IMPLIKASI PAKET AL-KAHFI TERHADAP PERUSAHAAN</b>	
A. Respon Terhadap Paket Al-Kahfi .....	52
B. Implikasi Paket Al-Kahfi Terhadap Kelangsungan Bisnis .....	58
C. Paket Al-Kahfi Perspektif Komodifikasi Agama .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>CURRICULUM VITAE .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>
<b>PEDOMAN WAWANCARA .....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR INFORMAN .....</b>	<b>88</b>
<b>SURAT PENELITIAN .....</b>	<b>89</b>
<b>SURAT BUKTI PENELITIAN .....</b>	<b>90</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi secara bahasa diartikan sebagai proses masuknya menuju ruang lingkup dunia.<sup>1</sup> Globalisasi adalah suatu proses yang menghubungkan masyarakat dalam bidang sosial, politik dan budaya.<sup>2</sup> Terdapat proses integrasi masyarakat di berbagai negara yang menjadikannya bagian dari dunia.

Gelinas membagi globalisasi menjadi tiga jenis yakni sebagai sistem, proses dan ideologi. Globalisasi jika dilihat sebagai sebuah sistem ialah menciptakan integrasi secara luas dalam jaringan produksi dan memberikan konsekuensi berupa pengambilan teknologi, etika dan budaya melalui penanaman modal secara langsung. Globalisasi tidak hanya mengubah hubungan antarnegara tetapi memberikan dampak terhadap ruang ekonomi domestik dan iklim budaya sebuah negara. Globalisasi sebagai suatu proses ialah sebagai serangkaian tindakan untuk mencapai suatu proses integrasi yang mendunia melalui kompetisi dalam menekan korporasi global secara tetap dan terus menerus melakukan restrukturisasi, rasionalisasi dan meningkatkan kinerja berulang-ulang dengan keuangan serta teknologi yang selalu ditingkatkan. Globalisasi dari sisi ideologi ialah suatu konsep kerangka pemikiran, pandangan dan gagasan yang menentukan sifat dari kebenaran

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 366.

<sup>2</sup> Nur Sayyid Santoso Kristeva, *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 36.

dalam suatu masyarakat tertentu. Globalisasi memberikan justifikasi terhadap penetapan sistem politik dan ekonomi, kemudian membuat masyarakat menerima sebagai sebuah konsep yang sah, dihargai dan satu-satunya.<sup>3</sup>

Globalisasi merupakan istilah bebas nilai, tidak terikat produk wacana tertentu dan digunakan untuk melihat perubahan dunia yang semakin kokoh serta multidimensi dari segi ekonomi, politik, sosial, budaya dan agama. Globalisasi sebagai model utama ekonomi dunia tidak terlepas dari perkembangan kajian yang dilakukan oleh para sarjana Barat, dalam menyebarkan kapitalisme baru kepada dunia.<sup>4</sup>

Kapitalisme secara bahasa diartikan sebagai sistem dan paham ekonomi dengan modal bersumber pada pribadi atau perusahaan swasta dalam pasar bebas.<sup>5</sup> Kapitalisme merupakan istilah yang digunakan dalam sistem ekonomi yang mendominasi dunia Barat sejak runtuhnya Feodalisme. Kapitalisme berasal dari kata kapitalis tentang hubungan-hubungan antara para pemilik pribadi atas alat-alat produksi dengan para pekerja yang menjual jasa tenaga demi keuntungan pribadi.<sup>6</sup>

Wernert Sombart menjelaskan bahwa kapitalisme bukan hanya dalam satu aspek anatomi ekonomi atau fisiologi tertentu, melainkan keseluruhan aspek-aspeknya diwakili oleh kata *geist* atau *spirit* yang mengilhami

---

<sup>3</sup> Romli Atmasasmita, *Globalisasi dan Kejahatan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 28-29.

<sup>4</sup> Wasisto Raharjo Jati, "Memahami Globalisasi sebagai Evolusi Kapitalisme", *Global dan Strategis*, VII, Juli 2013, hlm. 243-245.

<sup>5</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia ...* hlm. 505.

<sup>6</sup> Dudley Dillard, "Kapitalisme" dalam M. Dawam Raharjo (ed.), *Kapitalisme Dulu dan Sekarang* (Jakarta: LP3ES, 1987), hlm. 15.

kehidupan seluruh zaman. Semangat ini merupakan sintesa dari semangat perusahaan dengan perhitungan dan rasionalitas atau semangat borjuis. Bucher menambahkan bahwa kapitalisme ialah hubungan yang terdapat antara produksi dan konsumsi barang-barang. Menurut Bucher kapitalisme dapat berarti alur panjangnya perjalanan yang ditempuh barang-barang sejak dari produsen sampai kepada konsumen.<sup>7</sup>

Dapat dipahami bahwa kapitalisme merupakan sebuah sistem ekonomi Barat antara pemilik pribadi dalam pasar bebas melalui kegiatan produksi dan konsumsi barang-barang yang menggerakkan kehidupan dunia dengan mencakup berbagai aspek.

Agama dalam kehidupan manusia mempunyai makna sebagai pedoman hidup yang pokok. Bahwa semua agama mengandung pengajaran yang baik untuk keselamatan dan kesejahteraan hidup manusia.<sup>8</sup> Agama merupakan ajaran dengan sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan antar sesama manusia serta lingkungannya.<sup>9</sup>

Karl Marx mengemukakan bahwa agama merupakan candu masyarakat. Agama menjadikan penderitaan dan kepedihan yang dialami oleh masyarakat akibat tereksplotasi dapat diringankan melalui fantasi tentang dunia supernatural tanpa penindasan. Orang miskin tidak perlu uang,

---

<sup>7</sup> Maurice Dobb, "Kapitalisme" dalam M. Dawam Raharjo (ed.), *Kapitalisme Dulu dan Sekarang* (Jakarta: LP3ES, 1987) hlm. 36-38.

<sup>8</sup> Muhammad Damami, *Makna Agama Dalam Masyarakat Jawa* (Yogyakarta: LESFI, 2002), hlm. 70.

<sup>9</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia ...* hlm. 12.

karena di pintu gerbang surga terdapat batu-batu yang indah. Orang miskin melihat orang kaya yang menindas mereka masuk ke dalam neraka. Berdasarkan titik tolak ini, Daniel L. Pals mengatakan bahwa khayalan-khayalan tentang dunia fantasi menjadikan agama sebagai “bisnis” yang sangat menguntungkan.<sup>10</sup>

Clifford Geertz mengatakan agama merupakan sistem lambang yang berfungsi menegakkan berbagai perasaan dan motivasi yang kuat, mempunyai jangkauan luas dan abadi pada manusia dengan merumuskan berbagai konsep mengenai keteraturan umum eksistensi. Dengan menyelubungi konsepsi-konsepsi ini dengan sejenis tuangan faktualitas sehingga perasaan-perasaan dan motivasi-motivasi itu secara unik tampak realistik.

Emile Durkheim mengatakan bahwa agama adalah sistem yang menyatu mengenai berbagai kepercayaan dan peribadatan yang berkaitan dengan benda-benda sakral, misalnya benda-benda yang terpisah dan terlarang yang berkaitan dengan kepercayaan-kepercayaan dan peribadatan-peribadatan yang mempersatukan semua orang yang menganutnya ke dalam suatu komunitas moral yang disebut gereja.

Berdasarkan penjelasan beberapa tokoh di atas, bahwa agama dalam kehidupan manusia mempunyai banyak pengaruh. Agama merupakan

---

<sup>10</sup> Karl Marx, “Agama Sebagai Bentuk Alienasi” dalam Daniel L. Pals (ed.), *Seven Theories of Religion* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2012), hlm. 205.



pedoman hidup, ekspresi ketergantungan, perasaan dan sistem yang mempengaruhi demi mencapai kesejahteraan hidup manusia.

Agama banyak memberikan pengaruhnya ketika hadir di masyarakat. Saat berada di masyarakat cukup sulit bersepakat tentang tingkah laku baik perintah atau larangan dalam kondisi waktu yang lama. Kondisi tersebut dapat dipersatukan kembali melalui nilai-nilai di dalam agama. Melalui nilai-nilai agama para pemeluknya memperoleh arti seperti hubungan dengan Tuhan atau benda lain. Peranan agama menciptakan ikatan bersama diantara anggota masyarakat, melalui nilai-nilai yang dijadikan dasar dalam sistem-sistem kewajiban sosial, sehingga pada akhirnya melestarikan nilai-nilai sosial.<sup>11</sup>

Agama sebagai sumber nilai yang menyeluruh, melingkupi dan menginspirasi kelahiran nilai-nilai dalam realitas kehidupan manusia mempunyai banyak peran dalam ruang publik. Agama mengalami kesulitan dalam menemukan pijakan, karena berbagai perspektif, interpretasi dan harapan yang beragam tentang peran dalam kehidupan pemeluknya. Akibat kondisi tersebut dengan dipengaruhi perkembangan zaman, agama mengalami degradasi peran, salah satunya melalui komodifikasi agama.<sup>12</sup>

Komodifikasi agama ialah perubahan nilai guna agama sebagai pedoman hidup dan sumber nilai-nilai normatif yang berlandaskan pada

---

<sup>11</sup> Elizabeth K. Nottingham, *Agama dan Masyarakat*, Terj. Abdul Muis Naharong, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1994), hlm. 38-42.

<sup>12</sup> A. Zaenurrosyid dan Lucy Zulies Ulfiana. Pendahuluan, "Komodifikasi Agama Dalam *Islamic Tourism* dan Aktivitas Ekonomi", *JIE*, V, April 2016, hlm. 109-110.

keyakinan ketuhanan menjadi nilai tukar dengan menggunakan fungsi-fungsi disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas agama.<sup>13</sup>

Masyarakat yang berorientasi pada pasar memiliki pergeseran pandangan terhadap agama. Agama dipahami bukan sebagai sumber nilai, melainkan sebuah instrumen dalam hidup. Bentuk pergeseran tersebut dapat dilihat dalam kehidupan manusia melalui praktik ibadah keagamaan.

Praktik ibadah yang dimaksud dapat dilihat dalam persoalan Umroh yang dijalankan sebagai pemenuhan eksistensi diri. Dapat diambil contoh dalam persoalan tersebut, bahwa berbagai surat kabar iklan tentang Umroh hadir dengan berbagai macam harga dan fasilitas. Pasar telah membedakan praktik ibadah dengan cara mengintervensi agama dalam bentuk-bentuk komodifikasi. Kondisi demikian memperlihatkan proses komodifikasi dalam kehidupan sehari-hari, bahwa agama berfungsi sebagai faktor pembentuk identitas diri dan melestarikan stratifikasi sosial di masyarakat. Pasar telah mengurangi sifat-sifat sakral yang terdapat dalam agama seperti melupakan sistem ideologi pengetahuan dan praktik kehidupan. Pasar menggunakan agama untuk mengesahkan kepentingan-kepentingan pribadinya.<sup>14</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas tentang komodifikasi agama penulis tertarik untuk meneliti sebuah tempat usaha yang menerapkan unsur-unsur Islam dalam menjalankan bisnisnya yakni Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Penulis tertarik karena Preksu memberikan makan minum gratis

---

<sup>13</sup> Moch. Fakhruroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah", *Jurnal Ilmu Dakwah*, V, Desember 2010, hlm. 12-13.

<sup>14</sup> Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 113-114.

bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi, khususnya pada hari Jumat.<sup>15</sup> Penelitian ini penting dilakukan untuk membuktikan tujuan pembacaan surah Al-Kahfi dalam program tersebut dengan bentuk komodifikasi agama.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat beberapa pokok permasalahan, sebagai berikut:

1. Mengapa Preksu memberikan paket Al-Kahfi bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi pada hari Jumat?
2. Bagaimana implikasi dari paket Al-Kahfi terhadap Preksu dalam perspektif komodifikasi agama?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan latar belakang Preksu memberikan paket Al-Kahfi bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi pada hari Jumat. Penelitian ini selanjutnya, menjelaskan implikasi dari paket Al-Kahfi terhadap Preksu dalam perspektif komodifikasi agama.

Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah sebagai kontribusi keilmuan terhadap jurusan Studi Agama-Agama tentang membaca Al-Kahfi dan kelangsungan sebuah bisnis. Secara praktis penelitian digunakan sebagai wawasan kepada unit-unit usaha yang menggunakan unsur agama dalam menjalankan bisnisnya.

---

<sup>15</sup> <https://preksu.com>, diakses tanggal 9 September 2020.

#### D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan penjelasan tentang hasil-hasil penelitian sejenis yang berkaitan dengan hubungan praktik keagamaan dan kelangsungan bisnis. Dalam kajian ilmiah tinjauan pustaka bertujuan agar tidak terjadi duplikasi penelitian. Penulis membagi pembahasan menjadi dua, yaitu penelitian yang berkaitan dengan komodifikasi agama dan studi living Quran. Berikut beberapa penelitian yang berkaitan dengan masalah ini, yaitu:

Yelly Elanda melalui karyanya mengkaji masalah komodifikasi agama. Berjudul *Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah di Surabaya*, penelitian ini mengkaji bentuk penggunaan simbol-simbol agama sebagai strategi *developer* untuk menguatkan citra sebuah perumahan. Konsep perumahan yang digunakan merupakan cara untuk memberikan ruang kepada kaum muslim dalam membuat dan menguatkan identitas di tempat tinggalnya. Keunikan yang lain ialah cara pemasarannya dengan strategi *gathering* oleh motivator-motivator dan ustad-ustad dengan ceramahnya.<sup>16</sup> Perbedaan penelitian ini ialah kajiannya fokus pada penggunaan simbol-simbol agama di perumahan syariah yang membuat batas antar masyarakat tidak hanya melalui kelas sosial namun juga agama.

Gary Dwiputra Liawijaya dan Ahmad Junaidi melalui penelitiannya mengkaji bentuk komodifikasi agama dalam sebuah bisnis. Berjudul *Pemanfaatan Atribut Agama Terhadap Brand Image Blessed Brothers Café*,

---

<sup>16</sup> Yelly Elanda, "Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah di Surabaya", *Al-Hikmah*, XVII, Oktober 2019, hlm. 47-59.

penelitian ini mengkaji sebuah unit usaha yang menggunakan simbol salib dalam bisnisnya. Café ini memiliki visi penginjilan dalam ajaran Kekristenan. Mereka menjadikan Blessed Brothers Cafe sebagai wadah dalam melakukan *sharing* penginjilan tentang kebaikan Kristus dalam hidup para umat Kristiani. Perbedaan penelitian ini ialah mengkaji tentang pemanfaatan atribut agama. Penelitian ini ingin membuktikan pemanfaatan atribut agama di Blessed Brothers Cafe sebagai cara manajemen pemasaran dalam menarik para konsumen. Melalui atribut agama memberikan *brand image* yang kuat bagi Blessed Brothers Café.<sup>17</sup>

Khairul Syafuddin dan Ni'amatul Mahfiroh merupakan peneliti selanjutnya yang mengkaji masalah komodifikasi agama. Berjudul *Komodifikasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim di Instagram*, penelitian ini mengkaji akun instagram bernama santun.inv yang menggunakan tiga barang seperti kaos, *miki hat* dan *tumbler* dalam mengkomodifikasi nilai keislaman. Berbeda dengan kebanyakan *brand* muslim lain, akun ini memilih barang-barang tersebut yang disesuaikan dengan gaya anak muda zaman sekarang. Komodifikasi yang dilakukan berupa penggunaan kata-kata yang memiliki nilai keislaman dengan mengarah pada kegiatan hijrah. Nilai hijrah yang memiliki makna berpindah dari hal buruk menjadi lebih baik dalam pandangan Islam diubah menjadi nilai jual untuk memperoleh keuntungan. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yakni akun instagram dengan

---

<sup>17</sup> Gary Dwiputra Liawijaya dan Ahmad Junaidi, "Pemanfaatan Atribut Agama Terhadap Brand Image Blessed Brothers Cafe", *Prologia*, III, Juli 2019, hlm. 112.

mengkaji nilai-nilai Islam yang dikomodifikasikan dan orientasi ekonomi dalam mensyiarkannya.<sup>18</sup>

Noni Mirantika dan Saortua Marbun melalui penelitiannya mengkaji masalah komodifikasi agama. Berjudul *Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena*, penelitian ini menjelaskan bahwa mukena sebagai salah satu komponen dalam beribadah sulit dibuat secara individual. Ideologi pasar hadir dengan pengaruhnya mengakibatkan orang-orang menjadi berpikir praktis, efektif, efisien dan cepat termasuk dalam penyelenggaraan ibadah. Kondisi ini memberikan peluang bagi produsen dalam mengembangkan industri penjualan mukena. Mencari uang tidak hanya memenuhi kebutuhan saja, tetapi karena produsen memiliki aneka modal seperti budaya, simbolik, sosial dan ekonomi. Modal tersebut dipadukan kemudian melalui *partner* atau *supplier* mukena siap dijual kepada konsumen. Aneka modal ini bersinergi kemudian memunculkan komodifikasi mukena.<sup>19</sup> Penelitian ini lebih fokus untuk mengkaji penyebab dan melihat sisi pandangan agama serta manajemen mengenai komodifikasi mukena.

Rona Bethari Sugianto dan Wida Ayu Puspitosari yang selanjutnya mengkaji masalah komodifikasi agama. berjudul *Doa Sebagai Bentuk Pertukaran Ekonomi*. Penelitian ini menjelaskan kegiatan doa bersama yang dilakukan di panti asuhan 'X' yang dalam kegiatannya memuat unsur

---

<sup>18</sup> Khairul Syafuddin dan Ni'amatul Mahfiroh, "Komodifikasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim di Instagram", *Profetika*, XXI, 2020, hlm. 15.

<sup>19</sup> Noni Mirantika dan Saortua Marbun, "Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena", *Jurnal Studi Kultural*, I, 2016, hlm. 122-123.

ekonomis. Para donatur utama telah mendapatkan stimulus berupa pengetahuan agama khususnya tentang manfaat doa bersama oleh anak yatim. Stimulus ini kemudian ditransformasikan oleh donatur utama menjadi sebuah kesadaran baru yang ditukarkan dengan hal-hal berbentuk material. Kegiatan pertukaran tersebut penting dan ikut melanggengkan kegiatan doa bersama.<sup>20</sup> Perbedaan penelitian ini yakni mengkaji tujuan-tujuan melakukan doa bersama antara pengurus dan dua donatur utama di panti asuhan “X”.

Muhammad Misbah mengangkat tema penelitian tentang kajian living Quran. Berjudul *Living Quran di Instansi Kesehatan: Fenomena “Gerakan Membaca Al-Quran Sebelum Bekerja*, penelitian ini membahas tentang fenomena para karyawan Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang yang melakukan sebuah usaha untuk menghidupkan Al-Quran. Kegiatan tersebut dilakukan melalui unit BPI (Bimbingan Pelayan Islami) yang bergerak dalam bidang kerohanian, konsultan keagamaan, motivator dan dinamisator. Kegiatan membaca Al-Quran ditujukan untuk memperbaiki spiritual pegawainya. Perbedaan penelitian ini ialah membahas pemaknaan Gerakan membaca Al-Quran sebelum bekerja dan pengaruhnya terhadap para karyawan RSI Sultan Agung Semarang.<sup>21</sup>

Qurrota A’yun melalui penelitiannya mengkaji living Quran. Berjudul *Penggunaan Ayat-Ayat Al-Quran Dalam Praktik Rukiyah (Studi Living Quran di Panti Asuhan Putra Tuntang Kabupaten Semarang)*, penelitian ini

---

<sup>20</sup> Rona Bethari Sugianto dan Wida Ayu Puspitosari, “Doa Sebagai Bentuk Pertukaran Ekonomi”, *JSPH*, IV, Juli 2019, hlm. 62-64.

<sup>21</sup> Muhammad Misbah, “Living Quran di Instansi Kesehatan: Fenomena “Gerakan Membaca Al-Quran Sebelum Bekerja”, *Hermeneutik*, XIII, 2019, hlm. 118-125.

membahas tentang ayat-ayat Al-Quran yang menjadi bacaan dalam pelaksanaan rukiyah. Kegiatan membaca ayat-ayat Al-Quran ini dilakukan setiap tiga bulan sekali. Selain itu, penelitian ini meneliti implikasi praktik rukiyah bagi psikologi anak di panti asuhan. Implikasi dari penggunaan ayat-ayat tersebut adalah melestarikan budaya dalam membaca Al-Quran, memberikan ketenangan dalam beribadah khususnya anak-anak, tidak sering sakit dan merasa tentram. Bagi pengasuh dapat lebih mudah mengatur anak-anak dalam salat berjamaah, mengaji, hafalan dan kegiatan positif lainnya.<sup>22</sup> Perbedaan penelitian ini memfokuskan dalam mengkaji proses rukiyah dan dampak psikologis bagi pelaku di Panti Asuhan Putra Tuntang Kabupaten Semarang.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah disebutkan di atas, telah mengkaji penggunaan unsur-unsur agama di dalam bisnis dan ayat Al-Quran dalam kehidupan sehari-hari. Kekurangan dari penelitian-penelitian di atas adalah tidak berusaha mencari pencetus dan implikasi terhadap kelangsungan bisnis. Berbeda dengan kajian-kajian yang telah disebutkan, penulis ingin menawarkan penelitian yang berbeda. Penulis ingin mengkaji hubungan antara praktik keagamaan dan kelangsungan bisnis. Penulis mengkaji latar belakang pemberian paket Al-Kahfi pada hari Jumat dan implikasinya terhadap Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta.

---

<sup>22</sup> Qurrota A'yun, "Penggunaan Ayat-Ayat Al-Quran Dalam Praktik Rukiyah (Studi Living Quran di Panti Asuhan Putra Tuntang Kabupaten Semarang)", *Skripsi* Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2020, hlm. 12-78.



## E. Kerangka Teori

Kerangka teoritik merupakan konseptual dari suatu teori hubungan logis di antara faktor-faktor yang penting dalam masalah penelitian.<sup>23</sup> Penelitian ini dilakukan di Preksu, Yogyakarta. Penelitian ini bermaksud mendapatkan data tentang latar belakang pemberian paket Al-Kahfi pada hari Jumat dan implikasi dari paket Al-Kahfi terhadap Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan teori tindakan sosial dan komodifikasi agama. Perspektif yang digunakan ialah sebagai berikut:

### 1. Tindakan Sosial

Dalam menganalisis latar belakang paket Al-Kahfi penulis menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Menurut Weber bahwa kita dapat membandingkan struktur masyarakat dengan memahami alasan-alasan dari tindakan-tindakan, kejadian-kejadian historis yang mempengaruhi mereka sehingga mampu memahami tindakan pada pelakunya yang hidup di masa sekarang.<sup>24</sup>

Teori tindakan dibagi Weber menjadi empat yaitu tindakan rasionalitas tujuan, rasionalitas nilai, emosional dan tradisional. Pertama, rasionalitas sarana-tujuan atau *zweckra-tional* adalah bentuk tindakan yang mencakup perhitungan yang tepat dan pengambilan sarana-sarana yang paling efektif untuk tujuan-tujuan yang dipilih dan

---

<sup>23</sup> Fahrudin Faiz (dkk.), "Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi", Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, hlm. 10.

<sup>24</sup> Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009), hlm. 115.

dipertimbangkan dengan jelas. Bentuk orientasi tindakan ini sangat instrumentalis dengan berdasarkan sisi logis, ilmiah dan ekonomis. Orientasi tersebut digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan-tujuan melalui upaya dan perhitungan rasional.<sup>25</sup> Kedua, rasionalitas nilai atau *wertrational*. Tindakan ini merupakan tindakan yang ditentukan oleh keyakinan penuh kesadaran akan nilai perilaku-perilaku etis, estetis, religius atau bentuk perilaku lain yang terlepas dari prospek keberhasilannya. Seseorang lebih mencari nilai-nilai daripada sarana-sarana. Ketiga, afektual atau emosional. Tindakan ini berada di dalam dan ditentukan oleh kondisi emosi seseorang. Tindakan emosional berada diluar kesadaran seseorang, tidak rasional dan tanpa sarana-sarana untuk mencapai sesuatu. Keempat, tradisional merupakan tindakan yang berdasarkan kebiasaan yang muncul dari praktik-praktik oleh seseorang yang telah biasa dan lazim dilakukan.<sup>26</sup>

Teori Tindakan sosial Max Weber digunakan dalam menganalisis latar belakang pemberian makan minum gratis Al-Kahfi. Keempat tindakan sosial teori Max Weber merupakan cara-cara seseorang atau individu memberikan sebuah arti kepada hidupnya, agar dapat dipahami kehidupannya.

---

<sup>25</sup> Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.163.

<sup>26</sup> George Ritzer Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern* terj. Nurhadi (Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2016), hlm. 137.

## 2. Komodifikasi Agama

Komodifikasi agama merupakan fenomena historis dan religio-kultural, inklusif dan kompleks. Melalui tindakan sadar untuk mengubah simbol dan institusi agama menjadi komoditas yang dapat dipasarkan dan layak dikonsumsi. Komodifikasi agama adalah sebuah proses multi-aspek dan multi-dimensi yang baru dengan mengubah keyakinan agama atau tradisi menjadi barang-barang yang layak dikonsumsi serta dipasarkan. Komodifikasi agama mempunyai sebuah hubungan interaktif dan berulang antara agama dengan pasar. Secara bersamaan melibatkan kekuatan pasar yang mengkomodifikasi institusi agama yang ikut terlibat di pasar dan budaya konsumsi. Komodifikasi agama membantu mendefinisikan ulang agama sebagai komoditas pasar, sekaligus sebagai barang pertukaran atau jual beli di pasar spiritual.<sup>27</sup>

Menurut Pattana Kitiarsa barang-barang agama memiliki ciri-ciri tersendiri. Pertama, barang komoditas agama berkaitan erat dengan biografi suci para pendiri keyakinan atau agama, peristiwa-peristiwa sejarah besar, dan petilasan. Dalam konteks ini, biografi, tempat-tempat bersejarah, bangunan-bangunan, dan peristiwa yang tercatat di dalam kitab suci merupakan daya tarik bagi para pemeluk agama. Tempat bersejarah tersebut diubah menjadi tujuan ziarah yang memberi daya

---

<sup>27</sup> Pattana Kitiarsa, "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama" dalam Bryan S. Turner(ed.), *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 986-988.

tarik bagi para wisatawan. Kedua, barang komoditas agama lazimnya diproduksi, dikontrol, dan di rekayasa secara institusional oleh organisasi-organisasi tertentu.<sup>28</sup>

Barang komoditas agama merupakan produk dari upaya-upaya yang disusun secara terorganisir. Organisasi mengontrol dari segi *branding*, pengiklanan, dan pemasaran barang-barang komoditas agama. Organisasi berfungsi menjaga keaslian sejarah dan merangsang emosi para pemeluk agama. Ketiga, barang komoditas agama sarat dengan makna-makna simbolik, kualitas sakral, dan reputasi karismatik membuat para pemeluk agama memiliki perasaan hati yang kuat dengan pesan-pesan spiritual barang-barang komoditas agama. Keempat, barang komoditas agama secara khusus dipromosikan melalui peristiwa-peristiwa publik seperti ritual, perayaan, festival, dan wisata rohani. Promosi yang dilakukan didukung dari segi produksi, pemasaran, dan konsumsi terhadap barang-barang komoditas agama.<sup>29</sup>

Berbagai peristiwa keagamaan yang dapat diakses secara publik menjadi sangat penting karena untuk memperlihatkan penggunaan barang-barang keagamaan. Peristiwa keagamaan tersebut telah menjadi pasar dadakan sebagai tempat terjadinya pembelian, penjualan, dan pertukaran barang-barang keagamaan. Peristiwa publik tidak hanya mempertemukan pembuat, penjual dan konsumen, namun juga

---

<sup>28</sup> Pattana Kitiarsa, "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama" dalam Bryan S. Turner(ed.), *Sosiologi Agama ...* hlm. 996.

<sup>29</sup> Pattana Kitiarsa, "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama" dalam Bryan S. Turner(ed.), *Sosiologi Agama ...* hlm. 997.

menciptakan suasana hati melalui atmosfer yang dibawa, kemudian menggerakkan pertukaran bisnis. Kelima, barang komoditas keagamaan disalurkan kepada khalayak melalui media massa. Di seluruh dunia, media yang dapat diakses secara publik seperti radio, televisi, surat kabar dan internet digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan barang-barang keagamaan kepada masyarakat luas.<sup>30</sup>

Kerangka operasional dari teori tindakan sosial adalah penulis akan melihat terlebih dahulu jenis tindakan yang dilakukan dalam pemberian makan minum gratis ini. Melalui tindakan tersebut penulis kemudian akan menganalisis melalui empat jenis tindakan sosial. Dengan demikian dapat diketahui latar belakang orang yang mencetuskan paket Al-Kahfi.

Kerangka operasional dari teori komodifikasi agama adalah penulis akan melihat penggunaan dan pemanfaatan surah Al-Kahfi di dalam program makan gratisnya. Penulis selanjutnya akan menganalisis menggunakan teori komodifikasi agama. Surah Al-Kahfi akan penulis analisis lebih lanjut melalui kategori barang komoditas agama. Kategori barang komoditas agama terdapat di dalam penjelasan teori komodifikasi agama. Melalui kategori tersebut, penulis akan membahas lebih lanjut mengenai surah Al-Kahfi dalam program makan minum gratis di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta.

---

<sup>30</sup> Pattana Kitiarsa, "Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama" dalam Bryan S. Turner(ed.), *Sosiologi Agama ...* hlm. 998.

## F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara untuk mendapatkan data-data penelitian yang diperlukan agar mendapatkan informasi yang valid.<sup>31</sup> Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan memilih lokasi penelitian di Preksu Ayam Geprek dan Susu Yogyakarta.

1. Sumber Data:
  - a. Data Primer, ialah data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung menggunakan instrumen observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan di Preksu Yogyakarta.
  - b. Data Sekunder, ialah data yang digunakan penulis sebagai pelengkap yang didapatkan melalui informasi dan dokumen. Data penelitian sekunder seperti buku, skripsi dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian yaitu paket Al-Kahfi di Preksu Yogyakarta.
2. Metode Pengumpulan Data
  - a. Observasi  
Metode ini merupakan bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan mendatangi tempat penelitian kemudian melakukan pengamatan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi di tempat penelitian dan mencatatnya sebagai sumber data penelitian.

---

<sup>31</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Press, 2004), hlm. 42.

Dalam pelaksanaannya penulis mendatangi Preksu Yogyakarta, kemudian melakukan pengamatan terhadap perilaku para pelanggan dan karyawan yang terjadi khususnya pada saat paket Al-Kahfi dilaksanakan dan mencatatnya sebagai data penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi-informasi terkait data penelitian. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian adalah wawancara mendalam (*indepth interviews*). Wawancara merupakan bentuk interaksi sosial informal antara seorang peneliti dan informan yang dilakukan secara mendalam tentang masalah penelitian.<sup>32</sup> Dalam mendapatkan data tentang masalah penelitian, penulis terlebih dahulu mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan. Penulis selanjutnya menggunakan pertanyaan-pertanyaan tersebut dalam melakukan wawancara kepada manajer, karyawan dan pelanggan Preksu Yogyakarta untuk mendapatkan data penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan salah satu sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian seperti skripsi, jurnal, buku-

---

<sup>32</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebagai Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014), hlm. 136.

buku, *website*, brosur dan lain-lain. Berkaitan dengan masalah penelitian yakni paket Al-Kahfi berupa makan gratis bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi pada hari Jumat, penulis mencari di website dan iklan di media sosial Preksu Yogyakarta untuk mendapatkan data penelitian.

### 3. Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode dipilih karena menghasilkan data deskriptif dari kata-kata tertulis atau perkataan orang-orang yang diamati.<sup>33</sup> Metode deskriptif kualitatif memecahkan masalah dari hasil observasi, diawali dari membahas pertanyaan, menganalisis, menginterpretasi dan mengidentifikasi permasalahan yang diteliti yakni paket Al-Kahfi bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi pada hari Jumat di Preksu Yogyakarta.

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan tentang tata urutan materi skripsi, terdiri dari bab-bab yang disusun dengan logis.<sup>34</sup> Pembagian bab-bab dan argumentasi terkait permasalahan sebagai berikut.

Bab satu adalah pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

---

<sup>33</sup> Dadang Kahmad, *Metode Penelitian Agama* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), hlm. 153.

<sup>34</sup> Fahrudin Faiz (dkk.), "Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi", hlm. 11.



Bab dua membahas lokasi, profil pendiri perusahaan, profil perusahaan, struktur perusahaan, visi dan misi perusahaan, program-program perusahaan, sarana perusahaan serta daftar cabang perusahaan Preksu Yogyakarta.

Bab tiga membahas paket Al-Kahfi di Preksu, Yogyakarta. Pembahasan guna menjelaskan sebab-sebab dan tujuan dari paket Al-Kahfi. Bab ini membahas pengertian program, latar belakang paket Al-Kahfi dan proses pelaksanaan paket Al-Kahfi di Preksu, Yogyakarta.

Bab empat membahas implikasi paket Al-Kahfi terhadap perusahaan. Bab ini membahas respon manajer, karyawan dan pelanggan tentang paket Al-Kahfi, implikasi paket Al-Kahfi terhadap kelangsungan bisnis dan paket Al-Kahfi perspektif komodifikasi agama.

Bab lima merupakan hasil akhir dari sebuah penelitian tentang paket Al-Kahfi di Preksu Yogyakarta. Bab ini berisi kesimpulan, yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian dan saran sebagai masukan bagi penelitian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan:

Latar belakang paket Al-Kahfi berawal dari pergolakan batin *owner* Preksu setelah mendengarkan ceramah di sebuah majlis mengenai sebuah tujuan hidup, kemudian tercetuslah ide untuk membuat usaha yang digunakan sebagai sarana ibadah. Di saat usaha kulinernya mulai berkembang, Ferry Atmaja kemudian berpikir tentang bentuk sedekah yang dapat diberikan oleh perusahaannya. Ferry Atmaja kemudian mencetuskan sebuah gagasan tentang program-program yang bertujuan sebagai bentuk sedekah bagi perusahaannya yakni berupa pemberian makan minum gratis bagi pelanggan salah satunya ialah paket Al-Kahfi di hari Jumat.

Implikasi paket Al-Kahfi yang dihadirkan memberikan implikasi bagi Preksu menurut perspektif komodifikasi agama yakni, pertama, implikasi tersebut menjadikan Preksu tambah ramai oleh para pelanggan yang tidak terlepas dari peran paket Al-Kahfi. Kedua, Preksu tidak pernah mengalami kerugian meskipun memberikan paket Al-Kahfi berupa makan minum gratis bagi pelanggan. Ketiga, membuat salah satu manajer Preksu ikut mengamalkan sunnah-sunnah lain di hari Jumat seperti, memperbanyak sholawat, mandi sebelum salat Jumat dan lain-lain. Berdasarkan tiga implikasi sebelumnya, penambahan dari sisi pelanggan sejalan dengan teori

komodifikasi agama dengan Al-Kahfi sebagai bentuk penggunaan unsur agamanya.

## **B. Saran**

Di dalam penulisan penelitian ini, penulis hanya memfokuskan satu unit usaha pada sebab-sebab, tujuan dan implikasi dari pemberian program makan minum gratis bagi pelanggan yang telah membaca surah Al-Kahfi di hari Jumat. Oleh karena itu, berkaitan dengan penelitian selanjutnya, penulis menyarankan akan lebih baik dilakukan penelitian tentang komparasi unit-unit usaha kuliner yang memiliki program-program sejenis makan minum gratis dengan unsur agama seperti minum kopi gratis di hari Jumat dan lain-lain.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abdullah, Irwan. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015.
- Ad-Darimi, Imam. *Sunan ad-Darimi*. Terj. Ahmad Hotib. Jakarta: Pustaka Azzam. 2007.
- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebagai Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2014.
- Atmasasmita, Romli. *Globalisasi dan Kejahatan Bisnis*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press. 2004.
- Damami, Muhammad. *Makna Agama Dalam Masyarakat Jawa*. Yogyakarta: LESFI. 2002.
- Damsar, *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenadamedia. 2015.
- Djamannuri. *Ilmu Perbandingan Agama: Pengertian dan Objek Kajian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta. 1998.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2002.
- Faiz, Fahrudin (dkk.). *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga 2015.
- Goodman J. dan George Ritzer Douglas. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2016.
- Jones, Pip. *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-Modernisme*. Terj. Achmad Fedyani Saifuddin. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2009.
- Kahmad, Dadang. *Metode Penelitian Agama*. Bandung: Pustaka Setia. 2000.
- Kristeva, Nur Sayyid Santoso. *Kapitalisme, Negara dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015.
- K. Nottingham, Elizabeth. *Agama dan Masyarakat*. Terj. Abdul Muis Naharong. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 1994.
- Pals, Daniel L. (ed.). *Seven Theories of Religion*. Terj. Inyik Ridwan Muzir dan M. Syukri. Yogyakarta: IRCiSoD. 2012.

- Qal'ahji, Muhammad Rawas. *Syakhshiyah Muhammad saw: Mengungkap Keunikan Sifat-Sifat Rasulullah saw*. Bogor: Pustaka Thariqul Izzah. 2013.
- Raharjo, M. Dawam. (ed.). *Kapitalisme Dulu dan Sekarang*. Jakarta: LP3ES. 1987.
- Surachmad, Winarno. *Pengantar Metode Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito. 1990.
- Tayibnafis, Farida Yusuf. *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi untuk Program Pendidikan dan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.
- Turner, Bryan S. (ed.). *Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013.

### **Skripsi:**

- Maghfiroh, Nunung Anisatul. “*Makna Tradisi Pembacaan Durorul Waqi’ah Pada Malam Jumat Legi di Pondok Pesantren Al-Ittihad Poncol, Ds. Popongan, Kec. Bringin, Kab. Semarang (Studi Living Quran)*”. Skripsi Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir. Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. 2020.
- Alibaba. “*Spiritual Company Ayam Geprek Susu Yogyakarta Perspektif Etika Bisnis*”. Skripsi Program Studi Filsafat Agama. Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2018.
- A’yun, Qurrota. “*Penggunaan Ayat-Ayat Al-Quran Dalam Praktik Rukiyah (Studi Living Quran di Panti Asuhan Putra Tuntang Kabupaten Semarang)*”. Skripsi Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir. Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. 2020.

### **Jurnal:**

- Assingkily, Muhammad Shaleh. “Peran Program Tahfiz dan Tahsin Al-Quran Dalam Meningkatkan Literasi Al-Quran Siswa di Madrasah Ibtidaiyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta”. *Mudarrisuna*. Vol. 9. No. 1. Juni 2019.
- Elanda, Yelly. “Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah di Surabaya”. *Al-Hikmah*. Vol. 17. No. 1. Oktober 2019.
- Fakhruroji, Moch. “Komodifikasi Sebagai Masalah Dakwah”. *Jurnal Ilmu Dakwah*. Vol. 5. No. 16. Desember 2010.
- Jati, Wasisto Raharjo. “Memahami Globalisasi sebagai Evolusi Kapitalisme”. *Global dan Strategis*. Vol. 7. No. 2. Juli 2013.

- Liawijaya, Gary Dwiputra dan Ahmad Junaidi. "Pemanfaatan Atribut Agama Terhadap Brand Image Blessed Brothers Café". *Prologia*. Vol. 3. No.1. Juli 2019.
- Mirantika, Noni dan Saortua Marbun. "Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Komodifikasi Mukena". *Jurnal Studi Kultural*. Vol. 1. No. 2. 2016.
- Misbah, Muhammad. "Living Quran di Instansi Kesehatan: Fenomena Gerakan Membaca Al-Quran Sebelum Bekerja". *Hermeneutik*. Vol. 13. No. 1. 2019.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Implementasi Spiritualitas Dalam Kegiatan Kewirausahaan". *JBMA*. Vol. 7. No. 2. September 2020.
- Shalfiah, Rumandita. "Peran Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Mendukung Program-Program Pemerintah Kota Bontang". *eJournal Ilmu Pemerintahan*. Vol. 1. No. 3. 2013.
- Sugianto, Rona Bethari dan Wida Ayu Puspitosari. "Doa Sebagai Bentuk Pertukaran Ekonomi". *JSPH*. Vol. 4. No. 1. Juli 2019.
- Syafuddin, Khairul dan Ni'amatul Mahfiroh. "Komodifikasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim di Instagram". *Profetika*. Vol. 21. No. 1. 2020.
- Zaenurrosyid, A. dan Lucy Zulies Ulfiana. "Komodifikasi Agama Dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi". *JIE*. Vol. 5. No. 1. April 2016.

**Internet:**

<https://www.preksu.com>

<https://www.instagram.com>

<http://www.konsultanpsikologijakarta.com>

<http://www.pakarkinerja.com>

<http://www.pengadaan.web.id>

<https://promise.co.id>

<https://ruangpegawai.com>