

**KOMODIFIKASI AGAMA TERHADAP AL-QUR'AN SEBAGAI OBJEK
WISATA RELIGI
(Studi Kasus di Bait Al-Qur'an Al-Akbar Di Kecamatan Gandus Palembang)**



Oleh
Dewi Fatonah, S. Ag.
NIM: 19205010011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
TESIS

**Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Aqidah dan Filsafat Islam
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memperoleh Gelar Magister dalam Ilmu Agama
Konsentrasi Studi Al-Qur'an dan Hadis**

**YOGYAKARTA
2021**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1157/Un.02/DU/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : KOMODIFIKASI AGAMA TERHADAP AL-QUR'AN SEBAGAI OBJEK WISATA RELIGI (Studi Kasus di Bait Al-Qur'an Al-Akbar Di Kecamatan Gandus Palembang)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEWI FATONAH, S.Ag
Nomor Induk Mahasiswa : 19205010011
Telah diujikan pada : Selasa, 06 Juli 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

Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA.

SIGNED

Valid ID: 6124b69bd3dbc



Penguji I

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 612322b881063



Penguji II

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.

SIGNED

Valid ID: 6124b53ac4b45



Yogyakarta, 06 Juli 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

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

SIGNED

Valid ID: 6124ceb888b52

**PERNYATAAN KEASLIAN
DAN BEBAS DARI PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Fatonah
NIM : 19205010011
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister
Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam
Konsentrasi : Studi Al-Qur'an dan Hadits

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Naskah tesis ini bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri atau terdapat plagiasi di dalamnya, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 03 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Dewi Fatonah
NIM: 19205010011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister (S2)
Aqidah dan Filsafat Islam
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Komodifikasi Agama Terhadap Al-Qur'an Sebagai Objek Wisata Religi (Studi Kasus di Bait Al- Qur'an Al-Akbar Di Kecamatan Gandus Palembang)

Yang ditulis oleh :

Nama : Dewi Fatonah
NIM : 19205010011
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Program Studi Magister (S2) Aqidah dan Filsafat Islam
Konsentrasi : Studi Al-Qur'an dan Hadits

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 03 Juni 2021

Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA.
NIP: 198001232009011004

ABSTRAK

Penelitian ini fokus mengkaji dan menganalisis tentang proses komodifikasi agama yang terjadi pada salah satu destinasi wisata religi yang ada di Palembang, yaitu Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana bentuk komodifikasi seperti wisata religi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini. Selain itu penelitian juga dilakukan guna melihat masyarakat muslim sebagai pasar potensial umat beragama di Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya keberlangsungan komodifikasi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini. Lebih jauh, penelitian ini juga menelaah lebih jauh terkait dampak yang komodifikasi ini terhadap kehidupan masyarakat sekitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan pihak pengelola, karyawan dan pengunjung atau wisatawan Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan dua teori, pertama, komodifikasi agama Greg untuk melihat bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi yang terdapat di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Serta faktor-faktor yang mempengaruhi dan melatarbelakangi keberlangsungannya hingga saat ini dan kedua teori Consumer Ritualized Symbolic Practice yang digagas oleh Alex Thornburg dan David Knotterus untuk menjelaskan tentang cara masyarakat dalam menggunakan simbol-simbol agama untuk dijadikan sebagai komoditas yang diproduksi, didistribusi dan dikonsumsi selayaknya komoditi pada umumnya.

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa temuan penting seperti adanya wisata religi sebagai bentuk komodifikasi, apalagi komodifikasi tersebut menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan pengelola Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi aktifitas komodifikasi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini. Selanjutnya, penelitian ini menyimpulkan fakta bahwa keberadaan Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini memberikan dampak positif terhadap masyarakat dalam tiga ranah yaitu ranah kehidupan sosial, ekonomi dan keagamaan.

Kata Kunci : Wisata Religi, Bait Al-Qur'an Al-Akbar, Komodifikasi Agama

MOTTO

وَأَرْضَ بِمَا قَسَمَ اللَّهُ لَكَ تَكُنْ أَغْنَى النَّاسِ



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Tulisan ini kupersembahkan kepada:

Kedua malaikat duniaku, Ayahanda Amijan dan Ibunda

Listiani

*Yang tak kenal lelah berjuang segenap jiwa dan raga demi
kebahagiaan serta kesuksesanku*

*Suami terkasih Syamsul Huda, yang telah gigih bekerja keras
dan sabar dalam membimbingku*

*Kedua adikku, Rofi'ah Nisa Amanah dan Ahmad Abi Siddiq
Fauzan yang terus menjadi penyemangat dan turut
menciptakan suasana hangat dalam hari-hari penulisan naskah
ini*

*Serta keluarga besar Misnadi dan Sarminah serta keluarga
besar Suwarso dan Suwarni yang telah memberikan dukungan
material maupun spiritual*

*Tiada balasan yang mampu kuberikan melainkan doa yang
tulus, semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya kepada
kalian semua*

JAZAKUMULLAHU KHAIRAN KATSIIRAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrop
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

مُتَعَدِّينَ	Ditulis	muta‘aqqidīn
عِدَّة	Ditulis	‘iddah

C. Ta’ Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هِبَةٌ	Ditulis	Hibah
جَزِيَةٌ	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	karāmah al-auliyā’
--------------------------	---------	--------------------

2. Bila Ta’ Marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah, dammah, ditulis dengan tanda t.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	zakāt al-fiṭri
-------------------	---------	----------------

D. Vocal Pendek

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
-----	Fathah	A	A
-----	Kasrah	I	I
-----	dammah	U	U

E. Vocal Panjang

fathah + alif جَاهِلِيَّة	ditulis ditulis	a> jāhiliyyah
fathah + ya’ mati يَسْعَى	ditulis ditulis	ā yas‘ā
kasrah + ya’ mati	ditulis	ī

كريم	ditulis	karīm
ḍammah + wawu mati	ditulis	ū
فروض	ditulis	furūd

F. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	bainakum
fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulun

G. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
لنشكركم	Dsitulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif+ Lam

a. Bila diikuti oleh Huruf Qomariyah

القران	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-qiyās

b. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السماء	Ditulis	as-samā'
الشمس	Ditulis	asy-syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūd
أهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga berkat pertolongan-Nya lah tesis ini dapat terselesaikan. Shalawat beserta salam juga tak lupa penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabatnya, semoga kelak akan mendapat syafa'atnya di yaumul akhir. Penulisan tesis ini juga tak luput dari bantuan segenap keluarga besar civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang senantiasa telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Almakin, S.Ag., M.A. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Imam Iqbal, S.Fil.I., M.Ag. dan Dr. Roni Ismail, S.Th.I., M.S.I sebagai ketua prodi dan sekretaris prodi Magister Aqidah dan Filsafat Islam.
4. Bapak Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., M.A. selaku pembimbing tesis yang sangat berjasa dalam memberikan masukan dan arahan terhadap tesis ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Guru Besar dan Dosen di Program Magister Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam khususnya di Konsentrasi Studi Al-Qur'an dan Hadits.
6. Terimakasih juga kepada keluargaku tercinta, Ibuku Listiani dan Bapakku Terimakasih juga kepada keluargaku tercinta, Ibunda Listiani dan Ayahanda Amijan, serta kedua adikku Rofi'ah Nisa Amanah dan Ahmad Abi Siddiq Fauzan Terimakasih yang tak terhingga atas semua kebaikan dan doa tulus kalian semua.

7. Terimakasih juga kepada suami terkasih Syamsul Huda, lelaki yang istimewa sebab kegigihan, kerja keras dan kesabarannya dalam menapaki level demi level kehidupan yang telah kami lalui bersama.
8. Teman-teman seperjuangan di kelas SQH B Magister angkatan 2019 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun namanya akan selalu diingat karna kalianlah keluarga keduku ketika di perantauan, terkhusus pada teman satu atap tempat berbagi suka dan duka yaitu Nyayu Siti Zahrah, S.Ag dan Yunita Kurnati S.Ag.

Semoga karya yang sudah penulis buat ini dapat bermanfaat khususnya bagi perkembangan khazanah keilmuan Islam dan bermanfaat bagi semua yang membaca tesis ini,

Jazakumullah Khairan, Terimakasih untuk semuanya.

Yogyakarta, 07 Juni 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Dewi Fatonah, S.Ag.
NIM: 19205010011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	5
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Telaah Pustaka	6
E. Kerangka Konseptual	20
F. Metode Penelitian.....	27
G. Sistematika Pembahasan	32
BAB II: KONTEKS SOSIAL BAIT AL-QUR'AN AL-AKBAR DI KECAMATAN GANDUS PALEMBANG	36
A. Gambaran Umum Bait Al-Qur'an Al-Akbar	36

1. Letak Geografis Bait Al-Qur'an Al-Akbar	36
2. Profil dan Perkembangan Bait Al-Qur'an Al-Akbar	37
3. Sejarah Singkat Bait Al-Qur'an Al-Akbar	43
4. Profil Organisasi Pengelola Bait Al-Qur'an Al-Akbar	49
a. Struktur Kepengurusan Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar	49
b. Jumlah Pengelola Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar	49
B. Gambaran Umum Masyarakat Sekitar Bait Al-Qur'an Al-Akbar	51
BAB III: AKTIFITAS KOMODIFIKASI PADA BAIT AL-QUR'AN AL-	
AKBAR DAN FAKTOR YANG MELATARBELAKANGINYA	54
A. Bentuk Komodifikasi Pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar	54
1. Bentuk Komodifikasi Al-Qur'an Sebagai Wisata Religi	56
2. Bentuk Komodifikasi Al-Qur'an Sebagai Venue Acara	68
B. Al-Qur'an dan Unsur Religi Sebagai Komoditi Utama Wisata Religi	76
C. Masyarakat Muslim Sebagai Potensi Pasar Bait Al-Qur'an Al-Akbar	82
D. Faktor yang Melatarbelakangi Komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar...	87
a. Faktor Internal	88
b. Fakor Eksternal	90
BAB IV: KOMODIFIKASI AL-QUR'AN PADA BAIT AL-QUR'AN AL-	
AKBAR ANTARA RELIGIUSITAS DAN KAPITALISASI AGAMA	93
A. Simbol Agama dan Pariwisata	93
B. Komodifikasi di Balik Fenomena Bait Al-Qur'an Al-Akbar Sebagai Wisata Religi	99
C. CRSP dalam Memahami Pemaknaan Umat Islam Sebagai Konsumen	107
D. Dampak Komodifikasi Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar Terhadap Masyarakat Sekitar.....	109

BAB V: PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	118
RIWAYAT HIDUP	124



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR SKEMA

Skema 1. 1 Kerangka Kerja Penelitian	26
Skema 1. 2 Struktur Kepengurusan Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar	49
Skema 3.1 Hubungan Potensi Pasar Umat Muslim dengan Bait Al- Qur'an Al-Akbar Sebagai Destinasi Wisata Religi.....	86
Skema 4. 1Bait Al-Qur'an Al-Akbar: Antara Simbol Agama Yang Sakral dan Pariwisata.....	98



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Peta Kecamatan Gandus..... 52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Penampakan Lembaran Mushaf Al-Qur'an	38
Gambar 2. 2 Salah Satu Spot Foto 3D	39
Gambar 2. 3 Singgahsana/Pelaminan Kerajaan Palembang	40
Gambar 2. 4 Wahana dan Taman Bermain Anak-Anak	41
Gambar 3. 1 Tiket Masuk Bait Al-Qur'an Al-Akbar	59
Gambar 3. 2 Jasa Kaligrafi/Ukir Nama.....	60
Gambar 3. 3 Penyewaan Baju Adat Palembang	62
Gambar 3. 4 Pertokoan kuliner dan Souvenir Khas Palembang	63
Gambar 3. 5 Toko Aneka Songket dan Jumputan Khas Palembang.....	64
Gambar 3. 6 Aneka Ragam Barang Dagangan Berbau Keislaman.....	64
Gambar 3. 7 Wisata Edukasi Panahan	68
Gambar 3. 8 Kunjungan Sekolah	70
Gambar 3. 9 Kunjungan Majelis Ta'lim Jamaah Perempuan	71
Gambar 3. 10 Salah Satu Kunjungan Kerja	72
Gambar 3. 11 Pembuatan Video Klip Shalawat.....	73
Gambar 3. 12 Video Endorsment Salah Satu Chanel Youtube.....	74
Gambar 3. 13 Foto Prewedding di Bait Al-Qur'aan Al-Akbar.....	75
Gambar 3. 14 Penampakan Ukiran Mushaf Al-Qur'aan Sebagai Komoditi Utama ..	77
Gambar 3. 15 Pengunjung Bait Al-Qur'an Al-Akbar	84

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup 124



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sumatera Selatan, selain dikenal sebagai provinsi dengan pluralitas suku dan agama para penduduknya, ia juga dikenal sebagai provinsi yang nihil konflik berbau SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) sehingga provinsi ini mendeklarasikan diri sebagai kawasan *zero conflict* terutama dalam kehidupan beragamanya.¹ Hal tersebut nampaknya merupakan salah satu buah dari upaya yang selama ini gencar dilakukan baik oleh aparat pemerintah maupun masyarakatnya dalam rangka menyelaraskan realita dengan nama yang telah pernah tersemat yaitu Palembang Darussalam.

Dalam sejarah perkembangannya, selain dikenal sebagai kerajaan Maritim terpenting di Asia Tenggara pada masa kerajaan Sriwijaya yang juga diakui lantaran luasnya wilayah kekuasaan yang meliputi Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Semenanjung Malaka hingga Thailand Selatan², Palembang juga dikenal dengan banyaknya komunitas muslim Melayu sehingga menjadikan kota Palembang syarat akan nilai-nilai Islam dalam setiap sendi-sendi kehidupan masyarakatnya. Jadi merupakan hal yang wajar jika hingga saat ini banyak sekali

¹Elya Tanzila, Siswo Hadi Sumantri, dan Bambang Wahyudi, “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Konflik Bernuansa Agama Guna Mempertahankan Status Zero Conflict di Sumatera Selatan Tahun 2017-2018,” *Jurnal Diplomasi Pertahanan* 4, no. 3 (31 Desember 2018): 5.

²Nawiyanto dan Eko Crys Endrayadi, *Kesultanan Palembang Darussalam Sejarah Dan Warisan Budayanya*, 1 ed. (Jember: Jember University Press, 2016), 15–16.

ditemukan peninggalan-peninggalan Islam yang mewujud dalam bentuk seni, budaya, adat-istiadat serta tradisi yang menjadi ciri khas kota tersebut. Salah satu contohnya yaitu dengan dilestarikannya tempat-tempat sejarah berupa makam para ulama dan auliya' kota Palembang, daerah cagar budaya perkampungan Arab Al Munawwar, beragam tradisi yang syarat akan nilai islam seperti ziarah kubro, maulid arba'in, rumpak-rumpakan, haul auliya' dan masih banyak lagi.

Realitanya, pemerintah dan masyarakat luas Palembang memiliki strategi tersendiri agar tujuan meraih kembali masa kejayaan Islam dapat tercapai dan dipertahankan, salah satunya yaitu dengan mencanangkan beragam kegiatan dan destinasi pariwisata bertajuk wisata religi. Salah satunya yaitu dengan dibangunnya mushaf besar Al-Qur'an yang kemudian dinamakan dengan Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Dihadirkannya objek wisata religi tersebut salah satu tujuannya adalah diharapkan mampu membangkitkan kembali rasa cinta masyarakat terhadap Al-Qur'an dan kebudayaan Islam. Keberadaan Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut semenjak diresmikan pada tahun 2012 hingga saat ini telah menarik kedatangan pengunjung hingga mencapai 600 ribu tiap tahunnya.³ Seiring dengan meningkatnya pembangunan objek wisata dan beragam even bernuansa religi, maka semakin bertambah pula minat masyarakat dalam menyambutnya. Sebagai wujud antusiasme masyarakat tersebut yaitu dengan banyaknya pengunjung baik berasal dari provinsi Sumatera Selatan itu sendiri, luar provinsi hingga

³Meriyati dan Havis Aravik, "Dampak Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar Terhadap Ekonomi Di Sekitar Pondok Pesantren Igm Al-Ihsaniyah Kota Palembang," *JURISDICTIONE: Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol. 8, No. 2 (2017): 236.

mancanegara.⁴ Hal tersebut secara otomatis memberikan peluang besar kepada masyarakat untuk bergerak kepada aktifitas ekonomi yang *massive*. Maka dengan demikian berdampak jelas terhadap perputaran perekonomian masyarakat sekitar destinasi wisata khususnya dan pendapatan daerah pada umumnya.

Sebagai sebuah konsekuensi yang tidak dapat terelakkan adalah selanjutnya kegiatan-kegiatan tersebut membentuk sebuah aktifitas komodifikasi yang dapat menghasilkan nilai tukar dan berperan penting dalam perekonomian masyarakat. Komodifikasi dalam konteks ini diartikan sebagai pergeseran nilai, yang mana awalnya Al-Qur'an cukup diposisikan sebagai kitab suci yang dikaji, ditelaah dan diamalkan segala kandungannya sehingga kini menjadi sesuatu yang memiliki nilai tukar dan dapat dikomersilkan. Hal tersebut tidak lain juga merupakan dampak dari adanya dialektika antara masyarakat muslim dengan Al-Qur'an sehingga melahirkan beragam resepsi.⁵ Sehingga Al-Qur'an tidak hanya diresepsi secara eksegesis akan tetapi juga diresepsi secara estetis sehingga mewujud dalam bentuk kaligrafi yang dipahat di atas lembaran kayu berukuran besar. Kehadiran Bait Al-Qur'an Al-Akbar bukan hanya menorehkan sejarah besar di Palembang, akan tetapi ia telah memecahkan rekor MURI (Museum

⁴Dwi Hanadya, Sri Porwani, dan Rizki Apriliani, "Upaya Pengelolaan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Objek Wisata Al-Akbar Palembang," *Jurnal Adminika*, Vol. 6, No. 1 (Juni 2020): 144-169.

⁵Ahmad Rafiq, "Tradisi Resepsi Al-Qur'an di Indonesia," dalam <http://sarbinidamai.blogspot.com/2015/06/tradisi-resepsi-al-quran-di-indonesia.html>, 2015, Diakses pada tanggal 30 November 2020, pukul 19:14:46.

Rekor Indonesia) bahkan juga diakui oleh para pemimpin negara Islam dunia.⁶ Hal tersebut tidak mengherankan jika dilihat kembali realitanya yang ternyata benar bahwa ia merupakan mushaf lengkap 30 juz terbesar yang pertama kali dicetak di dunia.

Keberadaan aktifitas komodifikasi terhadap Al-Qur'an yang memosisikan Al-Qur'an sebagai objek wisata religi sebagaimana di atas, menurut penulis merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti. Palsunya sejauh ini umumnya wisata religi berorientasi pada makam para auliya, masjid dan tempat bersejarah lainnya, akan tetapi fenomena yang terdapat di Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini menjadikan Al-Qur'an sebagai objek wisata. Sehingga berangkat dari hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam terkait bentuk komodifikasi yang terjadi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut. Selain itu penulis juga merasa perlu mengkaji lebih jauh untuk mengetahui faktor yang menyebabkan aktifitas komodifikasi tersebut tetap eksis hingga saat ini di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Tentunya penulis tidak luput pula berkeinginan untuk mengupas dampak ataupun pengaruh dari keberadaan aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut terhadap masyarakat sekitar pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

⁶Husni Mubarat dan Heri Iswandi, "Aspek-Aspek Estetika Ukiran Kayu Khas Palembang Pada Al-Qur'an Al-Akbar," *Jurnal Ekspresi Seni*, Vol. 20, No. 2 (November 2018): 140.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, permasalahan-permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk komodifikasi yang terjadi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar di Palembang?
2. Mengapa komodifikasi dapat terjadi dan terus berlangsung pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar di Palembang?
3. Apa dampak yang timbul akibat aktifitas komodifikasi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis paparkan sebagaimana di atas, penelitian ini ditujukan untuk beberapa tujuan dan kegunaan sebagaimana berikut. *Pertama*, tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk menjawab pertanyaan yang telah disebutkan di atas, yaitu untuk mengetahui bentuk-bentuk aktifitas komodifikasi agama yang terdapat di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Kemudian tujuan kedua yaitu dilakukan guna mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan aktifitas komodifikasi tetap berlangsung serta untuk melihat dampak ataupun pengaruh dari aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar terhadap masyarakat sekitar.

2. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut di atas, penelitian ini setidaknya diharapkan akan memberi manfaat pada dua ranah, yakni akademik dan sosial. Di ranah akademik, pertama, penelitian ini diharapkan dapat menambah pustaka pada Studi Quran dan Hadits sehingga bermanfaat untuk pengkaji selanjutnya terkhusus yang memiliki fokus kajian pada permasalahan Komodifikasi Agama terhadap Al-Qur'an.

Pada ranah sosial, penelitian ini mencoba menyibak keberadaan Mushaf besar sebagai media dakwah sekaligus media pelestarian budaya yang diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas sehingga masyarakat tertarik turut mempelajari dan mentadabburi nilai-nilai positif yang terdapat pada objek wisata tersebut.

D. TELAAH PUSTAKA

Pada dasarnya kajian terkait tema komodifikasi agama bukanlah merupakan hal yang baru, karena telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Terdapat banyak sekali varian komodifikasi agama yang muncul ke permukaan dan menampakkan dirinya, baik di kehidupan nyata maupun media massa. Hal ini merupakan dampak dari adanya komodifikasi yang telah merambah berbagai aspek kehidupan, mulai komodifikasi terhadap simbol keagamaan yang mencakup makam, masjid, jilbab dan Al-Qur'an, budaya, adat, wisata religi, ekonomi bisnis, hingga media massa. Berikut penulis paparkan beberapa tulisan yang dianggap

relevan dengan tema penelitian tesis ini, yaitu tentang komodifikasi agama. Di sini penulis mengklasifikasikannya ke dalam beberapa kecenderungan yaitu di antaranya yang membahas tentang komodifikasi agama terhadap simbol keagamaan dan budaya, komodifikasi agama yang terjadi dalam wisata religi dan ekonomi bisnis, serta komodifikasi agama yang terjadi di media massa.

Untuk penelitian dengan kecenderungan jenis pertama ini terdapat beberapa penelitian. Pertama, sebuah artikel yang ditulis oleh Siti Komariyah dengan judul *Komodifikasi Makam Dalam Perspektif Sosial-Ekonomi (Studi Kasus di Makam Sunan Kalijaga Demak)*. Melalui model penelitian kualitatif, penelitian ini berusaha melihat keberlangsungan aktifitas komodifikasi yang terjadi di makam Sunan Kalijaga yang dikemas dalam bentuk pariwisata. Selain itu penelitian ini juga mengupas terkait perubahan pola hidup serta aktifitas ekonomi masyarakat sekitar makam. Dari data yang diuraikan menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk aktifitas komodifikasi di makam Sunan Kalijaga, di antaranya yaitu adanya perdagangan pakaian, souvenir, jasa parker, toilet, jasa pemimpin doa dan penginapan. Selain itu, terungkap pula bahwasannya aktifitas komodifikasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya faktor ekonomi, perubahan potensi daerah, waktu kerja yang lebih efisien lokasi yang strategis, angka peminat yang fantastis serta bentuk pelayanan yang memadai. Selain beberapa faktor tersebut, sikap masyarakat sekitar makam juga menjadi faktor utama dalam keberlangsungan aktifitas pariwisata religi di makam Sunan Kalijaga tersebut. Sehingga dengan dijadikannya makam tersebut sebagai destinasi wisata

religi turut memberikan dampak yang baik terhadap keberlangsungan sosial-ekonomi masyarakat sekitar makam.⁷

Kedua, masih terkait komodifikasi agama terhadap makam, yaitu sebuah tesis yang ditulis oleh Rizal Akbar Aldyan dengan judul *Komodifikasi Wisata Religi Makam Sunan Kudus*. Dalam tesis ini, penelitian ditujukan guna mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan komodifikasi di Makam Sunan Kudus, peran *stakeholder* dalam proses komodifikasi serta dampak komodifikasi tersebut terhadap masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) terjadi pergeseran makna dari sakral kepada profan. (2) Terdapat dua faktor yang mempengaruhi keberlangsungan komodifikasi di Makam Sunan Kudus, pertama; faktor internal berupa tuntutan pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat sekitar. Kedua; faktor eksternal berupa pergeseran potensi yang dimiliki daerah, waktu kerja yang fleksibel, lokasi strategis, besarnya minat pengunjung, serta fasilitas yang menjamin kenyamanan pengunjung. (3) adapun *stakeholder* yang terlibat dalam keberlangsungan komodifikasi di destinasi wisata religi ini yaitu pemerintah, YM3SK, akademisi, media massa, masyarakat dan pengusaha. (4) untuk dampaknya terbagi menjadi dua; pertama dampak baiknya berupa meningkatkan perokonimian masyarakat sekitar makam, sedangkan dampak buruknya berupa terjadinya perbedaan pandangan antara masyarakat dan pihak YM3SK dalam memaknai tradisi yang terdapat di makam tersebut, selain itu

⁷Siti Komariyah, "Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi (Studi Kasus di Makam Sunan Kalijaga Demak)," *SOLIDARITY: Journal of Education, Society and Culture*, Vol. 4, No. 1 (2015).

dengan adanya komodifikasi juga mengakibatkan pada kerusakan bangunan yang terdapat di makam tersebut.⁸

Ketiga, sebuah artikel yang berjudul *Komodifikasi Agama Pada Kesenian Hadrah Kuntulan Banyuwangi* oleh Muhamad Arif dan Jakiatin Nisa. Sedikit berbeda dengan kedua penelitian di atas, penelitian ini lebih berfokus pada faktor-faktor yang mendorong terjadinya komodifikasi agama pada seni Hadrah Kuntulan di kecamatan Rogojampi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum keberlangsungan aktifitas komodifikasi tersebut dipengaruhi oleh dua faktor. Pertama faktor internal, berupa kekhawatiran para sesepuh di daerah banyuwangi jika kesenian tersebut statis dan lambat laun akan ditinggalkan oleh masyarakat. Sehingga fungsi awalnya sebagai media dakwah islamiyah tidak lagi memiliki peran di masyarakat.⁹

Keempat, artikel berjudul *Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama* oleh Afina Amna. Fokus utama penelitian ini adalah untuk melihat fenomena hijrah para artis apakah termasuk pada ranah komodifikasi agama serta melihat respon masyarakat dalam melihat serta memaknai fenomena hijrah yang dilakukan oleh para artis selebriti. Melalui teori agen struktur dan agenda setting penelitian menunjukkan bahwa perilaku hijrah yang dilakukan oleh para artis merupakan bentuk komodifikasi baru yang menjadikan agama menjadi objek yang memiliki

⁸RizAl-Akbar Aldyan, "Komodifikasi Wisata Religi Makam Sunan Kudus" (Tesis, Program Studi Kajian Budaya, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2019).

⁹Muhamad Arif dan Jakiatin Nisa, "Komodifikasi Agama Pada Kesenian Hadrah Kuntulan Banyuwangi," *SOSIO DIDAKTIKA: Social Science Education Journal*, Vol. 5, No. 1 (2018): 54–63.

potensi untuk diperjualbelikan. Di samping itu, masyarakat memaknai fenomena hijrah tersebut sebagai sebuah trend sedang hangat. Adapun trend tersebut dilakukan tidak lain hanya untuk melakukan *gimmick* di media demi meroketnya popularitas mereka serta semata-mata dijadikan sebagai sarana untuk menuai sensasi.¹⁰

Kelima, tulisan berjudul *Komodifikasi Agama dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' di Media Online Dalam Persepsi Netizen* oleh Farhan dan Faisul Islamiyah. Penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan kepada para muslimah terkait syariat islam berupa anjuran menutup aurat dengan menggunakan jilbab sebagai simbol agama serta mengungkap aktifitas komodifikasi dalam pembiasaan makna simbol agama. Dengan melalui pendekatan etnografi virtual penelitian ini menunjukkan hasil bahwa, jilbab sebagai simbol agama telah mengalami komodifikasi, pengaburan serta eksploitasi sebagai komoditas yang dikomersilkan. Dalam kasus ini, media sosial memiliki peran besar dalam membangun image jilbab sebagai simbol agama sehingga pada akhirnya dapat dinikmati secara luas oleh para netizen. Selanjutnya para netizen inilah yang berperan penting dalam mengendalikan dan memproduksi makna serta persepsi-persepsi netizen lain terkait simbol agama tersebut.¹¹

¹⁰Afina Amna, "Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama," *SOSIOLOGI REFLEKTIF*, Vol. 13, No. 2 (April 2019): 331– 350.

¹¹Farhan dan Faisul Islamiyah, "Komodifikasi Agama Dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' Di Media Online Dalam Persepsi Netizen," *AT-TAHDZIB: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, Vol. 7, No. 1 (24 Maret 2019): 51–69.

Masih seputar komodifikasi agama terhadap simbol keagamaan, selanjutnya adalah artikel penelitian yang ditulis oleh Eva Nugraha dengan judul *Tren Penerbitan Mushaf Dalam Komodifikasi Al-Qur'an di Indonesia*, tulisan ini membahas tentang tren penerbitan Al-Qur'anyang mengalami perkembangan signifikan dalam segi format dan *style*, sehingga berakibat pada keragaman konten yang disajikan oleh masing-masing penerbit. Nugraha dalam tulisannya memfokuskan bagaimana strategi penerbit dalam mengemas dan memasarkan mushaf mereka sehingga membentuk tren yang semakin beragam dalam dunia penerbitan Al-Qur'an di Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa 1) Pengembangan produk dengan cara menambahkan fitur berupa tema-tema, tajwid warna dan terjemah perkata merupakan strategi marketing paling akurat untuk merambah pemasaran. 2) Mayoritas sasaran pemasaran dari mushaf tersebut adalah kalangan ekonomi menengah ke atas. 3) Tren mushaf tersebut berorientasi lebih kepada profit (keuntungan). Selain itu Nugraha menemukan bahwa komodifikasi Al-Qur'an memiliki sisi negatif dan positif. Sisi negatifnya adalah adanya kesan terlalu memaksakan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berlomba-mengunggulkan produk dari penerbit lainnya. Sedangkan sisi positifnya adalah dengan perkembangan fitur yang melengkapi mushaf turut memberikan sumbangsih terhadap pengayaan wawasan *user* terkait khazanah keislaman.¹²

¹²Eva Nugraha, "Tren Penerbitan Mushaf Dalam Komodifikasi Al-Qur'an Di Indonesia," *ULUMUNA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 18, No. 2 (Desember 2014): 369–394.

Penelitian selanjutnya yaitu dengan judul *Pengajian Al-Qur'an Dalam Tradisi Pernikahan Pada Masyarakat Sunda: Keberlangsungan Dan Perubahan* yang ditulis oleh Dadan Rusmana. Penelitian membahas tiga hal yaitu bentuk aktifitas pembacaan Al-Qur'an dalam tradisi pernikahan yang dilakukan oleh masyarakat Sunda-Muslim, yang mana terdapat keragaman dalam segi pelaksanaan, momen, personal dan pemaknaan religiusnya, serta perubahan yang terdapat dalam aktifitas pembacaan Al-Qur'an. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa keragaman tradisi pembacaan Al-Qur'an tersebut muncul menyesuaikan dengan momen, taraf ekonomi, kemampuan personal dan lingkungan. Adapun perubahan dalam tradisi pembacaan tersebut hadir sebab adanya pengaruh internal maupun eksternal dari sisi pelaksana tradisi pernikahan tersebut. Sedangkan dari sisi *religious meaning* tradisi tersebut mengisyaratkan adanya hirarki identitas, sosial dan proses komodifikasi ngaji Al-Qur'an di ruang publik.¹³

Penelitian selanjutnya terkait komodikasi agama terhadap Al-Qur'an yang ditulis oleh Ahmad Nailul Fauzi dengan judul *Komodifikasi Agama Terhadap Pembacaan (Khataman) Al-Qur'an Air Kemasan KH-Q PT. Buya Barokah*. Penelitian tersebut bertujuan mengupas terkait bagaimana aktifitas komodifikasi berlaku pada Al-Qur'an yaitu dengan cara dilakukan pembacaan Al-Qur'an terhadap air kemasan sehingga menjadi barang komoditas. Hasil penelitian

¹³Dadan Rusmana, "Pengajian Al-Qur'an Dalam Tradisi Pernikahan Pada Masyarakat Sunda: Keberlangsungan Dan Perubahan," *AT-TSAQAF: Jurnal Ilmiah Peradaban Islam*, Vol. 17, No. 1 (2020): 1–14.

menunjukkan bahwa; pertama, Air kemas yang telah dibacakan Al-Qur'an muncul sebab adanya keprihatinan sosial, kedua Air kemas tersebut merupakan salah satu wujud dari ragam pembacaan Al-Qur'an yang berkembang di masyarakat, ketiga aktifitas komodifikasi tersebut merupakan buah dari perpaduan antara agama dan perilaku sosial sehingga menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai tukar.¹⁴

Selanjutnya, penelitian yang ditulis oleh Dhyah Ayu Retno Widyastuti yang berjudul *Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana aktifitas komodifikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar terhadap upacara religi di kompleks Candi Ceto di Karanganyar. Melalui pendekatan kritis dan telaah politik ekonomi, menunjukkan hasil bahwa kebijakan-kebijakan yang terdapat dalam aktifitas pariwisata pada upacara religi di kompleks Candi Ceto Kabupaten Karanganyar lebih mengarah kepada politik ekonomi melalui kegiatan komodifikasi upacara keagamaan.¹⁵ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Untung Prasetyo dan Sarwititi Sarwoprasodjo dengan tema *Komodifikasi Upacara Tradisional Seren Taun dalam Pembentukan Identitas Komunitas*. Penelitian ini ditujukan untuk melihat korelasi antara komodifikasi upacara adat Seren Taun dengan identitas komunitas Kampung Budaya Sindangbarang.

¹⁴Ahmad Nailul Fauzi, "Komodifikasi Agama Terhadap Pembacaan (khataman) Alquran Air Kemasan Kh-Q Pt. Buya Barokah," *DIYA AL-AFKAR: Jurnal Studi Al-Qur'an dan al-Hadis*, Vol. 7, No. 2 (Desember 2019): 281–298.

¹⁵Dhyah Ayu Retno Widyastuti, "Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata," *Jurnal Komunikasi*, Vol. 1, No. 2 (Januari 2011): 197–208.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan erat antara kedua variable tersebut, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin rendah aktifitas komodifikasi yang terdapat di upacara Seren Taun maka mengindikasikan semakin tingginya bentuk identitas komunitas Kampung Budaya Sindangbarang. Hal tersebut terjadi karena masyarakat Kampung Budaya Sindangbarang memiliki sikap yang teguh dalam memandang dan memperlakukan upacara adat Seren taun sebagai sarana untuk mengungkapkan rasa syukur mereka kepada yang Pencipta. Selain itu tradisi tersebut mereka jadikan sebagai upaya dalam menjaga solidaritas antar sesama serta upaya untuk menjaga kesenian tradisional Sunda.¹⁶

Selanjutnya, tesis yang ditulis oleh Irsyan Basri dengan judul *Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi*. Tesis ini memiliki setidaknya empat pokok pembahasan, pertama; tentang adanya aktifitas komodifikasi yang dikemas dalam wujud pariwisata daerah pada Ritual Duata yang terdapat di masyarakat Etnik Bajo, kedua; faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungannya. Ketiga; dampak negatif yang timbul akibat aktifitas komodifikasi tersebut serta maknanya bagi masyarakat. Dan keempat; strategi pewarisan Ritual Duata pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi. Penelitian pada tesis ini menggunakan pendekatan kajian budaya yang bersifat kritis, interdisipliner serta multidimensional yang pada akhirnya melahirkan beberapa

¹⁶Untung Prasetyo dan Sarwititi Sarwoprasodjo, "Komodifikasi Upacara Tradisional Seren Taun dalam Pembentukan Identitas Komunitas," *SODALITY: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia*, Vol. 05, No. 02 (Agustus 2011): 173–196.

hasil penelitian sebagai berikut. Pertama; aktifitas komodifikasi pada Ritual Duata tidak hanya berwujud perubahan Ritual yang awalnya non komoditi menjadi komoditi, akan tetapi juga berwujud pada adanya proses produksi, distribusi dan konsumsi. Kedua; terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan aktifitas komodifikasi pada Ritual Duatan di antaranya yaitu masyarakat yang inklusif dan didorong oleh kreatifitas masyarakat serta media massa, ekonomi serta pariwisata. Ketiga, aktifitas komodifikasi tersebut memiliki dampak yang cenderung merugikan bagi kehidupan sosial budaya masyarakat. Pasalnya, pasca adanya komodifikasi pada ritual tersebut terjadilah komersialisasi terhadap Ritual Duata yang menurut masyarakat hal tersebut tidak selayaknya terjadi sehingga mengakibatkan identitas budaya pada Ritual Duata tersebut mengalami pengkaburan. Selain dampak negatif yang timbul, tidak dapat dinafikan bahwasannya terdapat pula masyarakat yang memaknai aktifitas komodifikasi tersebut sebagai wujud dari upaya pelestarian budaya dan identitas budaya serta wujud dari kreativitas dalam melakukan inovasi terhadap keberlangsungan Ritual Duata tersebut. Keempat; untuk strategi pewarisan Ritual Duata itu sendiri mewujud dalam tiga bentuk, yaitu pemberdayaan, dokumentasi dan pengembangan Ritual Duata itu sendiri.¹⁷

Ada juga sebuah Disertasi yang berjudul *Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar* yang ditulis

¹⁷Irsyan Basri, "Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo Di Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara" (Tesis Program Pascasarjana, Denpasar, Universitas Udayana, 2014).

oleh Anak Agung Gede Raka. Secara umum, peneliti ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih dalam terkait bentuk komodifikasi, memahami proses komodifikasi serta menjelaskan dampak dan makna komodifikasi warisan budaya bagi masyarakat desa Pejeng. Melalui teori komodifikasi, teori hegemoni dan teori kekuasaan dan pengetahuan, penelitian ini bermuara pada beberapa kesimpulan yakni (1) bentuk-bentuk komodifikasi berupa (a) mitos ‘Bulan Pejeng’, keberadaan buku-buku, jurnal, artikel, media sosial, serta warisan budaya seperti arca, prasasti, serta upacara keagamaan; (b) proses distribusi dilakukan oleh pemerintah, lembaga bisnis, kaum intelektual serta lembaga desa dan adat, (c) adapun konsumen mencakup masyarakat lokal, masyarakat luar daerah hingga masyarakat mancanegara. (2) proses komodifikasi bermula dari minat *touristasing* yang berstatus sebagai *researcher* yang selanjutnya ia diterima secara tradisional oleh masyarakat lokal Pejeng sehingga lambat laun semakin mengarah pada komodifikasi. (3) selain dampak negatif dan positif yang ditimbulkan, rupanya aktifitas komodifikasi tersebut memiliki makna tersendiri bagi khalayak luas, di mana dapat digali informasi yang bernilai pendidikan tentang kehidupan sosial keagamaan, sosial budaya, sosial politik serta memiliki makna pencitraan, makna estetika dan makna ekonomi.¹⁸

Setelah penulis uraikan beberapa hasil penelitian dengan jenis kecenderungan pertama, selanjutnya penulis uraikan singkat penelitian dengan

¹⁸Anak Agung GD Raka, “Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar” (Disertasi Program Studi Kajian Budaya, Denpasar, Universitas Udaya, 2015).

jenis kecenderungan kedua, yaitu yang membahas komodifikasi agama yang terjadi pada wisata religi dan ekonomis bisnis. Pertama, penelitian yang berjudul *Komodifikasi Agama Dalam Islamic Tourism dan Aktifitas Ekonomi* oleh A. Zaenurrosyid dan Lucy Zulies Ulfiana. Penelitian ini berfokus pada proses komodifikasi agama yang terdapat dalam transaksi jual beli antara penjual dan pengunjung yang sekaligus berperan sebagai pembeli serta perilaku moral dan rasional yang dimiliki oleh kedua komunitas tersebut. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat perilaku moral dan rasional dalam transaksi jual beli antara pedagang dan pengunjung tersebut. Adapun perilaku tersebut termanifestasi dalam beberapa hal, di antara motif penjual dan pengunjung, struktur jaringan antara penjual dan pembeli serta sikap mereka dalam pembelian. Beberapa hal tersebut mengindikasikan adanya dua perspektif pandangan, yaitu perilaku ekonomi moral dan perilaku ekonomi rasional.¹⁹

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Hasan Baharun dan Harisatun Niswa dengan judul *Syariah Branding: Komodifikasi Agama dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4. 0*. Penelitian ini mengungkapkan tentang bagaimana aktifitas komodifikasi agama berlangsung dalam aspek bisnis islam yang terkemas dalam bentuk *syariah branding* atau pelabelan syariah sebagai instrument untuk menarik minat konsumen di era revolusi industri 4. 0. Melalui

¹⁹A. Zaenurrosyid dan Lucy Zulies Ulfiana, "Komodifikasi Agama Dalam Islamic Tourism Dan Aktifitas Ekonomi," *JIE: Journal Islamic Review*, Vol. V, No. 1 (April 2016): 109–123.

pendekatan fenomenologi, dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki beberapa variasi dalam merespon dan memaknai proyek *branding syariah* yang dilakukan oleh kopotren Basmalah, di antaranya; proyek tersebut dianggap sebagai orientasi loyalitas customer, performing image, upaya dalam mewujudkan santri entrepreneurship, ajang keshalehan dan perdebatan keyakinan serta sebagai wujud jual beli.²⁰

Terakhir penelitian dengan kecenderungan jenis ketiga yaitu komodifikasi agama yang terjadi di media massa. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hakim Syah dengan tema *Komodifikasi Klahayak Dalam Industri Media (Telaah Kritis Atas Sistem Rating Media dan Implikasinya Terhadap Public Sphere)*. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana media dalam mengkomodifikasi khalayak sehingga dapat dijual kepada para advertiser serta implikasi dari *rating sistem* sebagai instrumen komodifikasi khalayak terhadap *public sphere*. Melalui pendekatan ekonomi kritis, hasil penelitian menunjukkan bahwa selamanya media akan selalu memposisikan khalayak sebagai konsumen sekaligus komoditas itu sendiri guna menghasilkan keuntungan. Media akan mengkontruksi dan mengkomodifikasi khalayak melalui berbagai cara sehingga menjadi komoditi yang dapat dijual kepada para advertiser. Demi mencapai tujuannya tersebut media memberlakukan *rating sistem* yang berimplikasi pada keterancaman

²⁰Hasan Baharun dan Harisatun Niswa, “Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4.0,” *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 13, No. 1 (Juni 2019): 75–98.

keberagaman isi yang pada saatnya akan mengancam keberadaan *public sphere* yang diidealkan.²¹

Kedua, tesis yang berjudul *Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi Ramadhan (Analisis Semiotika dalam Iklan TV Ramayana Edisi Ramadhan 2017)* oleh Hidayat Surya Abadi. Tesis ini bertujuan menjelaskan tentang bentuk komodifikasi agama yang terdapat dalam iklan Ramayana edisi Ramadhan 2017 serta menjelaskan ideology yang tengah dibangun dan diwacanakan oleh *pihak advertiser*. Berdasarkan analisis melalui teori semiotika Roland Barthes penelitian ini menunjukkan kesimpulan bahwa konsep semiotika yang bekerja berupa proses penanda, penandaan dan tanda-tanda bertujuan untuk mengabadikan sistem ideologi konsumtif dan kapitalisme dengan dibungkus oleh nilai-nilai suci agama.²²

Setelah menelaah beberapa literatur terdahulu, penulis menyimpulkan bahwa terdapat persamaan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada objek kajiannya yang sama-sama membahas tentang komodifikasi agama. Kendatipun demikian belum terdapat penelitian yang mengkaji tentang komodifikasi agama terhadap Al-Qur'an sebagai wisata religi. Sehingga penulis menurut hemat penulis, fokus utama kajian yang membahas fenomena komodifikasi agama terhadap Al-Qur'an dengan menjadikannya sebagai objek

²¹Hakim Syah, "Komodifikasi Khalayak Dalam Industri Media (Telaah Kritis Atas Sistem Rating Media dan Implikasinya Terhadap Public Sphere)," *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, Vol. 8, No. 2 (Desember 2011): 27-42.

²²Hidayat Surya Abadi, "Komodifikasi Agama Dalam Iklan Televisi Ramadhan (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Tv Ramayana Edisi Ramadhan 2017)" (Tesis, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

wisata religi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar Palembang merupakan hal yang baru dan belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

E. KERANGKA KONSEPTUAL

1. Konseptualisasi Wisata Religi

Wisata religi merupakan satu di antara ragam wisata yang memiliki nilai agama atau hal berbau religius. Wisata religi merupakan perpaduan antara kata 'wisata', yang dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara,²³ dan kata 'religi' yang secara harfiah berarti kepercayaan atas keberadaan suatu kekuatan bersifat akodrati atas diri manusia. Sedangkan menurut Sidi Gazalba, religius memiliki arti kepercayaan kepada yang 'kudus' serta hubungan manusia dengannya sehingga dihayati sebagai sesuatu yang memiliki hakikat bernilai gaib atau

²³"Undang-Undang Republik Indonesia," diakses 21 Maret 2021, <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>.

hubungan yang mendeklarasikan diri dalam wujud serta sistem kultus dan sikap hidup berdasarkan pada doktrin tertentu.²⁴

Melalui beberapa definisi di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa wisata religi merupakan salah satu jenis wisata keagamaan atau wisata yang berorientasi pada motif spiritual yang dilakukan oleh individu maupun kelompok sebagai sarana untuk *taqarrub ilallah* dan memperoleh keberkahan hidup. Lebih jauh, wisata religi juga seringkali dimaknai sebagai perjalanan ke suatu destinasi wisata yang memiliki makna tersendiri bagi para umat beragama. Adapun destinasi wisata religi tersebut biasanya berupa tempat ibadah, makam, museum yang memiliki keistimewaan dari sisi sejarahnya, keunikan budaya serta keunggulan arsitekturnya.

Salah satu wisata religi yang menonjolkan sisi religiusitas serta keunikan budaya melayu sebagai atribut yang menambah daya tariknya yaitu Bait Al-Qur'an Al-Akbar yang terletak di Kecamatan Gandus Palembang. Bait Al-Qur'an Al-Akbar merupakan museum tempat di mana terdapat mushaf besar Al-Qur'an 30 juz yang diukir di atas lembaran kayu jenis Tembesu. Wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini merupakan salah satu destinasi wisata yang cukup potensial dan banyak menarik pengunjung dari berbagai belahan dunia. Sebagai wisata religi, Bait Al-

²⁴Sari Narulita dkk., "Pembentukan Karakter Religius Melalui Wisata Religi," *Prosiding Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan*, Vol. 1, No. 1 (2017): 159–162.

Qur'an Al-Akbar dinilai mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi kesenangan lahir dan batin.

2. Komodifikasi Agama

Istilah komodifikasi merupakan perpaduan dari kata 'komoditi'²⁵ yang berarti barang atau jasa yang dijadikan sebagai objek bisnis, dan kata 'modifikasi'²⁶ yang berarti perubahan atau perubahan. Jadi secara sederhana komodifikasi dapat diartikan sebagai suatu perubahan suatu objek yang pada awalnya merupakan non komoditas menjadi komoditas dan dikonsumsi publik.

Suatu barang atau jasa dapat dikatakan sebagai komoditi hanya jika ia telah melalui proses penawaran dari pihak produsen kepada pihak konsumen. Dengan adanya proses penawaran tersebut mengisyaratkan bahwa barang atau jasa tersebut awalnya tidak memiliki nilai sehingga kemudian menjadi bernilai setelah ditawarkan. Adapun besaran nilai barang atau jasa tersebut tergantung pada kesepakatan antara penawaran dan permintaan. Suatu barang akan bernilai tinggi apabila permintaan di pasaran lebih besar daripada penawarannya. Sedangkan nilai komoditas itu sendiri mengikuti harga pasar pada umumnya. Dengan demikian berarti bahwa komodifikasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada kegiatan memasarkan suatu barang atau jasa yang diawali melalui proses

²⁵Sugiono dan Yeyen Maryani, "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (Jakarta: Tim Penyusun Kamus Bahasa Pusat, 2008), 795.

²⁶Sugiono dan Maryani, 795.

produksi hingga konsumsi, atau dengan lebih sederhana komodifikasi dimaknai sebagai proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar.²⁷

Komodifikasi merupakan suatu konsep yang sangat luas, ia tidak hanya mencakup ranah nilai tukar suatu barang atau jasa, akan tetapi lebih jauh ia mencakup kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi atas suatu barang ataupun apa yang saja yang dijadikan sebagai objek komoditi. Dalam konsep komodifikasi sangat syarat akan kapitalisme, yang mana komodifikasi merupakan salah satu bagian dari kapitalisme itu sendiri. Aktifitas komodifikasi ini mampu menyentuh berbagai aspek dalam kehidupan, dari bidang pendidikan, politik, ekonomi, budaya hingga agama.

Wacana terkait komodifikasi agama ini awalnya diusung oleh Greg Fealy dalam tulisannya yang berjudul *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Piets in Contemporary Indonesia*, dalam Greg Fealy dan Sally White, *Expressing Islam: Reigious Life and Political in Indonesia*.²⁸ Dalam tulisannya ia menjelaskan bahwa istilah komodifikasi berasal dari kata *commodity* yang artinya benda komersial atau objek perdagangan. Jadi yang dimaksud dengan komodifikasi agama yaitu aktifitas komersialisasi yang terjadi pada ranah agama, yang berwujud

²⁷Imron Rosyadi, "Agama dan Bisnis: Studi Komodifikasi Agama dalam Bisnis Perspektif Yuridis dan Sosiologis di Mojokerto" (Disertasi, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018), 14.

²⁸Greg Fealy dan Sally White, "Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia" (Singapore: Iseas Publishing, 2008), 16.

sebagai upaya mengubah segala simbol yang ada dalam agama menjadi komoditas yang dikemas sedemikian menarik sebagai sesuatu yang dikonsumsi untuk meraih keuntungan.

Salah satu faktor yang mendorong terjadinya komodifikasi agama yaitu potensi pasar umat beragama yang sangat menjanjikan. Dalam konteks penelitian ini, potensi pasar di kalangan Muslim di Indonesia sangat besar sehingga memberikan peluang bisnis baru dalam memasarkan nilai-nilai serta simbol yang ada pada agama. Adapun yang dimaksud dengan simbol agama dalam konteks ini yaitu mushaf besar yang dijadikan sebagai wisata religi. Pada dasarnya komodifikasi terhadap simbol keagamaan yang dalam hal ini adalah mushaf alquran sebagai wisata religi memiliki andil besar dalam memenuhi kebutuhan sipiritual bagi masyarakat muslim.

3. Consumer Ritualized Symbolic Practice (CRSP)

P. Alex Thornburg dan J. David Knottus yang merupakan seorang sosiolog asal Oklahoma State University, dalam tulisannya yang berjudul *Consumer Ritualized Symbolic Practice: A Theory of Religious Commodification*, mengemukakan bahwa Consumer Ritualised Symbolic Practice atau biasa disebut CRSP merupakan salah satu penyebab munculnya tindakan komodifikasi agama. Dalam sebuah pertemuan American Sociological Association yang dilaksanakan pada tahun 2008 lalu di Boston, mereka menyampaikan bahwa *CRSP are the ways people*

*employ cultural objects as a commodity to be produced, marketed and consumed like other commodities.*²⁹

Teori CRSP tersebut menjelaskan tentang cara masyarakat dalam menggunakan simbol-simbol agama untuk dijadikan sebagai komoditas yang diproduksi, didistribusi dan dikonsumsi selayaknya komoditas pada umumnya. Simbol-simbol agama tersebut diposisikan sebagai objek untuk diubah menjadi semedemikian menarik sehingga mendatangkan profit di pasar. Lebih lanjut, Thornburg dan Knotterus menjelaskan beberapa faktor yang dapat dijadikan sebagai indikator dari adanya tindakan CRSP, di antaranya:

1. *CRSP create religions as an abstracted and reified religious object to be marketed and consumed,*
2. *CRSP create religious brand name for sosial communication and consumption*
3. *CRSP create religion as an avenue for economis and psychological well being*
4. *CRSP create religions as a rationalized provider services.*³⁰

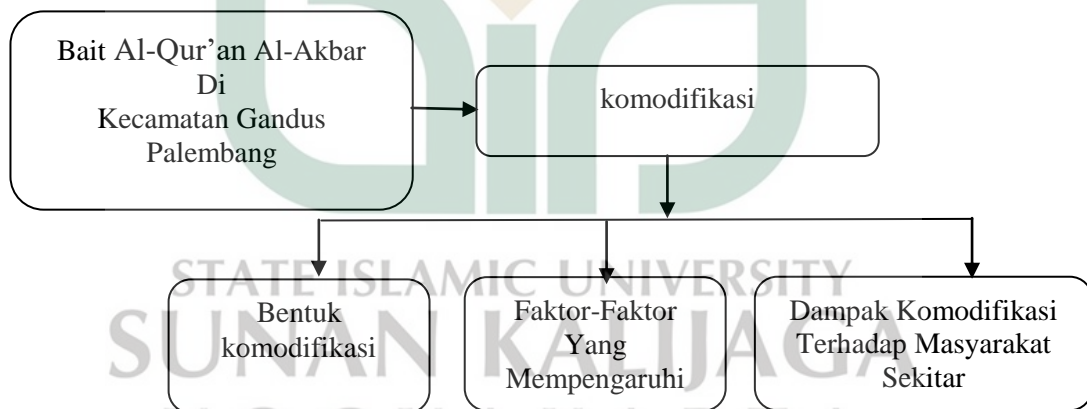
Pertama, tindakan CRSP menjadikan agama sebagai sebuah objek yang dikonsumsi dan dipasarkan. Kedua, CRSP menjadikan sebuah label

²⁹Alex Thornburg dan David Knotterus, *Consumer Ritualized Symbolic Practices: A theory of Religious Commodification*, Boston: Annual Meeting of the American Sociological Associaton, 2008, 7.

³⁰Thornburg dan Knotterus, 7.

untuk dapat dijadikan sebagai alat komunikasi dan konsumsi sosial. Ketiga, CRSP menjadikan agama sebagai sebuah sarana dalam sektor perekonomian dan psikologi dan terakhir CRSP menjadikan agama sebagai sesuatu yang bersifat layanan rasional. Dengan demikian, CRSP merupakan cara individu atau komunitas dalam memperlakukan objek-objek yang terdapat dalam islam sebagai komoditas yang dapat diproduksi, dipasarkan dan dikonsumsi selayaknya barang komoditi pada umumnya. Sama halnya dengan fenomena yang ada dalam penelitian ini, penulis berusaha menggambarkan fenomena wisata religi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar menggunakan faktor-faktor CRSP.

Skema 1. 1
Kerangka Kerja Penelitian



Sumber: Diolah oleh Penulis 2020

F. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³¹ Metode penelitian juga dapat dikatakan sebagai suatu formula atau cara yang bersifat sistematis yang digunakan untuk menemukan, mengembangkan hingga menguji suatu objek kajian, dengan tujuan agar suatu karya atau penelitian dapat mencapai tujuan yang diupayakan secara tepat dan terarah dengan melalui metode ilmiah.³² Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti berupaya mengungkapkan suatu fenomena yang bersifat faktual sebagaimana adanya di lapangan.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, di mana dalam prosesnya penulis menjelaskan fenomena secara apa adanya yang terdapat di lapangan untuk selanjutnya dituangkan dalam bentuk gambar atau kata-kata.³³ Penelitian kualitatif ini bisa juga disebut dengan studi kasus dengan mengusung tema komodifikasi agama terhadap Al-Qur'an sebagai wisata religi. Karena penelitian ini merupakan sebuah studi kasus, maka peneliti akan secara langsung melakukan penelusuran terhadap objek penelitian yang dalam hal ini berfokus pada lokasi di mana aktifitas komodasi

³¹Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*. (Bandung: Alfabeta, 2015), 3.

³²Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid I* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), 3.

³³Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 129.

terhadap Al-Qur'an berlangsung. Hal ini harus ditempuh oleh penulis guna menggali data-data terkait dengan aktifitas akomodasi terhadap Al-Qur'an tersebut.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berpusat di Bait Al-Qur'an Al-Akbar yang terletak di pemukiman Pondok Pesantren IGM Al Ihsaniyah di Kecamatan Gandus Palembang. Alasan penulis memilih lokasi ini sebagai objek penelitian adalah pertama dikarenakan ia memiliki *icon* wisata religi berupa mushaf besar 30 juz yang menarik ribuan pengunjung yang berasal dari berbagai daerah bahkan negara belahan dunia.

3. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam menentukan subjek penelitian atau informan, penulis memilih beberapa tokoh di antaranya penggagas Bait Al-Qur'an Al-Akbar, tim pengelola, para pedagang, dan beberapa orang lainnya yang terlibat dalam aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut. Pemilihan tokoh-tokoh tersebut dinilai memiliki kapabilitas sehingga dapat mengungkapkan pengalamannya dengan baik. Secara umum yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu para pelaku yang berperan dalam terbentuknya aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Untuk jumlah informan, penulis memilih 10 orang.

4. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang dimaksud di sini adalah data yang diperoleh dari hasil kombinasi observasi dan wawancara terhadap beberapa informan kunci (*key person*), yakni para tokoh yang berperan dalam aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar dan beberapa tokoh lainnya untuk memperlengkap data. Wawancara ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam terhadap para tokoh yang terlibat.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini (sesuai dengan penggunaan data yang turut dipakai) adalah sumber-sumber kepustakaan yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Adapun data pustaka ini diperoleh melalui internet, jurnal, artikel, buku, karya ilmiah akademik serta yang lain sebagainya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Sebagaimana telah dijelaskan pada sub terdahulu bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka sudah selayaknya penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai instrumen pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian jenis ini. Beberapa metode yang digunakan

tersebut yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.³⁴ Berikut penjelasan dari masing-masing metode yang akan digunakan tersebut:

a. Observasi

Dalam tahap pengumpulan data, pertama-tama penulis melakukan observasi terhadap lingkungan sekitar kemudian selanjutnya terhadap informan. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan mengetahui secara langsung aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar dan melihat bagaimana keadaan masyarakat sekitar.

b. Wawancara

Pengumpulan data yang berbentuk wawancara ini dilakukan dengan sejumlah tokoh yang terlibat dalam aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Wawancara dengan penggagas dan pengelola Bait Al-Qur'an Al-Akbar bertujuan untuk menggali informasi terkait bentuk-bentuk komodifikasi yang terdapat di Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Sedangkan wawancara dengan beberapa pedagang dan pengunjung dimaksudkan agar penulis memperoleh informasi seputar dampak yang ditimbulkan oleh adanya wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Selain wawancara dengan subyek-subyek tersebut, wawancara juga dilakukan terhadap beberapa perangkat desa seperti ketua RT di mana destinasi Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut berada, hal ini dilakukan tidak lain untuk

³⁴ Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 116.

meng gali informasi tentang kondisi kehidupan masyarakat secara umum serta untuk menguji validitas data yang telah penulis dapatkan di lapangan.

Mengingat bahwa dalam metode wawancara terdapat beberapa model wawancara antara lain: wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tidak terstruktur³⁵, maka wawancara yang dilakukan terhadap para informan ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara yang bersifat tidak terstruktur. Metode ini digunakan untuk memberikan kesan yang tidak terlalu kaku, menimbang sambutan para informan yang begitu ramah, maka metode yang demikian rasanya sangat cocok untuk digunakan.

c. Dokumentasi

Untuk mendukung dan memperkuat data yang diperoleh di lapangan, maka penulis mendokumentasikan semua hal yang ditemukan di lapangan, seperti: mengambil foto, terutama saat aktifitas komodifikasi tersebut berlangsung. Bukan hanya mengambil foto, akan tetapi peneliti juga mencatat serta merekam semua hal yang berkaitan dengan informasi yang didapat di lapangan.

³⁵ Saifuddin Zuhri dan Dewi Subkhani, *Living Hadis: Praktik, Resepsi, Teks, dan Transmisi* (Yogyakarta: Q-Media, 2018), 120–122.

6. Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan beberapa tahapan yakni tahapan mereduksi data, memaparkan bahan empirik, dan kemudian menarik kesimpulan serta memverifikasikannya. Seluruh data yang berasal dari hasil wawancara, pengamatan, arsip maupun dokumen laporan ditelaah. Setelah itu data yang masih kasar tersebut direduksi untuk disederhanakan, dan diabstraksi/dirangkum sehingga dapat digolongkan, diarahkan dan diorganisir. Data kemudian disajikan dalam bentuk teks sehingga membantu dalam penyusunan analisis dan upaya merumuskan konsep. Data yang dipaparkan tersebut kemudian ditafsirkan maknanya dan diverifikasi. Hasil verifikasi tentu saja perlu ditinjau dengan melihat kembali ke lapangan atau didiskusikan secara informal maupun formal.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan sistematisasi penulisan, secara garis besar penulis membagi penulisan penelitian ini ke dalam tiga bagian yaitu pengantar, pembahasan dan penutup. Kemudian dari masing-masing bagian tersebut penulis membaginya lagi ke dalam beberapa sub bab.

Bab pertama, dalam bab ini penulis mengawalinya dengan pengantar yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi deskripsi umum tentang konteks Bait Al-Qur'an Al-Akbar beserta masyarakat sekitar. Dalam bab ini mencakup sejarah, profil dan perkembangan serta profil organisasi pengelolaan wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Selain itu juga dituangkan sekilas informasi terkait kondisi sosia ekonomi mapun religius masyarakat sekitar Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Hal-hal tersebut menjadi penting untuk dipaparkan karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan, sehingga penulis harus memahaminya secara baik agar diperoleh data yang kuat.

Bab ketiga, diawali dengan penjelasan terkait aktifitas komodifikasi yang memaparkan bentuk-bentuk komodifikasi pada wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Kemudian dilanjutkan dengan uraian tentang unsure-unsur daya tarik yang terdapat di objek wisata religi tersebut sebagai produk utama pemasaran beserta peranan umat muslim sebagai sasaran utama pemasaran wisata religi tersebut. Pada bab ini diakhiri dengan pembahasan terkait faktor-faktor yang menjadi pendorong atas keberlangsungan aktifitas komodifikasi di wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar tersebut.

Bab keempat, dalam bab ini penulis akan memaparkan bagaimanaperan Bait Al-Qur'an terhadap masyarakat sekitar serta respon masyarakat akan keberadaan wisata religi tersebut. Selain itu penulis juga akan memaparkan terkait peran masyarakat terhadap wisata religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Dalam bab ini pembahasan akan ditutup dengan uraian tentang dampak yang ditimbulkan dari adanya aktifitas komodifikasi di Bait Al-Qur'an Al-Akbar terhadap sosial-

ekonomi maupun religus di masyarakat. Kemudian pada bab terakhir, penulis mengakhiri penelitian ini dengan kesimpulan dan saran-saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada deskripsi dari data-data yang telah penulis kumpulkan dan analisis, maka pada bab ini penulis akan menyimpulkan beberapa poin penting sebagai jawaban atas rumusan masalah dalam tesis ini. Selanjutnya penulis juga akan melengkapi bab terakhir ini dengan beberapa catatan berupa saran bagi peneliti yang akan mendatang, khususnya yang membahas mengenai Bait Al-Qur'an Al-Akbar ataupun komodifikasi agama.

Beberapa hasil dari penelitian ini merucut pada beberapa kesimpulan, pertama; bahwa komodifikasi yang terjadi dan terus berlangsung pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini mulanya berawal dari diresmikannya museum ini sebagai destinasi wisata religi yaitu pada tahun 2012 silam. Sejak diresmikan pertama kali, museum Al-Qur'an ini telah menjadi sorotan publik sehingga menarik minat masyarakat untuk mengunjunginya. Hal demikian dikarenakan keunikan yang terdapat pada Bait Al-Qur'an tersebut, yang menobatkan mendeklarasikan dirinya sebagai rumah bagi mushaf Al-Qur'an Raksasa dalam bentuk ukiran kayu. Lebih lanjut, dengan diamininya deklarasi tersebut oleh pihak MURI dan para pemimpin Negara Islam menjadikan museum ini semakin terkenal hingga mancanegara.

Selanjutnya, adapun bentuk-bentuk komodifikasi pada Bait Al-Qur'an ini yaitu dijadikannya Bait Al-Qur'an tersebut sebagai sebuah destinasi wisata religi dan

tempat penyelenggaraan berbagai kegiatan lainnya. Dalam konteks ini, Al-Qur'an sebagai simbol agama yang religius menjadi komoditi yang terkemas dalam bentuk wisata religi yang dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas sebagaimana destinasi wisata pada umumnya. Selanjutnya, berdasarkan data di lapangan, penulis menemukan beberapa faktor yang mendukung keberlangsungan aktifitas komodifikasi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Dalam hal ini faktor-faktor tersebut terbagi menjadi dua klasifikasi yaitu pertama; faktor internal yang terdiri dari beberapa di antaranya yaitu motif ekonomi, keagamaan dan budaya. Kedua, faktor eksternal yang terdiri dari besarnya potensi pasar dan perkembangan tren wisata.

Terakhir adalah dampak dari keberadaan komodifikasi pada Bait Al-Qur'an ini selaku destinasi wisata religi. Setidaknya keberadaannya memberikan dampak yang cukup besar terhadap tiga ranah yaitu ranah sosial, perekonomian dan keagamaan. Dalam ranah kehidupan sosial, keberadaan Bait Al-Qur'an telah mampu meningkatkan interaksi serta memperluas relasi antara masyarakat lokal daerah sekitar Bait Al-Qur'an yaitu kecamatan Gandus dengan masyarakat dari luar daerah bahkan mancanegara. Lebih lanjut, dalam ranah perekonomian, keberadaan Bait Al-Qur'an Al-Akbar telah berperan penting terhadap terciptanya lapangan kerja sehingga secara otomatis turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berstatus sebagai karyawan hingga pedagang di Bait Al-Qur'an Al-Akbar ini. Tidak hanya itu, dalam keberadaan museum ini juga memberikan dampak baik terhadap kehidupan beragama dan spiritual masyarakat sekitar melalui kegiatan-kegiatan keagamaan yang diadakannya.

B. Saran

Setelah penulis uraikan kesimpulan dari penelitian ini, maka menjadi tanda bahwa penelitian ini telah terselesaikan. Demikianlah hasil dari studi yang telah dilakukan oleh penulis yang berfokus Bait Al-Qur'an Al-Akbar Palembang sebagai objek kajian. Sebagaimana diketahui bersama, pada penelitian ini penulis mengangkat tema tentang komodifikasi agama yang terjadi pada Bait Al-Qur'an Al-Akbar. Saran penulis kepada peneliti yang akan datang, mengingat kembali bahwa penelitian terkait Bait Al-Qur'an Al-Akbar sejauh ini masih didominasi oleh model-model penelitian budaya, dakwah dan ekonomi. Mengingat kembali Bait Al-Qur'an Al-Akbar merupakan sebuah destinasi wisata religi yang mendangkalkan Al-Qur'an sebagai simbol agama, maka menarik juga untuk dikaji melalui analisis ilmu kajian Al-Qur'an atau Living Qur'an.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Hidayat Surya. “Komodifikasi Agama Dalam Iklan Televisi Ramadhan (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Tv Ramayana Edisi Ramadhan 2017).” Tesis, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Aldyan, Rizal Akbar. “Komodifikasi Wisata Religi Makam Sunan Kudus.” Tesis, Program Studi Kajian Budaya, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2019.
- Amna, Afina. “Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama.” *SOSIOLOGI REFLEKTIF*, Vol. 13, No. 2 (April 2019): 331–50.
- Arif, Muhamad, dan Jakiatin Nisa. “Komodifikasi Agama Pada Kesenian Hadrah Kuntulan Banyuwangi.” *SOSIO DIDAKTIKA: Sosial Science Education Journal*, Vol. 5, No. 1 (2018): 54–63.
- Baharun, Hasan, dan Harisatun Niswa. “Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba di Era Revolusi Industri 4. 0.” *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 13, No. 1 (Juni 2019): 75–98.
- Basri, Irsyan. “Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo Di Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara.” Tesis Program Pascasarjana, Universitas Udayana, 2014.
- Choironi, M Alvin Nur. “Meninjau Kualitas Hadits Kesunahan Berkuda,” Diakses pada Mei 2021. <https://islam.nu.or.id/post/read/80135/meninjau-kualitas-hadits-kesunahan-berkuda>.

- Farhan, dan Faisul Islamiyah. “Komodifikasi Agama Dan Simbol Keagamaan ‘Jilbab’ Di Media Online Dalam Persepsi Netizen. ” *AT-TAHDZIB: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, Vol. 7, No. 1 (24 Maret 2019): 51–69.
- Fauzi, Ahmad Nailul. “Komodifikasi Agama Terhadap Pembacaan (khataman) Alquran Air Kemasan Kh-Q Pt. Buya Barokah. ” *DIYA AL-AFKAR: Jurnal Studi al-Qur’an dan al-Hadis*, Vol. 7, No. 2 (Desember 2019): 281–98.
- Fealy, Greg, dan Sally White. “Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia”. ” Singapore: Iseas Publishing, 2008.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Reasearch Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Hanadya, Dwi, Sri Porwani, dan Rizki Apriliani. “Upaya Pengelolaan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Objek Wisata Al-Akbar Palembang. ” *Jurnal Adminika*, Vol. 6, No. 1 (Juni 2020): 144–69.
- Hardiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- “Hasil Dokumentasi Penulis Terhadap File Bayt Al Quran Al Akbar Palembang,” 15 April 2021.
- “Kecamatan Gandus Dalam Angka 2018. ” Palembang: Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2018.
- Komariyah, Siti. “Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi (Studi Kasus di Makam Sunan Kalijaga Demak). ” *SOLIDARITY: Journal of Education, Society and Culture*, Vol. 4, No. 1 (2015).

- Meriyati, dan Havis Aravik. “Dampak Wisata Religi Bait Al-Qur’an Al-Akbar Terhadap Ekonomi Di Sekitar Pondok Pesantren Igm Al-Ihsaniyah Kota Palembang. ” *JURISDICTIE: Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol. 8, No. 2 (2017).
- Mubarat, Husni, dan Heri Iswandi. “Aspek-Aspek Estetika Ukiran Kayu Khas Palembang Pada Al Quran Al Akbar. ” *Jurnal Ekspresi Seni*, Vol. 20, No. 2 (November 2018).
- “Museum Al-Qur’an Raksasa. ” Diakses 2 Juni 2021. <https://www.sumselprov.go.id/pages/wisatadetail/museum-al-quran-raksasa?page=pages&subpage=wisatadetail&rec=museum-al-quran-raksasa>.
- Narulita, Sari, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajdi, dan Umi Khumaeroh. “Pembentukan Karakter Religius Melalui Wisata Religi. ” *Prosiding Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan*, Vol. 1, No. 1 (2017): 159–62.
- Nawiyanto, dan Eko Crys Endrayadi. *Kesultanan Palembang Darussalam Sejarah Dan Warisan Budayanya*. 1 ed. Jember: Jember University Press, 2016.
- Nugraha, Eva. “Tren Penerbitan Mushaf Dalam Komodifikasi Al-Qur’an Di Indonesia. ” *ULUMUNA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 18, No. 2 (Desember 2014): DADA.
- Prasetyo, Untung, dan Sarwititi Sarwoprasodjo. “Komodifikasi Upacara Tradisional Seren Taun dalam Pembentukan Identitas Komunitas. ” *SODALITY: Jurnal*

Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia, Vol. 05, No. 02 (Agustus 2011): 173–96.

Rafiq, Ahmad. “Tradisi Resepsi Al-Qur’an di Indonesia.” dalam <http://sarbinidamai.blogspot.com/2015/06/tradisi-resepsi-al-quran-di-indonesia.html>, 2015.

Diakses pada tanggal 30 November 2020, pukul 19:14:46.

Raka, Anak Agung GD. “Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar.” Disertasi Program Studi Kajian Budaya, Universitas Udaya, 2015.

Rosyadi, Imron. “Agama dan Bisnis: Studi Komodifikasi Agama dalam Bisnis Perspektif Yuridis dan Sosiologis di Mojokerto.” Disertasi, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Rusmana, Dadan. “Pengajian Al-Qur’an Dalam Tradisi Pernikahan Pada Masyarakat Sunda: Keberlangsungan Dan Perubahan.” *AT-TSAQAF: Jurnal Ilmiah Peradaban Islam*, Vol. 17, No. 1 (2020): 1–14.

Saifuddin Zuhri, dan Dewi Subkhani. *Living Hadis: Praktik, Resepsi, Teks, dan Transmisi*. Yogyakarta: Q-Media, 2018.

Sugiono, dan Yeyen Maryani. “Kamus Besar Bahasa Indonesia.” Jakarta: Tim Penyusun Kamus Bahasa Pusat, 2008.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sutopo, Oki Rahadianto. “Beragam Agama Beragam Ekspresi.” *Jurnal Sosiologi Masyarakat Universitas Gadjah Mada*, Vol. 15, No. 2 (2010): 88.

- Syah, Hakim. “Komodifikasi Khalayak Dalam Industri Media (Telaah Kritis Atas Sistem Rating Media dan Implikasinya Terhadap Public Sphere).” *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, Vol. 8, No. 2 (Desember 2011): 27–42.
- Syofwatillah, Abi Dzikrillah, Diakses pada Mei 2021. <https://www.instagram.com/p/Bzsh1G2gqRW/?igshid=19qbn9uqiztso>.
- Tanzila, Elya, Siswo Hadi Sumantri, dan Bambang Wahyudi. “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Konflik Bernuansa Agama Guna Mempertahankan Status Zero Conflict di Sumatera Selatan Tahun 2017-2018.” *Jurnal Diplomasi Pertahanan* 4, no. 3 (31 Desember 2018). <http://139.255.245.7/index.php/DP/article/view/325>.
- Thornburg, Alex, dan David Knotterus. *Consumer Ritualized Symbolic Practices: A theory of Religious Commodification*. Boston: Annual Meeting of the American Sociological Association, 2008.
- “Undang-Undang Republik Indonesia.” Diakses 21 Maret 2021. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>.
- Usman, Husaini, dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Wawancara dengan Nila Setia Sari, Pengunjung Bayt Al Quran Al Akbar Palembang, 16 April 2021.
- Wawancara dengan Sofwatillah Mohzaib, Penggagas Bayt Al Quran Al Akbar Palembang, 25 April 2021.

Wawancara dengan Wiwik Kartika, Pengunjung Bayt Al Quran Al Akbar Palembang,
28 April 2021.

Wawancara pribadi dengan Syarkuni, guide di Bayt Al Quran Al Akbar Palembang,
Mei 2021.

Wawancara pribadi dengan Syarkuni, guide di Bayt Al Quran Al Akbar Palembang,
15 April 2021.

Wawancara pribadi dengan Wulan, pengunjung Bayt Al Quran Al Akbar. , 15 April
2021.

Wawancara pribadi dengan Raudatul Zannah, bagian Administrasi di Bayt Al Quran
Al Akbar Palembang, 15 April 2021.

Widyastuti, Dhyah Ayu Retno. “Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran
Pariwisata.” *Jurnal Komunikasi*, Vol. 1, No. 2 (Januari 2011): 197–208.

Zaenurrosyid, A. , dan Lucy Zulies Ulfiana. “Komodifikasi Agama Dalam Islamic
Tourism Dan Aktivitas Ekonomi.” *JIE: Journal Islamic Review*, Vol. V, No.
1 (April 2016): 109–23.