

**KOMODIFIKASI AGAMA DI JAWA TIMUR: STUDI
ATAS DAKWAH GUS IQDAM DI MAJELIS SABILU
TAUBAH**



Oleh:

Isna Salsabila Muthoharoh

NIM: 23200012051

Tesis

**Diajukan kepada Fakultas Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Master of Arts (M.A.)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Komunikasi & Masyarakat Islam**

YOGYAKARTA

2026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1007/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : Komodifikasi Agama di Jawa Timur: Studi Atas Dakwah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ISNA SALSABILA MUTHOHAROH, S.Ag
Nomor Induk Mahasiswa : 23200012051
Telah diujikan pada : Selasa, 18 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6a87f197f3380

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. ZULFIKAR ISMAIL, Lc., MA.
SIGNED



Valid ID: 6a87f934a0417

Penguji II

Prof. Fatimah, M.A., Ph.D.
SIGNED



Valid ID: 6a87fd091742e

Penguji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED



Valid ID: 6a880a1466e4f

Yogyakarta, 18 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Moch. Nur Ichwan, S.Ag., M.A.
SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Salsabila Muthoharoh
NIM : 23200012051
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah asli hasil penelitian atau karya ilmiah saya sendiri, bukan dari karya atau penelitian orang lain, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 31 Juli 2026

Saya yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Isna Salsabila Muthoharoh, S.Ag.
NIM:23200012051

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Salsabila Muthoharoh
NIM : 23200012051
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa keseluruhan tesis ini bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum.

Yogyakarta, 31 Juli 2026

Saya yang menyatakan,



Isna Salsabila Muthoharoh, S.Ag.
NIM:23200012051

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana UIN Sunan
Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

KOMODIFIKASI AGAMA DI JAWA TIMUR: STUDI ATAS DAKWAH GUS IQDAM DI MAJELIS SABILU TAUBAH

Yang ditulis oleh:

Nama	: Isna Salsabila Muthoharoh
NIM	: 23200012051
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi	: Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa naskah tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A.)

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta, 31 Juli 2026

Pembimbing



Prof. Fatimah, M.A., Ph.D.
NIP. 19651114 199203 2 001

ABSTRAK

Fenomena komodifikasi agama di Indonesia pasca-Orde Baru diidentifikasi berpusat pada tokoh selebritas keagamaan urban yang mengonversi simbol agama menjadi keuntungan ekonomi melalui narasi kemakmuran material. Penelitian terdahulu banyak membedah komodifikasi agama pada aspek keuangan, wisata religi, dan gaya hidup urban. Sementara itu, penelitian mengenai Gus Iqdam masih didominasi oleh analisis strategi komunikasi dakwah. Berangkat dari penelitian-penelitian sebelumnya, tulisan ini berfokus pada analisis komodifikasi agama di wilayah rural, khususnya dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah (ST). Penelitian ini penting karena komodifikasi dalam konteks rural menunjukkan bahwa fenomena tersebut bukan sekadar eksploitasi simbol oleh kapitalis, melainkan mekanisme adaptif yang melibatkan agensi masyarakat lokal melalui modal sosial dan spiritualitas.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus menjawab dua pertanyaan utama, yaitu mengenai bentuk komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST, serta bagaimana peran jemaah dalam proses komodifikasi agama tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memadukan etnografi melalui observasi lapangan dan netnografi berbasis analisis konten. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan dan wawancara dengan narasumber. Kerangka komodifikasi agama dari Kitiarsa dan Fealy digunakan untuk menganalisis fenomena religifikasi serta karakteristik kelas menengah. Sementara itu, kerangka ekonomi spiritual dari Rudnyckyj dan neoliberalisme saleh oleh Atia digunakan untuk memahami etos kerja sebagai bentuk ibadah melalui pencarian keberkahan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi agama di Majelis ST termanifestasi dalam empat bentuk, yaitu ekonomi filantropi, lini bisnis Gus Iqdam, pemanfaatan media digital untuk monetisasi dan sponsor merek, serta ekonomi kreatif warga lokal. Temuan signifikan penelitian ini menegaskan bahwa dalam komodifikasi agama di wilayah rural, masyarakat berperan sebagai agen yang secara aktif memilih dan mengadaptasi pesan keagamaan guna mencari keberkahan (*barakah*) tanpa menghapus akar tradisi. Tulisan ini berkontribusi pada dinamika penelitian komodifikasi agama yang muncul di wilayah rural dengan sosiokultural yang berbeda dari lanskap urban. Apabila komodifikasi agama di wilayah urban didominasi oleh pasar kapitalis, penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi di wilayah rural justru muncul secara organik, bersifat komunal, serta berakar kuat pada tradisi kiai-santri. Meskipun demikian, proses komodifikasi agama dalam kasus ini tetap menyimpan ambivalensi terkait pertautan modal kapital dan modal politik, khususnya yang melibatkan hubungan personal dengan otoritas karismatik Gus Iqdam.

Kata Kunci: Komodifikasi Agama, Masyarakat Rural, Gus Iqdam, Kelas Menengah Muslim, Keberkahan.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

Al-Insyiroh 94:5-6



KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat, dan terutama kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa pesan kebenaran dan menjadi teladan bagi seluruh umat.

Dengan kerendahan hati, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Moch. Nur Ichwan, S.Ag., M.A. selaku Direktur Pascasarjana, serta kepada Bapak Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Pascasarjana. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu dosen, yaitu Dr. Ja'far Assagaf, M.A., Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A., Dr. Subi Nur Isnaini, Najib Kailani, Ph.D., Dr. Suhadi, S.Ag., M.A., Dr. Subaidi, S.Ag., M.Si., Dr. Ahmad Fauzi, M.S.I, dan Dr. Ita Rodiah, S.S., M.Hum. yang telah mengajar saya selama menempuh studi di Prodi Interdisciplinary Islamic Studies.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa tesis tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan terutama kepada dosen pembimbing, Prof. Fatimah, M.A., Ph.D. Arahan, dorongan, serta masukan dari beliau sangat berharga dalam penulisan hingga penyelesaian tesis ini.

Selanjutnya, ucapan terima kasih dan rasa hormat penulis sampaikan kepada Abi dan Umi yang selalu mendoakan, serta menemani penulis selama penelitian lapangan. Dukungan dan doa mereka merupakan fondasi utama dalam proses penyelesaian tesis ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses penelitian berlangsung. Secara khusus, terima kasih disampaikan kepada sahabat-sahabat karib penulis, Tisa Aini, Dewi Puspita, Isma Zulfa, Mila, Lala, Ilma, dan Syifa, yang selalu memberikan semangat. Terima kasih juga kepada kakak-kakak Uqwah, yaitu Mbak Aisyah, Mbak Upik, Mbak Tasya, dan Mbak Dila yang saat ini juga sedang berjuang menyelesaikan tesis. Dukungan moral serta kebersamaan mereka menjadi penguat bagi penulis untuk melepas penat dan mengisi kembali energi selama proses penulisan.

Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada rekan-rekan seangkatan di konsentrasi KKMI, yaitu Muhammad Hafizh Renaldi, Muhammad Amin Saputra, Khoiruna Nur Fauziah, Masrufatuz Zahro Taufani, Muhammad Solekhan Tarom, dan Muhammad Ihsan, yang telah kebersamai penulis selama dua tahun terakhir. Selama masa studi dan penelitian, mereka berperan penting dalam memberikan semangat, dorongan, serta keceriaan sehingga proses penelitian ini terasa menyenangkan. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dimas dan Faiz yang sejak awal mendorong penulis untuk melanjutkan studi pascasarjana, serta konsisten memberikan dukungan hingga tesis ini selesai.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu proses penelitian ini, terkhusus kepada Pak Ta'in yang sangat terbuka dan ringan tangan dalam membantu penulis di lapangan.

Apresiasi mendalam dan rasa syukur penulis tujukan kepada diri sendiri karena telah bertahan, tidak menyerah, dan tetap melangkah di tengah rumitnya dinamika kehidupan, kelelahan mental, serta lika-liku panjang selama proses penyusunan tesis ini. Pencapaian ini menjadi bukti atas komitmen, resiliensi, dan keberanian untuk

menuntaskan apa yang telah dimulai. Semoga seluruh perjuangan ini menjadi pijakan yang kokoh untuk menempa diri menjadi pribadi yang lebih bijaksana, Tangguh, dan bermanfaat di masa depan.

Penulis menyadari bahwa di balik dukungan berbagai pihak, karya ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, tanggung jawab akademis secara penuh berada di tangan penulis apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tesis ini. Semoga kebaikan semua pihak mendapat balasan yang melimpah dan karya ini dapat memberikan manfaat.

Yogyakarta, 31 Juli 2026



Isna Salsabila Muthoharoh, S.Ag.
NIM:23200012051



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
GLOSARIUM	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian	4
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Teori	10
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II KARAKTERISTIK JEMAAH GUS IQDAM DI MAJELIS SABILU TAUBAH.....	23
A. Ndalem vs Sor Galvalum: Dinamika Ruang di Markas Sabilu Taubah ..23	
B. Militansi dalam <i>Khidmah</i> : Sinergi Tim di Balik Layar Dakwah.....27	
C. Diferensiasi Konten: Antara Sakralitas dan Hikmah Praktis.....35	
D. Mozaik Jemaah: Dari Kelompok Garangan Hingga Kelas Menengah Muslim Rural.....	39
a. Kelompok Garangan	40
b. Kelompok Masyarakat Akar Rumput.....	42
c. Kelompok Kelas Menengah Muslim Rural	44
BAB III BENTUK-BENTUK KOMODIFIKASI AGAMA DALAM DAKWAH GUS IQDAM DI MAJELIS SABILU TAUBAH.....	53

A. Ekonomi Filantropi oleh Kelas Menengah Muslim Rural	54
B. Brands of Faith: Lini Bisnis Gus Iqdam	66
a. <i>Gus Iqdam Series</i> : Pakaian dan Makanan Ringan	67
b. IDM Bakery	72
c. IDM Oil dan Kopi JosJis	74
C. Siaran Langsung YouTube Sebagai Medium Sponsor Merek dan Iklan	76
D. Ekonomi Kreatif Warga Lokal	86
BAB IV PERAN JEMAAH MAJELIS SABILU TAUBAH DALAM PROSES	
KOMODIFIKASI AGAMA DI WILAYAH RURAL	96
A. <i>Barakah</i> dalam Kerangka Neoliberalisme Saleh dan Kesalehan Aspiratif di Kalangan Kelas Menengah Muslim Rural	97
B. <i>Barakah</i> Perspektif Masyarakat Akar Rumput	108
C. Ambivalensi: Modal Kapital dan Kontestasi Politik	113
D. Sirkulasi Komodifikasi Agama Melalui Bahasa Keberkahan	118
BAB V PENUTUP	124
A. KESIMPULAN	124
B. SARAN	126
DAFTAR PUSTAKA	128
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	138

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Tampilan panggung dakwah dalam siaran langsung YouTube pada 4 Desember 2025	24
Gambar 2: Suasana Depan Mimbar pasca kajian, terlihat beberapa jemaah berfoto di depan panggung utama	25
Gambar 3: Sponsor merek di tenda pedagang area Sor Sengon.....	26
Gambar 4: Videotron di area Sor Sengon.....	26
Gambar 5: Persiapan <i>sound khidmah</i> di area Sor Sengon	32
Gambar 6: Sumbangan keliling yang dikelola Satgas	32
Gambar 7: Potret penulis bersama Bu Mini	37
Gambar 8: Salinan <i>simtudduror</i> dengan air barakah di sisinya.....	37
Gambar 9: Suasana ruang tamu Ndalem yang dipenuhi tamu dari kelompok kelas menengah sedang berbincang bersama Gus Iqdam	51
Gambar 10: Suasana eksklusif di ruang tamu Ndalem khusus untuk kelas menengah perempuan.....	51
Gambar 11: Brosur pelaksanaan umrah bersama Gus Iqdam untuk keberangkatan Juli 2026 oleh Dai Tour	59
Gambar 12: Suasana panggung tamu VIP pada momen Isra' Mikraj.....	59
Gambar 13: Gerai Gus Iqdam Store tampak depan	69
Gambar 14: Distributor produk Gus Iqdam Series yang dikelola oleh Ning Lia	69
Gambar 15: Variasi sarung Gus Iqdam Series.....	71
Gambar 16: Snack Gus Iqdam dengan kemasan menampilkan gambar Gus Iqdam.....	71
Gambar 17: Minyak MisSasa berganti merek menjadi IDM Oil	75
Gambar 18: Tampilan bumper video pada 20 November 2025 sebelum kajian dimulai yang menampilkan beberapa merek sponsor termasuk Garam Segitiga G	81
Gambar 19: Produk pakaian dengan foto Gus Iqdam yang diperjualbelikan oleh pedagang lokal	89
Gambar 20: Bu Mamik mengenakan bando dekoratif gambar Gus Iqdam	89

Gambar 21: Infaq keliling yang dikelola Satgas.....	93
Gambar 22: Kedekatan Haji Najib dan Gus Iqdam menciptakan kolaborasi bisnis dengan merek IDM Bakery. Sumber di kiri dari akun Instagram @najib_rizkimobilofficial dan sumber di kanan dari akun Tiktok @najibrizkimobil	106
Gambar 23: Bu Hanik dalam sesi dialogis mendapatkan hadiah umrah pada agenda Isra' Mikraj.....	109
Gambar 24: Tampilan siaran langsung Youtube ketika Bu Astutik dan Bu Hanik terlibat dalam interaksi dialogis bersama Gus Iqdam pada momen Isra' Mikraj	110
Gambar 25: Potret kedekatan Gus Iqdam dengan Kaji Beky pasca pelantikannya sebagai Wakil Bupati Kota Blitar pada 20 Februari 2025	116

GLOSARIUM

Akar rumput	: Jemaah tradisional yang didominasi kaum lansia, petani, dan buruh dengan keterbatasan ekonomi namun memiliki loyalitas tinggi untuk menghadiri kajian dalam rangka mencari keberkahan.
<i>Ayem</i>	: Bahasa Jawa yang merujuk pada kondisi ketenangan jiwa atau kedamaian hati yang menjadi motivasi psikologis utama jemaah.
<i>Barakah</i>	: Karunia spiritual yang diyakini jemaah dapat mewujudkan dalam bentuk material, baik kelancaran rezeki dan kesehatan, maupun bentuk non material seperti ketenangan batin.
<i>Bolo-bolo</i>	: Bahasa Jawa untuk sebutan akrab untuk sahabat dekat yang loyal kepada Gus Iqdam. Serta merujuk kepada anggota tim Majelis ST secara keseluruhan.
Depan Mimbar	: Istilah yang beredar di kalangan jemaah berupa area utama panggung dakwah dengan atap galvalum yang menjadi pusat interaksi dialogis dan performatif bagi filantropi antara Gus Iqdam, kelas menengah, dan jemaah secara umum.
<i>Drone</i>	: Kamera udara nirkabel yang dikendalikan jarak jauh untuk mengambil visual secara real-time dari sudut pandang ketinggian. Drone digunakan oleh tim media ST untuk menangkap keramaian jemaah di Markas.
Garangan	: Identitas hibrida jemaah yang memiliki latar belakang marginal seperti mantan preman, pemabuk, penjudi, yang sedang berproses taubat namun masih mempertahankan aspek tertentu dari identitas lama. Panggilan ini menjadi sapaan akrab dalam majelis dakwah Gus Iqdam.
<i>Khidmah</i>	: Semangat pengabdian tulus atau pelayanan kepada majelis dakwah dan kepada Kyai tanpa mengharapkan imbalan material.
Majelis ST	: ST merupakan singkatan dari Sabilu Taubah. Merupakan kajian keagamaan yang diinisiasi oleh Gus Iqdam dan 7 orang garangan pada masa awal untuk memperdalam ilmu agama.
Mambaul Hikam II	: Merupakan nama pondok pesantren yang dikelola oleh pendahulu Gus Iqdam sebagai tempat untuk santri belajar ilmu agama sembari menaati aturan dari <i>Kyai</i> . Saat ini dikelola oleh Gus Iqdam serta saudara-saudaranya.
Markas	: Sebutan jemaah Gus Iqdam untuk menandai lokasi pusat kegiatan Majelis Sabilu Taubah di Desa Karanggayam, Blitar.

<i>Ndalem</i>	: Kediaman pribadi Kyai (Gus Iqdam) yang beralih fungsi sebagai sebagai zona eksklusif bagi tamu yang ingin bertemu Kyai, seperti tokoh politik, aktor hiburan fenomenal, serta pengusaha.
<i>Neon box</i>	: Papan reklame yang berbentuk kotak yang diberi pencahayaan dari dalam menggunakan lampu LED atau lampu neon untuk menampilkan logo, nama usaha, atau pesan promosi.
Satgas	: Singkatan dari “Satuan Tugas” untuk menyebut tim keamanan dan penertiban majelis yang terdiri dari warga lokal.
Sesi dialogis	: Format interaksi tanya jawab antara Gus Iqdam dan jemaah yang menjadi arena performatif pemberian santunan atau hadiah secara langsung.
<i>Simtudduror</i>	: Kitab maulid (pujian kepada Nabi) yang dibaca secara kolektif setiap Kamis malam di Majelis ST untuk memperdalam pengalaman spiritual melalui atmosfer sakral dan khusyuk.
Sor Sengon	: Lahan terbuka di area Markas yang digunakan jemaah umum untuk mengikuti kajian melalui tampilan di videotron dan pengeras suara, serta menjadi pusat ekonomi kreatif pedagang lokal.
Sound Horeg	: Sistem audio dengan intensitas suara ekstrem yang menjadi layanan jasa persewaan untuk kepentingan acara-acara tertentu. Berkembang menjadi budaya populer di Jawa Timur untuk hiburan masyarakat desa.
Sound Khidmah	: Hasil proses religifikasi untuk perangkat Sound Horeg yang dipinjamkan secara sukarela oleh penyedia jasa persewaan sebagai instrumen dakwah.
Suwuk	: Praktik penyembuhan dengan pemberian doa melalui media benda profan (seperti air atau garam) agar mengandung nilai sakral dan khasiat spiritual.
<i>Switcher</i>	: Seseorang yang bertugas mengeksekusi perpindahan visual dalam rekaman siaran langsung secara <i>real-time</i> .
<i>Telezoom</i>	: Merujuk pada lensa <i>telephoto</i> dengan kemampuan memperbesar yang dirancang untuk mendekatkan objek visual yang posisinya jauh dari kamera.
Videotron	: Perangkat layar digital besar berbasis LED yang digunakan untuk menampilkan video, gambar, teks, atau iklan di ruang publik. Dalam lanskap Majelis ST, layar ini ditempatkan di area Sor Sengon untuk menayangkan siaran langsung kajian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena komodifikasi agama di Indonesia pasca Orde Baru telah diidentifikasi secara luas, sering kali berpusat pada tokoh-tokoh selebritas keagamaan yang sukses mengonversi nilai dan simbol agama menjadi keuntungan ekonomi, dengan narasi utama bahwa kesalehan akan membawa kemakmuran material di dunia ini.¹ Di tengah tren urban yang didominasi oleh media digital dan *self-help* Islami,² penelitian ini menyoroti fenomena yang berkaitan dengan praktik komodifikasi agama dalam konteks masyarakat rural dengan mempertahankan tradisi lokal, seperti kepercayaan kepada otoritas tradisional untuk menyalurkan filantropi.

Dampak modernisasi dan globalisasi mendorong kemunculan kelas menengah Muslim yang mencari cara untuk mengekspresikan kesalehan agar selaras dengan gaya hidup modern dan konsumtif.³ Fenomena ini mencakup komersialisasi barang dan jasa simbolik keagamaan, mengubah nilai-nilai sakral menjadi nilai jual di pasar dan menjadikannya strategi pemasaran yang menargetkan pasar Muslim.⁴ Bentuk-bentuk komodifikasi tersebut misalnya promosi “matematika sedekah” oleh Yusuf

¹ Noorhaidi Hasan, “The Making Of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere,” *Contemporary Islam* 3, No. 3 (2009): 229–50.

² James B. Hoesterey, “Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym,” ed. Fealy dan White, *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (ISEAS Publishing, 2008).

³ Greg Fealy, “Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism,” ed. Fealy dan White, *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (ISEAS Publishing, 2008).

⁴ Eko Saputra dkk., “Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah,” *Jurnal MD* 5, No. 2 (2019): 113–39.

Mansur yang menghubungkan praktik amal dengan peningkatan kekayaan dan janji kemakmuran duniawi.⁵

Selain itu, komodifikasi agama tercermin dalam penjualan produk-produk berlabel halal atau syariah, mulai dari busana, kosmetik, dan layanan keuangan. Perumahan syariah juga termasuk produk yang berfungsi sebagai bentuk ekspresi kesalehan, identitas, dan gaya hidup masyarakat urban.⁶ Namun dari penelitian sebelumnya, belum banyak penelitian mengenai komodifikasi agama dalam konteks masyarakat rural. Jika komodifikasi agama pada masyarakat urban didorong oleh para kapitalis dan sebagai cara baru menampilkan kesalehan di ruang publik, penelitian ini berargumen bahwa dalam konteks rural, masyarakat menjadi aktor penggerak dari praktik komodifikasi itu sendiri.

Dalam konteks urban, penceramah selebriti seperti Aa Gym, Yusuf Mansur, dan gerakan dakwah populer seperti Teras Dakwah atau Muslim United,⁷ secara strategis merespons peluang pasar dari permintaan kelas menengah Muslim urban yang makmur. Para pelaku ini sengaja mengemas produk dan jasa spiritual dengan etika kapitalisme untuk menarik keuntungan ekonomi. Bagi kelas menengah Muslim urban, mengonsumsi produk keagamaan ini berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan kesalehan (*piety*), identitas, dan gaya hidup, memungkinkan mereka menjadi Muslim yang saleh namun tetap gaul.⁸

⁵ Najib Kailani dan Martin Slama, "Accelerating Islamic Charities in Indonesia: *Zakat, Sedekah* and the Immediacy of Social Media," *South East Asia Research* 28, No. 1 (2020): 70–86, <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>.

⁶ Nanda Fahrudin Nisa, "Perumahan Muslim Sebagai Bentuk Religiusitas Baru: Representasi Kesalehan Kelas Menengah Muslim di Yogyakarta" (UIN Sunan Kalijaga, 2022).

⁷ Hofizal Wadi, "Dakwah Anak Muda, Ekspresi Kesalehan dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta" (UIN Sunan Kalijaga, 2021); Eko Saputra dkk., "Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah," *Jurnal MD* 5, No. 2 (2019): 113–39, <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.52-01>.

⁸ Bryan S. Turner, "Islam, Public Religions and The Secularization Debate," dalam *Muslim Societies and The Challenge of Secularization: An Interdisciplinary Approach*, ed. Gabriele Marranci (Springer Netherlands, 2010).

Berbeda dari fenomena urban tersebut, penelitian ini berfokus pada dakwah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah (selanjutnya disebut Majelis ST), yang menjadi arena spiritual bagi praktik filantropi kelas menengah Muslim pedesaan. Dalam ruang ini, Gus Iqdam bertindak sebagai mediator yang menyalurkan donasi, baik berupa uang tunai dalam nominal tertentu maupun produk-produk spesifik, dari kelas menengah kepada jemaah. Praktik pemberian ini berlangsung secara terbuka di tengah majelis melalui sesi interaksi dialogis. Melalui praktik filantropi tersebut, kelas menengah Muslim turut berperan aktif dalam menggerakkan komodifikasi agama di wilayah pedesaan.

Banyak di antara jemaah yang turut memberikan donasi sukarela demi mendukung keberlangsungan dakwah tersebut, seperti penyediaan jasa *sound system* hingga keterlibatan tim Satuan Tugas (Satgas). Praktik ini dibingkai kuat melalui narasi *khidmah* kepada majelis ilmu untuk meraih keberkahan yang secara spiritual diyakini mendatangkan kelancaran rezeki, kesehatan, dan perlindungan dari musibah.⁹ Atas dasar itu, penelitian ini berargumen bahwa jemaah pedesaan bukanlah konsumen pasif, melainkan aktor yang berperan aktif dalam menggerakkan komodifikasi agama, sementara otoritas keagamaan menjaga pertukaran tersebut agar tetap berada dalam koridor moralitas.

Media sosial turut memperluas jangkauan dakwah kepada audiens virtual, khususnya melalui siaran langsung di kanal Youtube dengan kanal *Gus Iqdam Official*. Pada ruang digital, kelas menengah Muslim tampil secara performatif melalui pengaturan format duduk yang sejajar dengan Gus Iqdam. Visualisasi tersebut secara simbolis menyelaraskan otoritas spiritual sang kiai dengan modal

⁹ James Michael Edmonds, "Smelling Baraka: Everyday Islam and Islamic Normativity," *American Journal of Islam and Society* 36, No. 3 (2019).

ekonomi dan politik. Alhasil, praktik filantropi tidak hanya menjadi inti dari hubungan simbiotik dalam mengharapkan keberkahan, tetapi juga mempertegas bagaimana komodifikasi agama di tingkat lokal tereskalasi ke ranah digital.

Oleh karena itu, tulisan ini menawarkan sudut pandang baru yang memperkaya studi komodifikasi agama. Penelitian ini menegaskan distingsi, jika komodifikasi agama di lanskap urban cenderung bersifat komersialisasi top-down yang didorong oleh kekuatan pasar, komodifikasi agama di wilayah pedesaan justru bertumpu pada keterlibatan kolektif berbagai aktor. Interaksi ini menciptakan dinamika yang saling menguntungkan antara tokoh agama, kelas menengah, dan masyarakat akar rumput. Melalui praktik sedekah dan kedekatan dengan Gus Iqdam, kelas menengah memperoleh legitimasi sosial, masyarakat akar rumput menerima manfaat materi dari praktik filantropi, sementara otoritas agama memanfaatkan dukungan modal tersebut untuk memperluas jangkauan dakwah secara berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

1. Apa bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah?
2. Bagaimana peran jemaah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah dalam proses komodifikasi agama?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Perkembangan komodifikasi agama di era modernisasi semakin masif terutama di wilayah urban Indonesia. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut terkait komodifikasi agama dengan latar belakang masyarakat rural, terutama dinamika yang terjadi dalam lingkungan dakwah Gus Iqdam di Kabupaten Blitar, beserta dengan ambivalensi yang terjadi. Jika pada penelitian sebelumnya

komodifikasi dilakukan oleh otoritas atau institusi keagamaan, tulisan ini bertujuan menunjukkan bahwa komodifikasi agama terjadi karena hubungan yang terjalin antar masyarakat, baik kelas menengah Muslim, masyarakat akar rumput, dan otoritas karismatik.

Penelitian ini penting karena menunjukkan bagaimana proses komodifikasi agama tidak hanya terjadi melalui eksploitasi simbol atau produk religius oleh kapitalis, tetapi juga melalui sedekah yang melibatkan modal sosial, spiritualitas, dan keuntungan ekonomi antara pemuka agama dan jemaahnya. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang dinamika terjadinya komodifikasi agama yang melibatkan berbagai aktor dalam ekosistem ekonomi religius yang kompleks.

D. Kajian Pustaka

Secara umum, penelitian komodifikasi agama di Indonesia telah banyak dilakukan yang dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa aspek utama.¹⁰ Yaitu aspek keuangan, aspek pariwisata, aspek konsumsi dan gaya hidup, serta aspek dakwah dan media. Komodifikasi agama dalam aspek keuangan mencakup pembahasan perbankan dan asuransi syariah. Aspek konsumsi dan gaya hidup mencakup penelitian tentang sertifikasi halal,¹¹ hunian syariah, serta busana Muslim.

Dalam aspek pariwisata, terdapat penelitian komodifikasi agama di lokasi ziarah makam Wali Songo¹² dan tradisi Haul di Pasar Kliwon, Surakarta.¹³

¹⁰ Greg Fealy dan Sally White, ed., *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (ISEAS Publishing, 2008).

¹¹ Zulfa Makiah dkk., "A Convergence in A Religion Commodification and An Expression of Piety in Halal Certification," *Khazanah: Jurnal Studi Islam dan Humaniora* 20, No. 2 (Desember 2022): 153–70, <https://doi.org/10.18592/khazanah.v20i1.7113>.

¹² George Quinn, "Throwing Money at The Holy Door: Commercial Aspects of Popular Pilgrimage in Java," ed. Fealy dan White, *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, (ISEAS Publishing, 2008).

¹³ Muhammad Ferri Setiawan, "Commodification of Religious Tradition (Critical Study on Tourism of Islamic Tradition Haul at Pasar Kliwon, Surakarta)," *Proceeding of the 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies* (Yogyakarta), Desember 2016.

Sementara itu, dalam aspek dakwah dan media mengangkat isu penjualan mushaf Al-Qur'an¹⁴ atau produk keislaman melalui perantara dakwah di media sosial yang dilakukan oleh otoritas keagamaan.¹⁵ Dalam konteks dakwah program televisi, terdapat penelitian komodifikasi agama dalam program acara Siraman Qalbu.¹⁶

Beberapa peneliti menganggap komodifikasi agama terjadi karena kepentingan kapitalis dalam pasar global. Namun di sisi lain, terdapat penelitian yang menganggap bahwa komodifikasi agama terjadi karena adanya permintaan gaya hidup kelas menengah Muslim urban. Komodifikasi agama sebagai kepentingan kapitalis yaitu perkembangan industri perumahan syariah di beberapa kota besar di Indonesia. Dalam hal ini, simbol-simbol Islam digunakan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat urban.¹⁷ Selain itu, pebisnis, birokrat, dan politisi, juga berperan dalam memasarkan label halal menjadi komoditas di pasar keagamaan global.¹⁸

Terdapat tulisan yang menjelaskan faktor kemunculan kelas menengah Muslim sebagai identitas kolektif baru yang dilihat sebagai akibat dari kapitalisme global.¹⁹ Sebaliknya, beberapa peneliti berpendapat bahwa kelas menengah Muslim urban bukanlah akibat dari kapitalisme global, melainkan merupakan agen yang secara aktif memilih produk di pasar keagamaan.²⁰ Melalui pemenuhan gaya hidup, mereka

¹⁴ Dadang Darmawan, "Marketing the Miracles: Studies on the Commodification of the Quran, Prayer, and Sadaqa," *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 7, No. 1 (2023): 27–40, <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v7i1.25232>.

¹⁵ Mohammad Fattahun Ni'am, "Menakar Kembali Otoritas Ulama: Antara Kesalehan dan Komodifikasi Agama," *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 8, No. 2 (2023): 135–60, <https://doi.org/10.14421/jkii.v8i2.1349>.

¹⁶ Adrie Arief Wibisono dan Nawiroh Vera, "Komodifikasi Agama dalam Program Religi Siraman Qalbu di MNC TV," *ProTVF* 6, no. 2 (2022): 256–75, <https://doi.org/10.24198/ptvf.v6i2.36553>.

¹⁷ Yelly Elanda, "Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah di Surabaya," *Jurnal Al-Hikmah* 17, No. 2 (2019): 37–54, <https://Doi.Org/10.35719/Alhikmah.V17i1.3>.

¹⁸ Johan Fischer, *The Halal Frontier: Muslim Consumers in A Globalized Market* (Palgrave Macmillan US, 2011), <https://Doi.Org/10.1007/978-1-137-08286-2>.

¹⁹ Asmaul Husna, "Komodifikasi Agama: Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim," *Jurnal Komunikasi Global* 7, No. 2 (2019): 227–39, <https://Doi.Org/10.24815/Jkg.V7i2.12050>.

²⁰ Hasan, "The Making of Public Islam," 242.

mempraktikkan *passive piety*.²¹ Konsep ini dikembangkan oleh Inaya Rakhmani sebagai perkembangan dari kerangka teoritis Asef Bayat. Kelas menengah menegaskan identitas keislaman mereka melalui konsumsi komoditas simbolis dan gaya hidup modern, menunjukkan individu saleh sekaligus makmur.²²

Kemunculan kelas menengah ini untuk mencari ekspresi keagamaan yang lebih variatif di tengah ketidakstabilan identitas keagamaan akibat modernisasi dan globalisasi.²³ Ekspresi keagamaan kelas menengah Muslim ditunjukkan melalui pemilihan hunian berbasis syariah,²⁴ mengikuti program umrah bersama selebriti keagamaan,²⁵ atau mengikuti kelas pelatihan eksklusif.²⁶ Selain itu, konsumerisme ditunjukkan dengan membeli *merchandise* gerakan dakwah tertentu²⁷ ataupun produk kecantikan.²⁸ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komodifikasi agama bisa terjadi karena kepentingan kapitalis maupun karena permintaan kelas menengah Muslim.

Melihat hal ini, terjadi perdebatan etika filosofis komodifikasi agama menurut para sarjanawan baik secara negatif dan positif.²⁹ Peneliti yang melihat komodifikasi agama sebagai dampak kapitalisme, memiliki pandangan yang kritis. Fenomena

²¹ Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia* (Palgrave Macmillan US, 2016), 11, <https://doi.org/10.1057/978-1-137-54880-1>.

²² Muh Rizki Zailani dan Roma Ulinuha, "Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial," *Jurnal Riset Agama* 3, No. 1 (2023): 248–65, <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.

²³ Fealy dan White, ed., *Expressing Islam*, 4.

²⁴ Nisa, "Perumahan Muslim Sebagai Bentuk Religiusitas Baru."

²⁵ Dony Arung Triantoro dkk., "Upper Middle-Class Muslims and Market-Oriented Umroh Program Dissemination on Social Media," *Idarotuna* 5, No. 1 (2023): 15, <https://Doi.Org/10.24014/Idarotuna.V5i1.22298>.

²⁶ Uus Uswatusolihah dkk., "Packaging Religion Through Training: Da'wah Commodification Among Middle-Class Muslim Women in Indonesia," *Jurnal Ilmu Dakwah* 45, No. 1 (2025).

²⁷ Hofizal Wadi dan Roy Bagaskara, "Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta," *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 4 Juli 2022, 51, <https://Doi.Org/10.31332/Ai.V0i0.3843>.

²⁸ Yanwar Pribadi dan Muhammad Adlin Sila, "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halāl Lifestyle in Urban Indonesia," *Ulumuna* 27, No. 1 (2023): 33–64, <https://Doi.Org/10.20414/Ujis.V27i1.588>.

²⁹ Mohd Arifullah dkk., "Mapping the Commodification of Religion in Philosophical-Ethical Discourse," *INNOVATIO: Journal for Religious Innovations Studies* 23, No. 2 (2023): 98–116, <https://doi.org/10.30631/innovatio.v23i2.178>.

komodifikasi agama dipahami sebagai bentuk sekularisasi yang dapat merusak spiritualitas. Sebaliknya, pandangan positif komodifikasi agama tidak secara otomatis mendangkalkan spiritualitas, melainkan agar agama selaras dengan perkembangan zaman di era modern saat ini.³⁰

Dalam studi kasus komodifikasi agama di Majelis ST, peneliti cenderung pada pendapat kedua bahwa komodifikasi agama tidak secara otomatis mengencerkan spiritualitas keagamaan. Kasus yang diangkat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kelas menengah Muslim merupakan aktor utama yang menggerakkan proses komodifikasi agama. Berbeda dengan penelitian terdahulu lebih fokus menganalisis kelas menengah Muslim di perkotaan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai peran kelas menengah di wilayah rural sebagai aktor dalam proses komodifikasi agama.

Terkait dengan penelitian tentang Gus Iqdam, sebagian besar masih didominasi topik komunikasi dakwah. Strategi komunikasi Gus Iqdam dinilai santai, tidak menggurui, mengandung humor, yang dinilai mampu meningkatkan religiositas jemaah³¹ sekaligus menghapus sekat sosial.³² Penggunaan istilah dan humor lokal di Majelis ST tersebut dianggap berhasil merangkul kalangan marginal.³³ Melalui

³⁰ Amin Al Jawi dkk., “Komodifikasi Agama dalam Bisnis Social Crowdfunding di Indonesia,” *FIKRAH* 11, No. 1 (2023): 111, <https://doi.org/10.21043/fikrah.v11i1.19211>.

³¹ Muhammad Ilham Ahsanul Kholid, “Inclusiveness of Gus Iqdam’s Recitation in Embracing Inter-Religious People,” *Islamic Thought Review* 1, No. 2 (2023): 179, <https://doi.org/10.30983/itr.v1i2.7654>; Bagus Ahmad Faozan, “Retorika Dakwah dan Komunikasi Persuasif Gus Iqdam dalam Channel Youtube Gus Iqdam” (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2024); Zulfatun Ni’mah, *Promotion of Women’s Rights in Gus Muhammad Iqdam’s Lecture Content at the Sabilu Taubah Islamic Forum on Social Media*, 17, No. 2 (2024).

³² Muhamad Taufiq Arridho dan Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam, “Strategi Komunikasi Persuasif Gus Muhammad Iqdam dalam Membangun Budaya Islam di Majelis Taklim Sabilu Taubah Blitar,” *Masjiduna: Jurnal Ilmiah STIDKI Ar-Rahmah* 7, No. 2 (Desember 2024), <https://doi.org/10.52833/masjiduna.v7i2.177>.

³³ Mohammad Rofiqi dkk., “Ragam Bahasa Dakwah Gus Iqdam Pada Majelis Sabilu Taubah (Analisis Sosiolinguistik),” *LINCA: Jurnal Kajian Bahasa* 2, No. 1 (Juli 2024): 156–68.

ceramah interaktif dan penggunaan teknologi digital³⁴, nilai-nilai Islam disampaikan secara inklusif untuk memperkuat identitas keagamaan.³⁵

Terdapat penelitian mengenai garangan sebagai identitas hibrida baru³⁶ serta penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi lokal di Majelis ST.³⁷ Namun keduanya tidak menyinggung topik komodifikasi agama. Penelitian Gus Iqdam yang menyinggung komodifikasi agama terdapat dalam tesis yang membahas karisma dan gaya hidup Gus Iqdam,³⁸ serta artikel komodifikasi agama dalam budaya kontemporer melalui penggunaan musik DJ.³⁹ Namun kedua penelitian tersebut belum menganalisis proses komodifikasi agama secara menyeluruh.

Topik keberkahan juga dikaitkan dengan ekonomi bisnis, misalnya bagaimana bisnis disesuaikan dengan etika Islam agar menjadi bisnis yang bermoral dan berkelanjutan.⁴⁰ Keberkahan dan ekonomi Islam menawarkan keseimbangan sosial yang berbeda dengan kapitalisme.⁴¹ Dalam kasus dakwah di Majelis ST, proses komodifikasi agama terdorong oleh bahasa bersama yaitu pencarian *barakah*.

³⁴ Muhammad Ariby Zahron, *Continuous Preaching: Dinamika Sosiokultural Cyberdakwah dan Pengaruh Eksklusif Gaya Dakwah Fenomenal Ala Gus Iqdam*, (Mei 2024).

³⁵ Mohammad Rofiq, "Pendekatan Komunikasi Massa dalam Dakwah Gus Iqdam di Majelis Taklim Sabilu Taubah Blitar," *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 03, No. 02 (September 2023), <https://doi.org/10.33754/jadid.v3i02.709>; Arini Dina Yasmin, "Dakwah Kontekstual Sebagai Wujud Pribumisasi Islam Pada Masyarakat Multikultural (Studi Majelis Taklim Sabilu Taubah Gus Iqdam di Blitar)" (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2025).

³⁶ Saiful Mustofa dkk., "Beyond Abangan-Santri: Majelis Sabilu Taubah and New Hybrid Identities," *Dialogia* 23, No. 02 (2025): 122–42, <https://doi.org/10.21154/dialogia.v23i02.11932>.

³⁷ Helmalia Oktaviana dkk., "Analisis Manajemen Pengajian Gus Iqdam dan Dampaknya terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Karanggayam," *Hamfara: Journal of Islamic Economic Studies* 1 No. 4 (Desember 2025): 380–93.

³⁸ Asykhari Gustama Abay, "Karisma dan Lifestyle Gus Iqdam" (UIN Sunan Kalijaga, 2025).

³⁹ Muhammad Hanif Abdillah Widodo dkk., "Komodifikasi Agama dalam Budaya Islam Kontemporer: (Analisis Kritis terhadap Majelis Sabilu Taubah dalam Perspektif Theodore Adorno)," *Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya* 10, No. 2 (2025): 283–99, <https://doi.org/10.32492/sumbula.v10i2.10206>.

⁴⁰ Pradipta Aditya dan Sri Herianingrum, "Makna Keberkahan Rezeki Bagi Pengusaha Laundry Muslim (Studi Kasus di Lavender Laundry di Gubeng Kertajaya Surabaya)," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, no. 2 (2015): 179–95, <https://doi.org/10.20473/vol2iss2015pp179-195>; Sindy Veronika, "Pandangan Islam Terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika dan Keberkahan," *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2024): 15–32, <https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4382>.

⁴¹ Syafrudin Hanafi Siregar dkk., "Membangun Sistem Ekonomi Berbasis Keberkahan: Inspirasi QS Al-A'raaf Ayat 85 dan 157," *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, No. 1 (Juni 2025), <https://doi.org/10.30596/aghniya.v7i1.23092>.

Berdasarkan penjabaran penelitian terdahulu dengan tema dakwah Gus Iqdam, masih sedikit analisis mengenai komodifikasi agama di Majelis ST.

Selain itu, peneliti menawarkan fokus komodifikasi agama yang terjadi di wilayah rural. Berdasarkan penelitian terdahulu, tema komodifikasi agama terlalu berfokus pada masyarakat urban dan mengabaikan keunikan wilayah rural. Jika di wilayah urban komodifikasi agama didorong oleh kepentingan kapitalis serta penekanan gaya hidup individualis oleh kelas menengah Muslim. Dengan demikian, komodifikasi agama di wilayah rural dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST, lahir secara organik dari agensi masyarakat yang tetap memegang teguh ikatan komunal.

E. Kerangka Teori

Topik mengenai komodifikasi agama telah banyak dikemukakan oleh peneliti sebelumnya, namun tidak muncul sebagai teori tunggal, melainkan kombinasi dari teori sekularisasi, industri budaya, dan ekonomi politik. Pandangan Mazhab Frankfurt dan Marxisme melakukan kritik terhadap logika pasar kapitalis yang merambah ke segala bidang termasuk spiritualitas. Oleh sebab itu, komodifikasi agama dipahami sebagai produk kapitalisme yang dapat menciptakan kebutuhan palsu (*false need*) dan melemahkan agensi masyarakat.⁴²

Pattana Kitiarsa dan Greg Fealy menantang pandangan tersebut, bahwa komodifikasi justru memberi ruang bagi masyarakat untuk mempraktikkan pilihan pribadi. Kitiarsa menekankan pentingnya memahami konteks budaya lokal dalam menganalisis fenomena komodifikasi agama. Sehingga masyarakat adalah agen aktif yang secara sadar memilih, mengadaptasi, dan memberikan makna baru pada produk atau pesan keagamaan yang ditawarkan di pasar spiritual agar sesuai dengan konteks

⁴² Pattana Kitiarsa, ed., *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods* (Routledge, 2008), 1.

dan kebutuhan lokal mereka. Alhasil, penulis menggunakan kerangka tersebut untuk menganalisis komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST.

Kitiarsa menantang teori sekularisasi dengan berargumen bahwa semakin modern suatu zaman, agama tidak kehilangan tempatnya di kehidupan masyarakat.⁴³ Justru fenomena komodifikasi agama menunjukkan bagaimana agama merespons gelombang modernitas secara adaptif melalui pasar agar tetap relevan di tengah masyarakat. Pandangan tersebut membuat komodifikasi agama tidak serta merta dianggap mendangkalkan spiritualitas keagamaan.

Menurut Kitiarsa, komodifikasi agama dapat didefinisikan sebagai tindakan mengubah atau memperlakukan agama, simbol-simbol, serta praktiknya, sebagai komoditas pasar atau barang dagangan. Hal ini melibatkan proses mengomodifikasikan yang sakral (*commodifying the sacred*).⁴⁴ Ia juga menekankan bahwa komodifikasi sering melibatkan hal-hal non-komersial yang diproduksi ulang, serta dikonsumsi melalui mekanisme pasar spiritual (*spiritual marketplace*).⁴⁵

Dalam penelitiannya di Asia, Kitiarsa melihat komodifikasi agama bukan sekadar fenomena komersial biasa, melainkan sebuah konstruksi sejarah dan budaya yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mendalam tentang kerangka budaya setempat untuk mengungkap makna simbolis dan sosio-ekonomi. Makna religius justru diproduksi secara massal sebagai komoditas untuk menjaga agar agama tetap menonjol dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Asia.

Contoh kasus komodifikasi agama dalam konteks lokal dijelaskan oleh Lukens-bull, yang mengilustrasikan religifikasi dan ideologisasi komoditas melalui penggunaan stiker bumper Islami yang memungkinkan pemuda Indonesia

⁴³ *Ibid*, 4.

⁴⁴ *Ibid*, 1.

⁴⁵ *Ibid*, 6.

menyiarkan identitas Muslim secara praktik di tengah arus budaya populer global.⁴⁶ Selain itu, DeBernardi mengungkap komodifikasi berkat di Gunung Wudang dan Penang melalui hak membakar dupa pertama, sebuah turnamen yang bernilai ribuan dolar berfungsi mengonversi modal finansial menjadi prestise sosial sekaligus legitimasi moral di mata publik.⁴⁷

Terdapat kesamaan antara kasus tersebut dengan kasus komodifikasi agama di Majelis ST. Terutama untuk menjelaskan bagaimana barang profan seperti produk-produk Gus Iqdam Series serta Sound Horeg menjadi *Sound Khidmah* yang diberi makna *barakah*. Nilai sakral juga dimasukkan dalam produk garam Segitiga G sebagai sponsor kajian. Melalui narasi *barakah*, barang-barang komoditas memiliki nilai tinggi di pasar spiritual. Kasus ini sesuai dengan konsep religifikasi yang dijelaskan Lukens-Bull dalam Kitiarsa.

Berkenaan dengan hal tersebut, karya Greg Fealy menawarkan perspektif komodifikasi agama yang lebih spesifik tentang keragaman ekspresi Islam di Indonesia, baik secara spiritual, ekonomi, politik, maupun budaya.⁴⁸ Ia membedah komodifikasi Islam sebagai proses komersialisasi yang mengubah iman dan simbol suci menjadi komoditas pasar demi keuntungan. Jika Kitiarsa menekankan pengaruh kekuatan pasar global terhadap religi di Asia secara luas, Fealy menggunakan pendekatan “Islam sehari-hari” untuk menyoroti keberagaman ekspresi masyarakat Muslim. Fealy juga mengangkat topik kemunculan kelas menengah Muslim urban yang mengalami destabilisasi identitas keagamaan dengan mencari sumber panduan

⁴⁶ Ronald Lukens-Bull, “Commodification of Religion and the ‘Religification’ of Commodities: Youth Culture and Religious Identity,” ed. Kitiarsa, *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods* (Routledge, 2008).

⁴⁷ Jean DeBernardi, “Commodifying Blessings Celebrating the Double-yang Festival in Penang, Malaysia and Wudang Mountain, China,” ed. Kitiarsa, *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods* (Routledge, 2008).

⁴⁸ Fealy dan White, *Expressing Islam*, 2.

moral baru yang berbeda daripada generasi orang tua mereka. Proses komodifikasi membentuk Islam individual melalui pencarian produk spiritual di pasar keagamaan sesuai kebutuhan pribadi.

Melalui kerangka *aspirational pietism* (kesalehan aspiratif), Fealy melihat kelas menengah Muslim urban sebagai aktor utama dalam sirkulasi ekonomi dan budaya komodifikasi Islam di Indonesia. Bagi orang kaya baru (*nouveau riche*), membeli barang simbolis atau mengikuti pelatihan spiritual adalah cara untuk menunjukkan kesalehan sekaligus menegaskan status sosial. Sebagaimana konsumsi pakaian rancangan desainer ternama (seperti Itang Yunasz) dengan harga yang mencapai \$1.000 per potong atau penggunaan material mahal seperti sutra bertabur permata.⁴⁹ Contoh bentuk kesalehan aspiratif lain yaitu pelatihan pengembangan diri berbasis spiritual, wisata religi, dan umrah mewah.⁵⁰

Meski fokus pada masyarakat urban, kerangka tersebut relevan untuk membaca perilaku jemaah kelas menengah Muslim yang tampil secara performatif dalam panggung dakwah Gus Iqdam melalui praktik filantropi yang terkomodifikasi. Filantropi semakin meningkat hingga menciptakan sirkulasi di Majelis ST. Jika kelas menengah urban bersedekah melalui konsep “matematika sedekah” yang dipromosikan oleh Ustaz Yusuf Mansur.⁵¹ Namun dalam konteks Majelis ST, kelas menengah menjadi agen aktif yang bebas menentukan kepada siapa mereka bersedekah.

Kesalehan aspiratif tersebut mencerminkan perilaku *consuming self* (diri yang mengonsumsi), di mana masyarakat menjadi agen aktif dalam memilih produk di pasar spiritual untuk membangun identitas Muslim yang modern, saleh, sekaligus

⁴⁹ *Ibid*, 23.

⁵⁰ *Ibid*, 21-24.

⁵¹ *Ibid*, 26.

makmur. Dengan demikian, kerangka pemikiran tersebut sangat membantu dalam memahami perilaku kelas menengah Muslim dalam konteks penelitian ini. Meski Fealy mengakui kritik pendangkalan spiritual karena pesan keagamaan harus mudah dicerna, ia menyatakan adanya dampak positif berupa meningkatnya aktivitas filantropi dan sosial. Dengan demikian, komodifikasi agama di Majelis ST tidak serta merta dimaknai secara pejoratif.

Penerapan teori Kitiarsa dan Fealy menggeser sudut pandang pejoratif komodifikasi menjadi strategi adaptasi sosiokultural yang fungsional bagi masyarakat rural dalam merespons modernitas. Melalui proses religifikasi komoditas, barang-barang profan seperti sarung *Gus Iqdam Series* atau IDM Bakery diberi nilai sakral melalui narasi keberkahan. Sementara itu konsep kesalehan aspiratif membedah agensi kelas menengah rural yang secara aktif menggunakan panggung dakwah sebagai instrumen mobilitas sosial. Praktik filantropi performatif di atas panggung bertransformasi menjadi komoditas spiritual yang memberikan reputasi sosial sekaligus dukungan infrastruktur dakwah.

Sebagai penegasan teoretis, kategori kelas menengah Muslim rural dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kelompok masyarakat pedesaan yang mengalami mobilitas ekonomi vertikal melalui sektor wiraswasta lokal, namun secara sosiokultural tetap memelihara habitus komunal. Berbeda dari kelas menengah urban yang digambarkan individualis serta mengandalkan panduan keagamaan instan lewat media digital,⁵² kelompok rural ini justru menyandarkan kepatuhan moral kepada otoritas keagamaan tradisional. Konsekuensinya, kesalehan aspiratif mereka tidak hanya diwujudkan melalui konsumsi gaya hidup privat, melainkan dikonstruksi

⁵² Nadirsyah Hosen, "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling a Kiai," dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, ed. oleh Greg Fealy dan Sally White (ISEAS Publishing, 2008).

secara performatif melalui filantropi keberkahan untuk menopang dakwah komunal sekaligus memutar roda ekonomi masyarakat akar rumput di pedesaan.

Penelitian Rudnyckyj memperluas cakupan peran kelas menengah dalam pemanfaatan simbol Islam ke dalam ranah manajemen korporasi melalui konsep *spiritual economies*.⁵³ Rudnyckyj berargumen bahwa komodifikasi agama termanifestasi dalam rekonfigurasi kerja sebagai bentuk ibadah (*work as worship*). Argumen utamanya menekankan pada bagaimana spiritualitas dikelola sebagai komoditas untuk membentuk individu yang produktif dan disiplin agar sejalan dengan nalar ekonomi neoliberal di tengah arus globalisasi. Konsep tersebut membahas kasus para manajer perusahaan yang menggunakan nilai Islam sebagai solusi teknis untuk mendisiplinkan karyawan, menghilangkan korupsi, dan meningkatkan produktivitas.⁵⁴

Merujuk pada perspektif Rudnyckyj, Gus Iqdam dalam penelitian ini memerankan figur layaknya seorang “manajer korporasi” yang mampu mengartikulasikan konsep keberkahan untuk meningkatkan etos kerja. Logika barakah membentuk individu proaktif dan produktif, misalnya kelas menengah didorong untuk menyalurkan sedekah beriringan dengan ekspansi usaha. Adapun masyarakat lokal diberdayakan menjadi ekonomi produktif dengan memanfaatkan keramaian majelis. Sebagai otoritas karismatik, Gus Iqdam tidak hanya sekadar memimpin, tetapi juga meregulasi moralitas ekonomi dengan mencegah pengambilan keuntungan berlebih demi kenyamanan bersama. Hal tersebut selaras dengan apa yang disebut Rudnyckyj sebagai *built-in-control*.⁵⁵ Narasi “kerja keras

⁵³ Daromir Rudnyckyj, *Spiritual Economies: Islam, Globalization, and the Afterlife of Development* (Cornell University Press, 2010).

⁵⁴ *Ibid*, 141.

⁵⁵ *Ibid*, 149.

sebagai ibadah” sangat relevan untuk menganalisis bagaimana warga lokal berdagang untuk mencari keberkahan spiritual dan material.

Karya Mona Atia memberikan pemahaman yang lebih masif terkait rekonfigurasi kerja sebagai ibadah dengan memaparkan kasus filantropi di area sub urban Mesir untuk meraih keberkahan.⁵⁶ Atia menggunakan konsep *pious neoliberalism* untuk menjelaskan bagaimana praktik filantropi mengubah kesalehan menjadi komoditas guna melegitimasi akumulasi kekayaan dan mobilitas kelas sosial. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa ekonomi dan ketakwaan bukanlah hal yang terpisah, melainkan saling berkelindan.

Logika keberkahan dalam karya Atia menjadi fondasi penting untuk menyatukan dunia materi dengan dunia spiritual. Banyak warga Mesir yang termotivasi melakukan sedekah karena alasan agama, seperti untuk mendapatkan pahala dan *barakah* dari Tuhan.⁵⁷ Logika ini mengasumsikan adanya timbal balik ketika melakukan kebaikan. Bagi para pelakunya, filantropi dipandang sebagai bisnis dengan Tuhan atau investasi, sekaligus mencapai kemakmuran di dunia.⁵⁸ Logika keberkahan ini juga memungkinkan para tokoh agama untuk mengaitkan kekayaan materiil dengan religiositas, mencakup kesuksesan, kebahagiaan, dan kemakmuran ekonomi.

Integrasi teori Atia dan Rudnyckj membedah Majelis ST sebagai ekosistem ekonomi religius yang digerakkan oleh logika keberkahan sebagai bahasa bersama (*shared language*) yang menjembatani rasionalitas ekonomi pengusaha dengan harapan eksistensial masyarakat akar rumput. Melalui kerangka *pious neoliberalism*, sedekah kelas menengah dianalisis sebagai investasi transendental atau bisnis dengan

⁵⁶ Mona Atia, *Building A House in Heaven Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt* (University of Minnesota Press, 2013).

⁵⁷ *Ibid*, 69.

⁵⁸ *Ibid*, 105.

Tuhan. Secara aplikatif, konsep *work as worship* menjelaskan transformasi desa agraris menjadi pusat ekonomi kreatif melalui etos kerja berbasis *khidmah*. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana narasi keberkahan menciptakan ekosistem yang menarik jemaah secara emosional dan fisik, sehingga praktik komodifikasi agama di dalamnya tidak lagi dipandang sebagai transaksi ekonomi murni.

Keberkahan yang dijelaskan oleh Edmonds menambah wawasan dalam penelitian ini. Edmonds menawarkan perspektif keberkahan dipahami layaknya “bau” (*smell*) yang menyebar dan tidak terlihat, namun nyata adanya. Keberkahan dianggap mampu menyatukan berbagai aktor dari latar belakang sosial-ekonomi yang berbeda dalam satu panggung dakwah.⁵⁹ Meskipun Edmonds menekankan *barakah* sebagai sebuah hadiah murni, fenomena ini menunjukkan perbedaan bahwa *barakah* dipahami dengan asumsi adanya timbal balik. Meski demikian, kedua teori sama-sama memberikan analisis yang mendalam tentang bagaimana keberkahan menjadi penggerak utama yang menjustifikasi sirkulasi ekonomi religius di Majelis ST.

Penulis menggunakan pendapat kerangka religifikasi dalam sumber Kitiarsa, kesalehan aspiratif dalam sumber Fealy, kerangka ekonomi spiritual oleh Rudnyckyj, dan logika keberkahan oleh Atia dan Edmonds, untuk menganalisis sirkulasi komodifikasi agama di wilayah rural. Kesalehan aspiratif digunakan untuk memahami perilaku kelas menengah Muslim rural dalam praktik filantropi. Kemudian Gus Iqdam berperan layaknya seorang manajer dengan melakukan penjagaan moral agar tidak mencari keuntungan semata. Secara bersamaan menekankan kepada jemaah untuk menata niat bekerja sebagai ibadah yang akan menghasilkan keberkahan. Sementara logika keberkahan menjadi alasan jemaah di

⁵⁹ Edmonds, “Smelling Baraka.”

wilayah rural untuk patuh terhadap otoritas tradisional. Oleh karena itu, kasus komodifikasi agama di wilayah rural dalam penelitian ini bukanlah produk dari kapitalisme global ataupun rekayasa otoritas keagamaan, melainkan lahir secara organik dari perpaduan agensi masyarakat lokal.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu November 2025 hingga Mei 2026 dengan pendekatan kualitatif yang memadukan antara etnografi dan netnografi. Pendekatan ini digunakan untuk menyelaraskan temuan di lokasi fisik dengan histori siaran langsung di *platform* digital YouTube. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada beberapa tokoh. Peneliti mewawancarai tiga orang dari kelompok kelas menengah, sembilan orang mewakili kelompok masyarakat akar rumput dan pelaku ekonomi lokal, serta dua orang dari tim ST.

Penelitian etnografi dalam bentuk observasi non-partisipan dengan cara mengeksplorasi secara langsung pada saat kajian berlangsung di Majelis ST. Peneliti mendatangi Markas secara bertahap terutama pada saat kajian berlangsung yaitu di antara hari Senin dan Kamis. Kemudian, netnografi dilakukan dengan cara analisis dokumen digital, terutama untuk menelusuri histori data siaran langsung dari *platform* YouTube. Hal ini dilakukan untuk menyelaraskan temuan di lokasi serta menangkap perbedaan tampilan performatif antara siaran langsung dengan situasi lapangan.

Pada mulanya, peneliti berencana untuk terlibat secara langsung dalam pelaksanaan setiap agenda di Majelis ST. Oleh karena itu, peneliti menemui Pak Ta'in sebagai narahubung Gus Iqdam yang bertugas di Ndalem. Ketika menyampaikan tujuan kedatangan sebagai tugas penelitian, ternyata saya mendapat penolakan terutama untuk terlibat langsung menjadi bagian dari tim ST. Pak Ta'in

menyampaikan bahwa Gus Iqdam menekankan tujuan jemaah untuk mengaji ketika mendatangi Majelis ST, alih-alih melakukan penelitian. Sebagaimana disampaikan oleh Pak Ta'in, tim yang telah terbentuk merupakan tim yang telah berkhidmah (melayani majelis) dalam jangka waktu lama. Oleh karenanya, anggota tim telah saling mengenal dan kesulitan untuk memberikan tugas atau peran kepada pendatang baru.

Namun Pak Ta'in menawarkan bantuan dengan cara memberikan akses masuk menuju Ndalem dan mengikuti kajian seperti biasa. Berkat hal tersebut, peneliti dapat mengakses Ndalem serta mengamati karakteristik kelas menengah Muslim yang menjadi tamu Gus Iqdam. Pada kesempatan ini, peneliti melakukan wawancara dengan Al dan ibunya untuk memahami bagaimana karakteristik kelompok kelas menengah Muslim. Kemudian berkesempatan wawancara dengan figur AM asal Jawa Tengah yang mengikuti program umrah VIP bersama Gus Iqdam. Pemilihan Al sebagai narasumber karena Al sendiri merupakan teman lama dari peneliti sehingga memudahkan dalam pengambilan data. Selain itu, ia secara rutin menghadiri kajian dakwah Gus Iqdam sejak tahun 2021, sehingga mampu menjelaskan ekosistem majelis secara komprehensif. Wawancara dengan kedua narasumber dilakukan dengan teknik tanya jawab. Data yang dikumpulkan dari kedua narasumber ini dianggap cukup untuk memahami peran kelas menengah Muslim di ekosistem Majelis ST. Sementara data tambahan untuk memahami kelas menengah Muslim lainnya, dikumpulkan melalui histori siaran langsung pada *platform* YouTube.

Peneliti juga berkesempatan menjadi tamu VIP dalam agenda Isra' Mikraj pada 12 Januari 2026. Peneliti termasuk sebagai salah satu tamu yang menempati tempat duduk VIP khusus perempuan di sisi panggung utama. Ketika peneliti berada di

posisi ini, tampak bagaimana hierarki kelas terasa nyata dibandingkan dengan tampilan yang ditayangkan dalam siaran langsung di *platform* YouTube.

Selain mengakses Ndalem, peneliti juga mengikuti kajian di area Sor Sengon. Peneliti melakukan wawancara dengan teknik tanya jawab kepada jemaah masyarakat akar rumput dan UMKM sekitar majelis. Jemaah yang berhasil diwawancara adalah Bu Mamik dan Bu Mini. Data yang diperoleh dari kedua jemaah tersebut dianggap telah mewakili karakteristik jemaah masyarakat akar rumput. Sementara itu, tambahan data dilakukan dengan mengamati siaran langsung di Youtube, seperti pada figur Bu Hanik, Hari, dan Bu Astutik.

Untuk memahami ekonomi kreatif oleh warga lokal di sekitar majelis, peneliti melakukan wawancara dengan Bu Santi dan Bu Hafidhoh sebagai pedagang makanan yang berada di dua lokasi berbeda. Bu Santi merupakan pedagang makanan di titik strategis area Sor Sengon dengan tenda semi-permanen. Sementara itu, Bu Hafidhoh merupakan tetangga tepat di sisi utara kediaman Gus Iqdam yang mengelola warung Bakso Hadroh. Ia juga mengelola minimarket serta penginapan. Peneliti juga melakukan wawancara dengan Bu Awik pedagang bando dekoratif, serta Pak Aji sebagai pengelola lahan parkir berjarak 100 m dari lokasi Markas. Selain itu, peneliti berkesempatan wawancara dengan Ika sebagai tim pemasaran garam Segitiga G di area Sor Sengon. Pengambilan sampel tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan area strategis yang dilewati para jemaah dan dilakukan secara acak untuk memperkaya data lapangan. Wawancara dilakukan dengan teknik tanya jawab terkait peran dan pekerjaan mereka dalam lingkungan Majelis ST.

Untuk memahami dinamika tim yang berkhidmah untuk Majelis, peneliti melakukan wawancara dengan Pak Ta'in yang mewakili tim internal Ndalem serta Daris sebagai perwakilan dari tim media. Wawancara dengan keduanya diperlukan

untuk memahami bagaimana pengaturan dakwah, seperti mekanisme penerimaan tamu, pengaturan tampilan siaran langsung, serta mekanisme sponsor. Penelitian juga membutuhkan studi literatur baik berupa buku, artikel, ataupun tesis yang memiliki tema serupa dan relevan untuk mendukung data penelitian. Seluruh data yang sudah terkumpul dianalisis secara mendalam untuk menjawab rumusan masalah dan menghasilkan kesimpulan penelitian.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini akan dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari:

Bab I sebagai pendahuluan. Memberikan penjelasan secara umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka terdahulu dan kontribusi penelitian, kerangka teoritis, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II memaparkan konten kajian dan karakteristik jemaah dalam dakwah Gus Iqdam. Meski pembahasan dalam bab ini tidak menjawab rumusan masalah tertentu, tetapi dibutuhkan sebagai landasan untuk memahami proses komodifikasi agama yang dianalisis dalam bab selanjutnya. Pembahasan diawali dengan mendeskripsikan dinamika ruang di Majelis ST, *khidmah* tim di balik layar, diferensiasi konten kajian, serta heterogenitas audiens dakwah Gus Iqdam.

Bab III memaparkan bentuk-bentuk komodifikasi agama dalam Majelis ST ke dalam empat subbab. Yaitu ekonomi filantropi sebagai ekspresi kesalehan kelas menengah, *brands of faith* yang mencakup lini bisnis Gus Iqdam, ekonomi kreatif warga lokal, serta pemanfaatan medium digital sebagai sponsor merek dan iklan.

Bab IV menganalisis peran jemaah dan sirkulasi komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST melalui logika keberkahan. Peran jemaah

dijelaskan melalui pemaknaan *barakah* bagi kelas menengah Muslim dan masyarakat akar rumput. Bab ini juga menyinggung ambivalensi modal kapital serta kontestasi politik.

Bab V sebagai penutup terdiri dari kesimpulan seluruh penjelesan pada bab sebelumnya sebagai jawaban dari rumusan masalah penelitian. Pada bab ini juga terdapat saran untuk penelitian yang akan datang.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Fenomena komodifikasi agama di wilayah rural merupakan perluasan kajian mengenai komodifikasi agama yang sering kali fokus pada wilayah urban. Studi kasus diambil dari dakwah Gus Iqdam di Majelis Sabilu Taubah (ST), tepatnya di Desa Karanggayam, Kabupaten Blitar. Kondisi desa yang pada awalnya yang relatif sunyi, kemudian bertransformasi menjadi pusat keramaian. Jemaah mencapai ribuan orang dari berbagai daerah kemudian mendorong kemunculan ekonomi kreatif oleh warga lokal. Gus Iqdam sebagai otoritas karismatik dianggap mampu memenuhi kebutuhan konten keagamaan di wilayah rural. Terutama melalui ceramahnya yang inklusif, berhasil merangkul berbagai kalangan, mulai dari garangan, masyarakat akar rumput, serta kelas menengah Muslim.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST merupakan sebuah mekanisme adaptif yang lahir secara organik dari perpaduan agensi masyarakat. Hal ini berbeda dengan temuan komodifikasi agama di wilayah urban yang didorong oleh kepentingan kapitalisme atau permintaan kelas menengah urban yang dicirikan dengan konsumerisme. Bentuk komodifikasi agama yang dijelaskan dalam penelitian ini terwujud dalam empat hal, yaitu praktik filantropi oleh kelas menengah Muslim, pengembangan lini bisnis Gus Iqdam, pemanfaatan media digital untuk sponsor merek dan monetisasi, serta ekonomi kreatif oleh warga lokal.

Temuan signifikan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa jemaah rural sebagai agen aktif yang mendorong terjadinya proses komodifikasi agama. Bagi kelas menengah yang mencari tempat untuk menyalurkan kekayaan, memilih untuk

menyalurkan filantropi kepada majelis ataupun jemaah umum. Pemilihan Gus Iqdam daripada lembaga amal negara sebagai medium penyaluran harta, membuktikan bagaimana kelas menengah sebagai subjek yang aktif. Kepercayaan kepada otoritas keagamaan tradisional juga menunjukkan bagaimana kelas menengah Muslim rural mempertahankan tradisi lokal daripada modernitas global. Bagi masyarakat akar rumput seperti warga lokal, mereka memanfaatkan keramaian majelis dengan melakukan berbagai jenis usaha di area sekitarnya. Mulai dari lahan parkir, toilet umum, penginapan, dan mayoritas merupakan pedagang makanan. Hal ini turut membuktikan bagaimana warga sekitar menjadi agen aktif dalam proses komodifikasi.

Gus Iqdam sebagai otoritas keagamaan juga memperluas jangkauan dakwah dengan pemanfaatan media digital. Popularitas tersebut kemudian digunakan untuk membangun merek iman dan berkolaborasi dengan kelas menengah. Merek tersebut contohnya adalah Gus Iqdam Series, IDM Bakery, IDM Oil, dan lainnya. Dengan bantuan tim di balik layar, dakwah Gus Iqdam berhasil menjangkau berbagai lapisan masyarakat baik secara *online* maupun *offline*. Filantropi dari berbagai pihak khususnya kelas menengah, membuat fasilitas dakwah berkembang sehingga nyaman bagi seluruh jemaah.

Penyatuan jemaah dari berbagai kalangan didorong oleh motivasi yang sama, yakni pencarian *barakah*. Oleh karena itu, *barakah* dalam kasus ini berfungsi sebagai bahasa bersama. *Barakah* dimaknai sebagai investasi transendental yang dianggap membawa kelancaran rezeki, kedamaian hati, serta kesempatan untuk berjejaring oleh kelas menengah Muslim. Sementara bagi masyarakat akar rumput, *barakah* dikonfigurasi sebagai etos kerja untuk bertahan hidup serta mencari ketenangan batin.

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik dalam ekosistem Majelis ST, di mana dakwah mendapat dukungan infrastruktur, kelas menengah mendapatkan legitimasi sosial, warga lokal dengan berdagang di area majelis. Selain itu, Gus Iqdam bertindak sebagai mediator yang mengonversi modal material menjadi modal spiritual melalui narasi keberkahan. Proses ini melibatkan proses religifikasi dengan memasukkan nilai-nilai sakral ke dalam produk dan jasa komersial. Meski demikian, hal tersebut tidak serta merta mendegradasi spiritualitas jemaah, melainkan menjadi strategi sosiokultural bagi masyarakat rural untuk tetap relevan di tengah arus modernitas.

Sebagai akhir dari kesimpulan, penelitian ini menegaskan perbedaan mendasar komodifikasi agama di wilayah rural dibandingkan dengan urban. Terutama terletak pada agensi jemaah yang dimotivasi pencarian *barakah* daripada pencarian keuntungan semata. Agensi jemaah bergerak secara komunal daripada secara individu. Konsumsi kelas menengah dikemas dalam bentuk praktik filantropi yang membawa manfaat untuk orang banyak, daripada mengonsumsi produk keagamaan untuk menonjolkan gaya hidup individu. Sumber panduan moral dan spiritual lebih condong kepada otoritas keagamaan tradisional, daripada mencari bimbingan di media sosial atau melalui pelatihan eksklusif. Sebagai dampak ekonomi, komodifikasi agama di wilayah rural mendorong perputaran ekonomi warga lokal, daripada integrasi pasar global dan industri gaya hidup modern seperti yang terjadi di wilayah urban.

B. SARAN

Komodifikasi agama dalam dakwah Gus Iqdam di Majelis ST merupakan fenomena yang kompleks melibatkan sosio-ekonomi, politik, dan budaya lokal. Dalam topik komodifikasi agama di wilayah rural, masih banyak aspek dalam dakwah

Gus Iqdam di Majelis ST yang belum dipaparkan secara lengkap dalam penelitian ini. Komodifikasi agama di wilayah rural yang disebutkan dalam tulisan ini fokus pada Majelis ST. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya bisa melakukan studi komparatif dengan wilayah rural lainnya. Hal ini penting untuk melihat apakah filantropi terkomodifikasi dan agensi masyarakat lokal merupakan khas sosiokultural di Jawa Timur atau tren rural secara umum.

Kemudian diperlukan penelitian jangka panjang untuk melihat keberlanjutan ekonomi kreatif warga lokal yang bergantung pada popularitas figur karismatik Gus Iqdam. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperdalam pada aspek politik terutama berhubungan dengan karisma Gus Iqdam dan dinamika politik daerah ataupun nasional, mengingat Majelis ST sering dikunjungi oleh aktor politik. Aspek-aspek tersebut menarik diteliti lebih lanjut sebagai penelitian tunggal untuk melengkapi penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alatas, Ismail Fajrie. *What Is Religious Authority? Cultivating Islamic Communities in Indonesia*. Princeton Studies in Muslim Politics. Princeton University Press, 2021.
- Atia, Mona. *Building A House in Heaven Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt*. University of Minnesota Press, 2013.
- Beng-Huat, Chua, ed. *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities*. Taylor & Francis e-Library, 2002.
- DeBernardi, Jean. "Commodifying Blessings Celebrating the Double-Yang Festival in Penang, Malaysia and Wudang Mountain, China." Dalam *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*, disunting oleh Pattana Kitiarsa. Routledge, 2008.
- Einstein, Mara. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. Religion, Media and Culture Series. Routledge, 2008.
- Fealy, Greg. "Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism." Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, disunting oleh Greg Fealy dan Sally White. ISEAS Publishing, 2008.
- Fealy, Greg, dan Sally White, ed. *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. ISEAS Publishing, 2008.
- Fischer, Johan. *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. Palgrave Macmillan US, 2011. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-08286-2>.
- Hoesterey, James B. "Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym." Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, disunting oleh Greg Fealy dan Sally White. ISEAS Publishing, 2008.
- Hosen, Nadirsyah. "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling a Kiai." Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, disunting oleh Greg Fealy dan Sally White. ISEAS Publishing, 2008.
- Kitiarsa, Pattana, ed. *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. Routledge, 2008.
- Lukens-Bull, Ronald. "Commodification of Religion and the 'Religification' of Commodities: Youth Culture and Religious Identity." Dalam *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*, disunting oleh Pattana Kitiarsa. Routledge, 2008.

- Quinn, George. "Throwing Money at the Holy Door: Commercial Aspects of Popular Pilgrimage in Java." Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, disunting oleh Greg Fealy dan Sally White. ISEAS Publishing, 2008.
- Rakhmani, Inaya. *Mainstreaming Islam in Indonesia*. Palgrave Macmillan US, 2016. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-54880-1>.
- Rudnyckyj, Daromir. *Spiritual Economies: Islam, Globalization, and the Afterlife of Development*. Cornell university press, 2010.
- Turner, Bryan S. "Islam, Public Religions and the Secularization Debate." Dalam *Muslim Societies and the Challenge of Secularization: An Interdisciplinary Approach*, disunting oleh Gabriele Marranci. Springer Netherlands, 2010.
- Zamhari, Arif. *Rituals of Islamic Spirituality: A Study of Majlis Dhikr Groups in East Java*. Islam in Southeast Asia. ANU E Press, 2010.

SKRIPSI DAN TESIS

- Abay, Asykhariil Gustama. "Karisma dan Lifestyle Gus Iqdam." UIN Sunan Kalijaga, 2025.
- Erman, Ery. "Umrah Bersama Ustaz Selebriti: Pasar Keagamaan Muslim di Indonesia." UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Faozan, Bagus Ahmad. "Retorika Dakwah dan Komunikasi Persuasif Gus Iqdam dalam Channel YouTube Gus Iqdam." UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2024.
- Nisa, Nanda Fahrur. "Perumahan Muslim Sebagai Bentuk Religiusitas Baru: Representasi Kesalehan Kelas Menengah Muslim di Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga, 2022. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56203>.
- Oktaviana, Helmalia. "Peran Manajemen Pengajian Rutinan Gus Iqdam Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Majelis Sabilu Taubah Desa Karanggayam Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar)." Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri, 2025. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/19505>.
- Ulya, Putri Kurnia Izati. "Analisis Pemberian Insentif dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Unit SPBU pada Perusahaan Mayangkara Group Wilayah Blitar." Skripsi, UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2023. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/37815>.
- Wadi, Hofizal. "Dakwah Anak Muda, Ekspresi Kesalehan dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Yasmin, Arini Dina. "Dakwah Kontekstual Sebagai Wujud Pribumisasi Islam pada Masyarakat Multikultural (Studi Majelis Taklim Sabilu Taubah Gus Iqdam di Blitar)." UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2025.

ARTIKEL

- Abaza, Mona. "Markets of Faith: Jakartan Da'wa and Islamic Gentrification." *Archipel* 67, No. 1 (2004): 173–202. <https://doi.org/10.3406/arch.2004.3813>.
- Aditya, Pradipta, dan Sri Herianingrum. "Makna Keberkahan Rezeki Bagi Pengusaha Laundry Muslim (Studi Kasus di Lavender Laundry di Gubeng Kertajaya Surabaya)." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, No. 2 (2015): 179–95. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20152pp179-195>.
- Al Jawi, Amin, Nurhayati Nurhayati, dan Andri Soemitra. "Komodifikasi Agama dalam Bisnis Social Crowdfunding di Indonesia." *FIKRAH* 11, No. 1 (2023): 111. <https://doi.org/10.21043/fikrah.v11i1.19211>.
- Alecu, Andreea, Håvard Helland, Johs. Hjellbrekke, dan Vegard Jarness. "Who You Know: The Classed Structure of Social Capital." *The British Journal of Sociology* 73, No. 3 (2022): 505–35. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12945>.
- Aprilian, Elham Wulan, Arif, dan Sari Dewi Poerwanti. "Dampak Parade Sound Horeg terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Bumirejo, Kabupaten Blitar." *Jurnal Intervensi Sosial* 4, No. 1 (2025): 13–20. <https://doi.org/10.32734/intervensisosial.v4i1.20197>.
- Arifin, Ferdi. "Mubalig YouTube dan Komodifikasi Konten Dakwah." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, No. 1 (Juni 2019): 91–120. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.
- Arifullah, Mohd, Muh Rushdy, Rico Fariansyah, dan Nia Nursakti. "Mapping the Commodification of Religion in Philosophical-Ethical Discourse." *INNOVATIO: Journal for Religious Innovations Studies* 23, No. 2 (2023): 98–116. <https://doi.org/10.30631/innovatio.v23i2.178>.
- Arridho, Muhamad Taufiq, dan Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam. "Strategi Komunikasi Persuasif Gus Muhammad Iqdam dalam Membangun Budaya Islam Di Majelis Taklim Sabilu_Taubah Blitar." *Masjiduna: Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 7, No. 2 (Desember 2024). <https://doi.org/10.52833/masjiduna.v7i2.177>.
- Darmawan, Dadang. "Marketing the Miracles: Studies on the Commodification of the Quran, Prayer, and Sadaqa." *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 7, No. 1 (2023): 27–40. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v7i1.25232>.
- Edmonds, James Michael. "Smelling Baraka: Everyday Islam and Islamic Normativity." *American Journal of Islam and Society* 36, No. 3 (2019). <https://doi.org/10.35632/ajis.v36i3.193>.
- Elanda, Yelly. "Komodifikasi Agama pada Perumahan Syariah di Surabaya." *Jurnal Al-Hikmah* 17, no. 2 (2019): 37–54. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.3>.
- Fauziah, Nailin, Hanifah Muyasaroh, dan Muhammad Fatikhun. "Analisis Kreasi Dakwah Melalui Maulid Simtudduror Pada Jam'iyah Hidayatus Sholawat." *HUJIAH: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam* 8, No. 2 (Desember 2024).

- Hafifa, Nikmatul, dan Sugeng Harianto. "Studi Fenomenologi Motif Melakukan Judi Togel di Surabaya." *Paradigma: Jurnal Online Mahasiswa S1 Sosiologi UNESA* 05, No. 01 (2017).
- Hakim, Faisol, dan Harapandi Dahri. "Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam." *Andragogi Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5, No. 01 (Maret 2025): 187–206. <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>.
- Hasan, Noorhaidi. "Islam in Provincial Indonesia: Middle Class, Lifestyle, and Democracy." *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 49, No. 1 (2011): 119–57. <https://doi.org/10.14421/ajis.2011.491.119-157>.
- Hasan, Noorhaidi. "The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere." *Contemporary Islam* 3, No. 3 (2009): 229–50. <https://doi.org/10.1007/s11562-009-0096-9>.
- Hasyim, Wakhid, Ahmad Syafii, dan Arifah Fauziah. "Urban Sufism: Spirituality Education for Middle Class Muslim." *FORUM PAEDAGOGIK* 13, No. 2 (2023): 262–77. <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v13i2.6466>.
- Hidayah, Siti Nur. "Pesantren for Middle-Class Muslims in Indonesia (Between Religious Commodification and Pious Neoliberalism)." *QIJIS (Qudus International Journal of Islamic Studies)* 9, No. 1 (2021): 209. <https://doi.org/10.21043/qijis.v9i1.7641>.
- Husna, Asmaul. "Komodifikasi Agama: Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim." *Jurnal Komunikasi Global* 7, no. 2 (2019): 227–39. <https://doi.org/10.24815/jkg.v7i2.12050>.
- Husna, Fathayatul, dan Lilis Sariyanti. "Umrah Trends in Society: Influencer, Media and the Way to Construct Between Worship and Religious Tourism." *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 5, no. 1 (2025): 84–97. <https://doi.org/10.22373/arj.v5i1.30023>.
- Kailani, Najib, dan Martin Slama. "Accelerating Islamic Charities in Indonesia: Zakat, Sedekah and the Immediacy of Social Media." *South East Asia Research* 28, No. 1 (2020): 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>.
- Kholid, Muhammad Ilham Ahsanul. "Inclusiveness of Gus Iqdam's Recitation in Embracing Inter-Religious People." *Islamic Thought Review* 1, No. 2 (2023): 179. <https://doi.org/10.30983/itr.v1i2.7654>.
- Latief, Rusman, dan Yusiatie. "Teknik Perekaman dalam Produksi Studio Multi-Kamera untuk Program Televisi Nondrama." *Visioner: Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Konten Kreatif* 12, No. 1 (Februari 2025): 15–35. <https://doi.org/10.65873/pz1m2y84>.
- Makiah, Zulfa, Noorhaidi Hasan, Ali Sodikin, dan Lisda Aisyah. "A Convergence in A Religion Commodification and An Expression of Piety in Halal Certification." *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 20, No. 2 (Desember 2022): 153–70. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v20i1.7113>.

- Maulida, Lida, dan Doli Witro. "Komodifikasi Simbol-Simbol Agama di Kalangan Kelas Menengah Muslim di Indonesia." *SOSEBI Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, No. 2 (2022): 137–52. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6299>.
- Mohammad Fattahun Ni'am. "Menakar Kembali Otoritas Ulama: Antara Kesalehan dan Komodifikasi Agama." *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 8, No. 2 (2023): 135–60. <https://doi.org/10.14421/jkii.v8i2.1349>.
- Muary, Rholand, dan Puteri Atikah. "Tahfidz Al Quran Class: Religion Commodification and Popular Culture in Muslim Middle Class." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 4, No. 1 (2023): 49–63. <https://doi.org/10.29103/jspm.v4i1.10097>.
- Mustofa, Saiful, Mohamad Khoirul Fata, dan Seli Muna Ardiani. "Beyond Abangan-Santri: Majelis Sabilu Taubah and New Hybrid Identities." *Dialogia* 23, No. 02 (2025): 122–42. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v23i02.11932>.
- Ni'mah, Zulfatun. *Promotion of Women's Rights in Gus Muhammad Iqdam's Lecture Content at the Sabilu Taubah Islamic Forum on Social Media*. 17, No. 2 (2024).
- Ningrum, Ririn Tri Puspita, Siswanto, Ahmad Djalaluddin, dan Muhammad Muchlish Huda. "Philanthropy Among Emerging Middle-Class Muslims in the Integrated Islamic Schools Network (JSIT): Negotiating Religious Commodification and Social Piety." *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 23, No. 1 (Juli 2025): 25–43. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v22i1.15888>.
- Oktaviana, Helmalia, Rifqi Rama Dhani, dan Mashudi Mashudi. "Analisis Manajemen Pengajian Gus Iqdam dan Dampaknya terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Karanggayam." *Hamfara: Journal of Islamic Economic Studies* 1, No. 4 (Desember 2025): 380–93.
- Pribadi, Yanwar, dan Muhammad Adlin Sila. "Intertwining Beauty and Piety: Cosmetics, Beauty Treatments, and Halāl Lifestyle in Urban Indonesia." *Ulumuna* 27, No. 1 (2023): 33–64. <https://doi.org/10.20414/ujis.v27i1.588>.
- Rofiq, Mohammad. "Pendekatan Komunikasi Massa Dalam Dakwah Gus Iqdam di Majelis Taklim Sabilu Taubah Blitar." *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 03, No. 02 (September 2023). <https://doi.org/10.33754/jadid.v3i02.709>.
- Rofiqi, Mohammad, Nadia Salsabila, Nurul Hidayah Fitriyadi, Akhmad Masduqi, Amin Nasir, dan Ashief El Qorny. "Ragam Bahasa Dakwah Gus Iqdam Pada Majelis Sabilu Taubah (Analisis Sociolinguistik)." *LINCA: Jurnal Kajian Bahasa* 2, No. 1 (Juli 2024): 156–68.
- Santono, Agung Nugroho Reformis, Sukataman Sukataman, Achmad Miftahul Ni'am, dan Umar Chamdan. "Dakwah Interaktif: Pergeseran dari Ceramah Satu Arah ke Diskusi Dua Arah." *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah* 5, no. 1 (2025): 77–99. <https://doi.org/10.33507/selasar.v5i1.3400>.

- Saputra, Eko, Muhammad Irham, dan Firmanda Taufiq. "Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah." *Jurnal MD* 5, No. 2 (2019): 113–39. <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.52-01>.
- Setiawan, Muhammad Ferri. "Commodification of Religious Tradition (Critical Study on Tourism of Islamic Tradition Haul at Pasar Kliwon, Surakarta)." *Proceeding of the 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies* (Yogyakarta), Desember 2016.
- Siregar, Syafrudin Hanafi, Azhari Akmal Tarigan, dan Rahmi Syahriza. "Membangun Sistem Ekonomi Berbasis Keberkahan: Inspirasi QS Al-A'raaf Ayat 85 dan 157." *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, No. 1 (Juni 2025). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v7i1.23092>.
- Suryawati, Indah, dan Udi Rusadi. "Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustadz di Channel YouTube." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 5, No. 2 (2021): 111. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.111-128>.
- Syarif, Fajar, dan Lily Mufazizah. "Modernization of Islamic Education Study at Al-Azhar Islamic Boarding School, Karanganyar." *Proceeding of International Conference on Islamic Boarding School (ICOP)* 1, No. 1 (2024). <https://ejournal.darunnajah.ac.id/index.php/icop>.
- Triantoro, Dony Arung, Bifa Fanisa Basri, dan Mansurni Abadi. "Upper Middle-Class Muslims and Market-Oriented Umroh Program Dissemination on Social Media." *Idarotuna* 5, No. 1 (2023): 15. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i1.22298>.
- Uswatusolihah, Uus, Abdul Wachid Bambang Suharto, Muskinul Fuad, dan Enung Asmaya. "Packaging Religion through Training: Da'wah Commodification among Middle-Class Muslim Women in Indonesia." *Jurnal Ilmu Dakwah* 45, No. 1 (2025).
- Veronika, Sindy. "Pandangan Islam Terhadap Prinsip Berdagang: Perspektif Etika dan Keberkahan." *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam* 3, No. 1 (2024): 15–32. <https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4382>.
- Vince, Miles. "'Sound Horeg' vs. Jaranan: Local Wisdom Confronting the Challenge of Noise Pollution." *Preprints.Org*, 7 (Juli 2025). <https://doi.org/10.20944/preprints202507.0502.v1>.
- Wadi, Hofizal, dan Roy Bagaskara. "Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta." *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, (4 Juli 2022). <https://doi.org/10.31332/ai.v0i0.3843>.
- Wibisono, Adrie Arief, dan Nawiroh Vera. "Komodifikasi agama dalam program religi Siraman Qalbu di MNC TV." *ProTVF* 6, No. 2 (2022): 256–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v6i2.36553>.
- Widodo, Muhammad Hanif Abdillah, Muhammad Hidayatur Ramadhan, dan Nadia Yasmine Mumtaz. "Komodifikasi Agama dalam Budaya Islam Kontemporer:

(Analisis Kritis terhadap Majelis Sabilu Taubah dalam Perspektif Theodore Adorno).” *Sumbula: Jurnal Studi Keagamaan, Sosial dan Budaya* 10, No. 2 (2025): 283–99. <https://doi.org/10.32492/sumbula.v10i2.10206>.

Zahron, Muhammad Ariby. “Continuous Preaching: Dinamika Sosiokultural Cyberdakwah Dan Pengaruh Eksklusif Gaya Dakwah Fenomenal Ala Gus Iqdam.” (Mei 2024).

Zailani, Muh Rizki, dan Roma Ulinnuha. “Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial.” *Jurnal Riset Agama* 3, No. 1 (2023): 248–65. <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.

Zamzam Muhammad Fuad. “Transformasi Kapitalisme Perdesaan: dari Agraria ke Ekonomi Kreatif.” *Prapanca: Jurnal Abdimas* 2, No. 2 (2022): 131–40. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.355>.

WAWANCARA

Aji. “Wawancara pada tanggal 4 Desember 2025”.
Al. “Wawancara pada tanggal 16 November dan 1 Desember 2025”.
AM. “Wawancara pada tanggal 8 Januari 2026”.
Arsyad. “Wawancara pada tanggal 7 Mei 2026”.
Atik. “Wawancara pada tanggal 1 Desember 2025”.
Awik. “Wawancara pada tanggal 4 Desember 2025”.
Bayu. “Wawancara pada tanggal 4 Desember 2025”.
Daris. “Wawancara pada tanggal 28 Januari 2026”.
Hafidhoh. “Wawancara pada tanggal 4 Desember 2025”.
Ika. “Wawancara pada tanggal 19 Januari 2026”.
Mamik. “Wawancara pada tanggal 7 Mei 2026”.
Mini. “Wawancara pada tanggal 20 November 2025”.
Santi. “Wawancara pada tanggal 4 Desember 2025”.
Ta’in. “Wawancara pada 3 tanggal Januari dan 10 Mei 2026”.

WEBSITE DAN SIARAN LANGSUNG YOUTUBE

Arif. “Pilkada Blitar, Kedekatan Kaji Beky dengan Gus Iqdam Jadi Faktor Kemenangan PDIP-PAN.” *iNews Blitar*, 3 Agustus 2024. <https://blitar.inews.id/read/475946/pilkada-blitar-kedekatan-kaji-beky-dengan-gus-iqdam-jadi-faktor-kemenangan-pdip-pan>.

Asdar, Muh. “Rijanto-Beky Komitmen Kepada NU, Mak Rini Terancam Ditinggal Nahdliyin di Pilbup Blitar 2024.” *beritabersatu.com*, 23 Oktober 2024. <https://www.beritabersatu.com/2024/10/23/rijanto-beky-komitmen-kepada-nu-mak-rini-terancam-ditinggal-nahdliyin-di-pilbup-blitar-2024/>.

Caknan, Denny. *Monggo Pinarak Eps 6 - GUS E TEKOK! PODCAST GUS IQDAM SATU SATU NE?!!!* 25 Juli 2025. <https://youtu.be/jHNZur6lFa4?si=Qu-5yxDINNpsPdMA&t=490>.

- Gus Iqdam Official. *Peringatan Haul KH. Zubaidi Abdul Ghofur di Majelis Ta'lim Sabilu Taubah.* (21 April 2022).
<https://www.youtube.com/live/IBr8wUxiFtQ?si=P96I7V6jIjDK3uTT>.
- Gus Iqdam Official. *Rutinan Malam Selasa, Gus Iqdam Official.* (27 Maret 2023),
<https://www.youtube.com/live/ZzpTbbuGQIO?si=4DttcKaD6ZJcDGTb&t=5400>.
- Gus Iqdam Official. *Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar.* (8 Mei 2023).
<https://www.youtube.com/live/QQjEHGvLF3w?si=eEoN0vaS8MMs1Ix8>.
- Gus Iqdam Official. *Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar.* (15 Mei 2023).
<https://www.youtube.com/live/5IIgwb6RCvw?si=1dKu5CJ2HUQm-7CT>.
- Gus Iqdam Official. *Rutinan Sabilu Taubah Malam Selasa.* (4 Juli 2022).
https://www.youtube.com/live/x0IlzYxjIPU?si=lPouUe6p3SZ_X8Tb.
- Gus Iqdam Official. *Siaran Langsung Gus Iqdam Official.* (17 April 2023).
<https://www.youtube.com/live/DOAClrFryMw?si=EfHCRxJvXmcJFamr&t=4745>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] PENGAJIAN UMUM PERINGATAN ISRO' MI'ROJ NABI MUHAMMAD SAW* (12 JANUARI 2026).
<https://www.youtube.com/live/IIKNptPcgPg?si=GRC9Yq3Xnz7KMyIf&t=9184>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] PUNCAK HARLAH SABILU TAUBAH KE 6* (19 Mei 2025).
<https://www.youtube.com/live/J-cJEJzvt4?si=anX4yQlKhd-Hpi0Y&t=4404>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar* (20 Februari 2025).
<https://www.youtube.com/live/Cu0vSmii4I0?si=8ScjSeqvWz2xNDQj>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar* (27 Februari 2025).
<https://www.youtube.com/live/xLx2itjvjk?si=hj62vKM-xJOTDbNz&t=4451>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar* (11 Desember 2025).
<https://www.youtube.com/live/s5FhvbIX-3o?si=HiaZc6OWW6SyveV5&t=6648>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar* (04 Desember 2025).
<https://www.youtube.com/live/7c3K1F5xwTM?si=SDS1zALjjVAZRU3o&t=10206>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar* (09 APRIL 2026).
<https://www.youtube.com/live/D3j5m7JZBNM?si=JOBdEG5DfV4ydKa0&t=10161>.
- Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Majelis Sabilu Taubah Blitar.* (07 MEI 2026).

<https://www.youtube.com/live/qMcVUT0SvvI?si=zTVx0h1DbxyvE2jo&t=2836>

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Pembacaan Maulid Simtudduror* (24 Agustus 2023). <https://www.youtube.com/live/nD95a4ZgWeI?si=tyeBVJPhpQ3nE7Fm&t=210>.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Jum'at Pembacaan Maulid Simtudduror* (18 JANUARI 2024). <https://www.youtube.com/live/6E2HNIvvJhY?si=6KkG4eyH-cM112NJ&t=8697>.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar* (08 Januari 2024). <https://www.youtube.com/live/3PChGptk3IQ?si=EdSntfr8pFXpGe-Y&t=60>.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar* (29 Januari 2024). https://www.youtube.com/live/kgWub_XgE0g?si=A3bc-0Gze07i7Cj9&t=6763.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar* (04 NOVEMBER 2024). <https://www.youtube.com/live/hFQryabBQCU?si=KPbbRFsPOhGun128&t=11681>.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar* (21 April 2025). <https://www.youtube.com/live/0WTq7BXHOxY?si=2XHIscCEqyMwqDx9&t=1740>.

Gus Iqdam Official. *[LIVE] Rutinan Malam Selasa Majelis Sabilu Taubah Blitar* (09 Februari 2026). https://www.youtube.com/live/70RmI_3hFq8?si=xu6tV8NqX42WpUrS.

“H. Mustofa CEO PT. Sarana Artha Logistik: KEMBANGKAN EXPEDISI MX GTX TEAM MELEBIHI ARTI KOMPETISI.” *autonine.co Media Digital Otomotif*, 14 Juni 2022. <https://autonine.co/lifestyles/2595-h-mustofa-ceo-pt-sarana-artha-logistik-kembangkan-expedisi-mx-gtx-team-melebihi-arti-kompetisi>.

Hasani, Asip Agus, dan Aloysius Gonsaga. “Pilkada Kabupaten Blitar: Rijanto-Beky Menang Telak atas Petahana di Semua Kecamatan.” *Kompas.com*, 5 Desember 2024. <https://surabaya.kompas.com/read/2024/12/05/162507778/pilkada-kabupaten-blitar-rijanto-beky-menang-telak-atas-petahana-di-semua>.

Hypeauditor. <https://hypeauditor.com/youtube/UCRLudgq-8L3QApNo8eyuq5g/>.

Keren, Arif. “Tradisi Haul.” *NU Online*, Agustus 2006. <https://nu.or.id/syariah/tradisi-haul-eABrU>.

KPU Kab-Blitar. “PENGUMUMAN PENETAPAN PASLON TERPILIH PILBUP BLITAR 2024.” 9 Januari 2025. <https://kab-blitar.kpu.go.id/blog/read/pengumuman-penetapan-pasl-on-terpilih-pilbup-blitar-2024>.

Modestalk. *Terkenal dengan Desainnya yang Unik, SI.SE.SA Bocorkan Hal Ini!* (3 Januari 2026). https://youtu.be/hvDjAj_pJqc?si=M9Iqfhz5wgzhO-c8.

Niindo Official. *GUS IQDAM GO GLOBAL! Momen di Jepang Bikin Heboh* (12 Mei 2026). https://youtu.be/a6ZRvMsRpmE?si=1_EdUXgerWKzpGEH&t=8042.

NU Kota Blitar. *Pencetus Majelis Gus Iqdam adalah Santri ini - Lebih Dekat Bersama Gus Iqdam Part 5*. NU Talk. 2023. Wawancara, 6:31. <https://youtu.be/0GzDgYLEg0A?si=Pe5sgffZps14SKXZ>.

Rizky, Syahida. “Profil Kaji Beky, Crazy Rich Blitar Sahabat Gus Iqdam yang Nyalon Wakil Bupati!” *HARIAN DISWAY*, 25 September 2024. <https://harian.disway.id/read/823788/profil-kaji-beky-crazy-rich-blitar-sahabat-gus-iqdam-yang-nyalon-wakil-bupati>.

Rosmanto, Arif. “Quick Count Pilbup Blitar, Rijanto-Beky Menang Tebal, 78,56 Persen.” *DPD PDI PERJUANGAN JAWA TIMUR*, 28 November 2024. <https://pdiperjuangan-jatim.com/quick-count-pilbup-blitar-rijanto-beky-menang-tebal-7856-persen/>.

