

Ta'aruf Dalam Konteks Komodifikasi Agama Studi Kasus pada Rumah Ta'aruf-Qu Yogyakarta

Istiqomah Istiqomah¹, Ainun Sakinah²

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: *istiqomahqoqom11@gmail.com*

Abstrak

Komodifikasi agama proses sesuatu yang tidak bernilai ekonomi namun akhirnya diberi nilai yang mana nilai-nilai sosial digantikan dengan nilai-nilai pasar sehingga bisnis perjodohan berdasarkan syari'at islam berkembang pesat di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran komodifikasi agama pada proses ta'aruf di Rumah Ta'aruf-Qu Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif kemudian penelitian ini merupakan studi kasus lapangan dimana peneliti mengikuti proses didalamnya. Hasil penelitian ini adalah adanya peran komodifikasi agama dalam proses ta'aruf yang dijalankan oleh Rumah Ta'aruf-Qu salah satu penyedia jasa perjodohan berdasarkan syari'at islam. Adanya peran komodifikasi agama dibuktikan dengan adanya transaksi pembayaran sebagai ganti jasa kajian dakwah yang ditawarkan berdasarkan paket kelas yang diikuti oleh calon anggota ta'aruf. Kemudian bagi anggota peserta yang telah mengikuti memperoleh beberapa fasilitas yang sudah ditawarkan oleh Rumah Ta'aruf-Qu. Sehingga anggota dapat berikhtiar memilih cv yang diinginkan peserta untuk melaksanakan ta'aruf. Hal ini yang menjadi diskusi bahwa dakwah islam menjadi bisnis yang menguntungkan sebagai ciri dari konsumerisme.

Kata Kunci: *Komodifikasi Agama, Ta'aruf, Pranikah*

Abstract

The commodification of religion is the process of something that has no economic value but is ultimately given a value in which social values are replaced with market values so that matchmaking business based on Islamic law is growing rapidly in Indonesia. The purpose of this study was to determine the role of commodification of religion in the ta'aruf process at Rumah Ta'aruf-Qu Yogyakarta. The research method used is descriptive qualitative method then this research is a field case study where researchers follow the process in it. The results of this study are the role of commodification of religion in the ta'aruf process carried out by Rumah Ta'aruf-Qu, one of the providers of matchmaking services based on Islamic Shari'ah. The role of commodification of religion is evidenced by the existence of payment transactions in exchange for da'wah study services offered based on class packages that are followed by prospective ta'aruf members. Then for the participating members who have participated in obtaining some of the facilities that have been offered by Rumah Ta'aruf-Qu. So that members can try to choose the CV that participants want to carry out ta'aruf. This has become a discussion that Islamic da'wah is a profitable business as a characteristic of consumerism.

Keywords: *Commodification of Religion, Ta'aruf, Premarital*

Pendahuluan

Sejak tahun 2000 di Indonesia dan Malaysia telah muncul Ikhtiar serta bisnis biro jodoh tanpa pacaran yang sesuai dengan syari'at islam. Program ta'aruf di Malaysia yaitu *Soul Seekers of Marriage Conference* yang dibuka pada tahun 2008 serta *Halal Speed Dating* dikembangkan pada tahun 2014. Program ta'aruf di Indonesia Rumah Ta'aruf MyQuran berdiri pada tahun 2014 dan program Indonesia *Without Dating* dibentuk pada tahun 2015 (Nisa 2021).

Hubungan pernikahan menjadi jalan utama umat Islam bagi individu yang saling menyukai satu sama lain untuk hidup bersama. Saat ini Indonesia sudah mengalami pergeseran sosial menjadi masyarakat modern dan telah mengubah juga nilai, norma serta gaya hidup. Khususnya kaum muda dahulu terlindung oleh adat, nilai dan peraturan keluarga tradisional namun saat ini telah berkurang akibat kecepatan urbanisasi dan industrialisasi. Selain itu saat ini media sudah mudah sekali diakses oleh masyarakat sehingga mempengaruhi gaya hidup termasuk dalam pergaulan antara laki-laki dan perempuan.

Saat ini kita sudah tidak asing lagi melihat pasangan laki-laki dan perempuan duduk bersama berpelukan meski belum menikah. Aktivitas yang biasa dipandang ini biasa disebut dengan pacarana. Kegiatan antara laki-laki dan perempuan yang bukan pasangan halal namun seperti diakui dan disalahartikan (DeGenova 2011). Pacaran memiliki karakter seperti keintiman dan kedekatan yang kemudian menuju pada perilaku seksual contohnya bersentuhan, berpegangan, berciuman, berpelukan dan lain sebagainya (Baron, Byrne, and Branscombe 2006).

Seharusnya kegiatan pacaran dilakukan setelah akad pernikahan dilakukan. Sehingga semua kegiatan yang dilakukan bersama pasangan menjadi ladang pahala. Namun, pacaran menjadi ajang untuk mendapatkan pasangan hidup. Padahal tidak ada jaminan pacaran selalu menuju pada pernikahan. Banyak kasus terjadi akibat berpacaran seperti hamil di luar pernikahan, kekerasan fisik, dan lainnya sehingga pacaran lebih banyak merugikan pihak perempuan.

Sebenarnya dalam Islam ada aturan dalam mencari pasangan yaitu ta'aruf. Proses ta'aruf ini dilakukan dengan mempercayakan seorang guru atau orang yang dipercaya untuk memilih calon pasangan dengan tujuan menikah. *Ta'arofa* asal kata dari ta'aruf yang memiliki makna mengenal atau perkenalan (Akbar 2015). Firman Allah dalam surah Al-Hujurat ayat 13 yang artinya:

“Wahai manusia! Sungguh, kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan, kemudian kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha mengetahui, Maha teliti”.

Dalam surah Al-Hujurat ayat 13 tersebut menunjukkan kalimat *li ta'arufuu* yang berarti saling mengenal yang menjadi bentuk silaturahmi laki-laki dan perempuan namun sesuai dengan syariat Islam. Maka, ta'aruf bermakna suatu proses komunikasi laki-laki dan perempuan yang ingin serius menuju pernikahan sehingga hal ini dilakukan oleh orang yang sudah siap secara lahir dan batin untuk melangsungkan pernikahan (Hasanuddin, Lestari, and Hasanuddin n.d.). Akan tetapi dalam proses ta'aruf ini pasangan dituntut untuk tidak mengembangkan perasaan cinta sebelum menikah.

Proses ta'aruf pertama yang harus dilakukan adalah penukaran biodata diri namun melalui perantara orang ketiga seperti *murobbi* atau guru agama. Proses ini juga tidak harus menerima orang tersebut tetapi diperbolehkan untuk menolak jika tidak berkenan dengan calon yang dijodohkan.

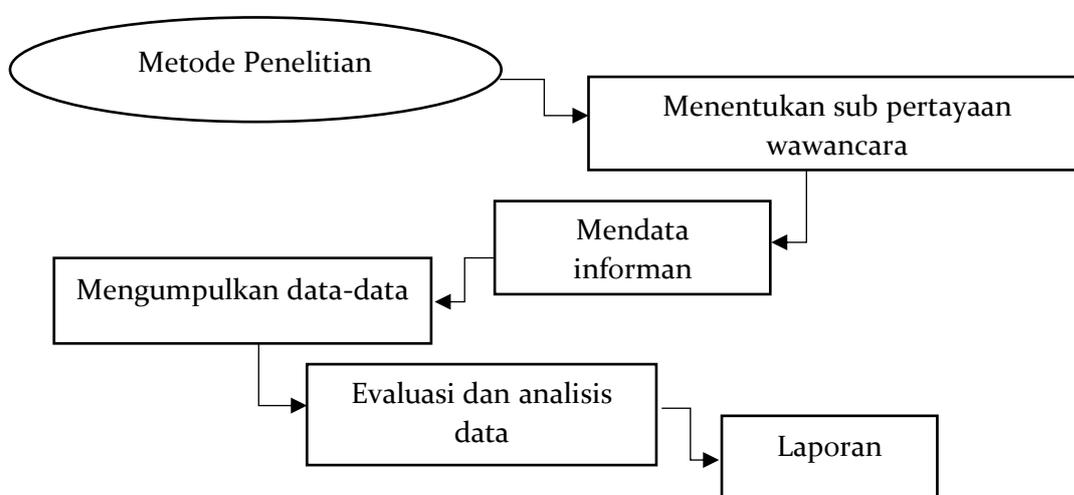
Di era modern ini kajian pra-nikah begitu digandrungi oleh pemuda maupun pemudi dengan tujuan mencari bekal menuju jenjang pernikahan. Seiring dengan perkembangannya, lembaga yang menaungi kajian pra-nikah ini tidak hanya menyediakan jasa pembelajaran dalam mempersiapkan diri menuju pernikahan, akan tetapi pihak yang menaungi juga membuka jasa ta'aruf.

Dengan demikian, bagi mereka yang ingin mengikuti proses ta'aruf harus mengikuti persyaratan yang dinaungi oleh pemilik jasa. Bisa saja dengan bentuk membayar uang pendaftaran, *infaq*, administrasi atau bisa dalam bentuk membeli buku tentang pernikahan. Jika hal ini terjadi bahwa jasa ta'aruf dapat dikaitkan dengan komodifikasi agama. Komodifikasi ini merujuk pada proses sesuatu yang tidak bernilai ekonomi namun akhirnya diberi nilai sehingga nilai-nilai sosial digantikan dengan nilai-nilai pasar (Turner 2016).

Agama yang identik dengan simbol yang mana simbol ini yang kemudian dijual pada ranah publik agar memperoleh keuntungan. Komodifikasi agama juga telah menyebar luas diberbagai negara lainnya. Hal ini yang menjadi alasan peneliti untuk menganalisis peran jasa ta'aruf ini menjadi sistem komodifikasi agama. Rumah Ta'aruf-Qu sebagai subjek penelitian sebab selain menyediakan kajian umum mereka juga menyediakan jasa ta'aruf.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dilaksanakan dengan beberapa proses diantaranya sebagai berikut: 1. Menentukan pertanyaan yang terkait dengan masalah penelitian, 2. Mencari data-data yang dijadikan informan, 3. Mengumpulkan data, 4. Evaluasi dan analisis data, 5. Laporan. Di dalam penelitian untuk mendapatkan data dan mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Adapun kegiatan teknik analisis data adalah mendeskripsikan data, penyajian data serta penarikan kesimpulan/ verifikasi.



Gambar proses pelaksanaan penelitian

Metode kualitatif deskriptif dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu: 1. Menentukan pertanyaan yang terkait dengan masalah penelitian, 2. Mencari data-data yang dijadikan informan, 3. Mengumpulkan data, 4. Evaluasi dan analisis data, 5. Laporan. Di dalam penelitian untuk mendapatkan data dan mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, pengamatan, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Wawancara dilakukan kepada pengurus Rumah Ta'aruf Qu yang bertugas mengisi daftar hadir peserta. Pengamatan dilakukan di masjid Syuhada, peneliti mengikuti secara langsung proses kajian tersebut. Studi dokumen dilakukan melalui media sosial serta hasil wawancara pengurus Rumah Ta'aruf-Qu Yogyakarta. Adapun kegiatan teknik analisis data adalah mendeskripsikan data, penyajian data serta penarikan kesimpulan/ verifikasi. Penelitian ini menjawab mengenai peran ta'aruf dalam konteks komodifikasi agama dari studi kasus Rumah Ta'aruf-Qu Yogyakarta.

Hasil

Di kota Yogyakarta terdapat beberapa majelis *ta'lim* yang menyediakan kajian-kajian keagamaan tanpa dipungut biaya dalam artian setiap akhir pekan masyarakat umum disediakan kajian umum keagamaan yang berbeda topik setiap minggunya. Kajian keagamaan semacam ini menarik antusiasme masyarakat yang membutuhkan ilmu keagamaan, akan tetapi bagaimana jika kajian tersebut berbayar? Dalam konteks ini peneliti mengambil sampel penelitian pada salah satu majelis *ta'lim* yang mengemas kajian-kajian keagamaan menjadi sebuah barang atau jasa yang berbayar. Majelis *ta'lim* yang dimaksud disini adalah Majelis *Ta'lim* Rumah Ta'aruf-Qu. Di majelis *ta'lim* Rumah Ta'aruf-Qu tidak hanya menyediakan kajian-kajian umum setiap minggunya, akan tetapi mereka juga menyediakan jasa proses *ta'aruf*.

Kajian-kajian umum setiap minggunya memang tidak dipungut biaya, akan tetapi apabila masyarakat umum berkeinginan untuk mengikuti kajian keagamaan yang bersertifikat, yang mana sertifikat tersebut digunakan sebagai alat bantu utama untuk menuju proses *ta'aruf* maka masyarakat dihimbau menyediakan "infaq terbaik". Sistem penerimaan anggota Rumah *Ta'aruf*-Qu sebesar dua puluh lima ribu rupiah yang dipergunakan untuk identitas keanggotaan berupa kartu anggota Rumah *Ta'aruf*-Qu.

Setelah memiliki kartu anggota, maka para *jama'ah* diharuskan hadir dan mengikuti kajian sebelum pukul sepuluh, akan tetapi apabila anggota hadir lebih dari jam yang tentukan maka kehadiran mereka tidak dianggap hadir karena kehadiran atau absensi ditandai dengan tanda tangan sebelum pukul sepuluh. Kemudian pada saat kajian selesai, para anggota memberikan kartu anggota dan panitia menandai dengan menggunakan stempel di kartu keanggotaan masing-masing anggota. Identitas anggota harus dilengkapi semua, data-data yang tertera dalam kartu anggota diisi tanpa terkecuali termasuk foto berukuran 2x3.

Pada kartu anggota terdapat sepuluh kotak stempel yang disediakan akan tetapi, anggota hanya cukup mengumpulkan delapan stempel kemudian kartu anggota dapat dikumpulkan kepada panitia untuk mendapatkan sertiikat. Sebelum anggota mendapatkan sertifikat anggota harus mengikuti wisuda terlebih dahulu dengan bentuk mengikuti kajian satu kali. Setelah itu anggota dapat mengikuti program ta'aruf dengan cara anggota mengirimkan proposal sesuai dengan yang intruksikan panilita. Format CV tersebut dikirimkan melauai alamat email anggota masing-masing.

Sebelum mengikuti ta'aruf anggota harus memperoleh izin orang tua atau wali untuk pegajuan proposalnya. Jika sudah memperoleh persetujuan orang tua atau wali maka proposal CV tersebut boleh dikirimkan kepada panitia. Persyaratan kelanjutan proses ta'aruf anggota juga harus membayar sebesar dua ratus ribu rupiah.

Proposal *Ta'aruf* ditukarkan kemudian, diberikan kepada anggota pengaju jika *ikhwan/akhwat* menyetujui pemberian proposal dari panitia maka, anggota pengaju dipertemukan oleh anggota panitia yang kemudian didampingi untuk melanjutkan proses *Ta'aruf*. Jika anggota *Ta'aruf* saling menyetujui untuk melanjutkan kepada tahap selanjutnya maka akan diserahkan kepada orang tua untuk melanjutkan niat baik mereka untuk melangsungkan ke jenjang pernikahan. Jika tidak setuju maka boleh menolak proses ta'aruf tersebut. Semua ini terjadi ketika pandemi covid 19 terjadi. Kemudian bagaimana proses ta'aruf pada saat pademi?

Kajian diadakan setiap minggu sebelum pandemi covid 19 di masjid Syuhada Yogyakarta, namun karena adanya pandemi sistem kajian dialihkan menjadi kajian online seperti melalui zoom. Selanjutnya peserta dapat ikut bergabung dengan kajian yang diselenggarakan jika telah mendaftarkan diri melalui link yang telah dibagikan di media sosial. Sistem menggunakan paketan sesuai kelas yang diikuti. Paket A kelas pranikah sebesar seratus lima puluh ribu rupiah dan paket B kelas pranikah plus kelas madina sebesar seratus delapan puluh ribu rupiah. Kelas eksekutive Madina khusus bagi perempuan dengan jumlah enam puluh ribu rupiah.

Kemudian apa saja yang didapatkan jika mengikuti kelas pra nikah di Rumah Ta'aruf-Qu yaitu menjadi member selamanya, E-sertifikat, ilmu bermanfaat, grup whatsapp kajian dan ini dipisahkan antara laki-laki dan perempuan, memiliki hak ikhtiar memilih cv, pendampingan serta konsultasi gratis selama proses ta'aruf. Materi kajian pada perempuan kelas yaitu mengenai mindset pernikahan Sakinah, fiqih munakahat, Kesehatan reproduksi, fiqih ritual, parenting, manajemen keuangan, konflik keluarga dan lainnya berkaitan dengan pernikahan dalam islam.

Pembahasan

Seruan bisnis perjodohan tanpa pacaran seperti ini sudah banyak didirikan di Indonesia. Agama islam telah memainkan peran besar pada masyarakat muslim Indonesia. Hadirnya bisnis biro jodoh berstandar syari'at islam sangat berkembang sekali. Tren ini juga dibarengi dengan artis-artis yang mulai menggemakan proses ta'aruf yang mereka lakukan seperti Annisa dan Anandito(Aini 2020).

Keterkaitan hasil penelitian dengan komodifikasi agama yaitu dimana simbol agama sudah menjadi barang atau jasa yang mana jika meninggalkan hal tersebut maka harus mengeluarkan sesuatu(Turner 2016). Komodifikasi berasal dari kata komoditas (barang jualan) mempunyai arti sesuatu yang memiliki kualitas "diinginkan" atau "berguna" serta "benda jualan" atau "objek perdagangan(Fealy 2008). Komodifikasi pada awalnya populer sebagai konsep perdagangan pada tahun 1970-an(Robinson 2012). Komodifikasi juga dimaknai sebagai transformasi hubungan yang bebas dri hal-hal wajib menjadi hubungan yang wajib(Yustati et al. 2017) . komodifikasi juga bukan tentang layak atau tida namun dapat dipasarkan atau tidak(Kitiarsa 2007).

Menurut Marx dan Friedrich(Marx and Engels 1848) komodifikasi agama merupakan kegiatan konsumen secara simbolik yang terbagi menjadi lima bagian

diantaranya konsumsi simbol agama dengan mewujudkan objek keagamaan yang barang kali dijual melalui media sosial, lalu konsumsi simbol agama membentuk pertahanan agama pada lingkungan sosial, selanjutnya konsumsi simbol agama melahirkan sebuah pertunjukan, dan terakhir konsumsi agama menjadi ladang mencari keuntungan secara finansial serta ketenangan psikologis. Vincent menambahkan bahwa titik utama agama pada komodifikasi karena keinginan manusia yang tidak ada habisnya mengenai barang yang menjadi ciri sebagai konsumerisme.

Dari beberapa pemaparan mengenai komodifikasi agama ini Rumah Ta'aruf-Qu memberikan pelatihan kajian pranikah namun peserta yang ingin mengikuti kajian harus membayar sebagai ganti dari ilmu yang diperoleh peserta. Konteks ini seperti yang dikatakan oleh Marx dan Friedrich bahwa simbol-simbol agama dijual di media sosial. Rumah Ta'aruf-Qu membagikan dan mengiklankan diri kepada pengikut media sosial untuk mengikuti kajian pra nikah. Setiap harinya Rumah Ta'aruf-Qu selalu rutin mengunggah postingan baik itu berupa mengingatkan atau mengiklankan kelas kajian pranikah tersebut disertai dengan nominal yang harus dibayarkan oleh calon anggota.

Proses adanya transaksi untuk memperoleh ilmu kiai pranikah yang mana jasa dakwah sebagai pertunjukan agama hal tersebut dijual sebagai cara mencari keuntungan finansial dan juga ketenangan secara psikologis yang mengarahkan pada komodifikasi agama. Hal ini juga berdampak pada pandangan masyarakat lebih percaya dan menginginkan Rumah Ta'aruf-Qu sebagai wadah mereka untuk berikhtiar menemukan jodoh. Hal ini terbukti dari beberapa postingan media Instagram Rumah Ta'aruf-Qu yang mengunggah anggota yang mengikuti proses ta'aruf Bersama Rumah Ta'aruf-Qu.

Kesimpulan

Keterkaitan dengan hasil penelitian ini dengan komodifikasi agama dimana agama sudah menjadi barang ataupun jasa jika menginginkannya maka harus mengeluarkan sesuatu. Hal ini sudah jelas dikatakan diatas sebagai hasil penelitian ini, untuk bisa mengikuti *Ta'aruf* harus membayar uang pendaftaran sesuai dengan paket kelas yang diinginkan. Proses adanya transaksi untuk memperoleh ilmu kiai pranikah yang mana jasa dakwah sebagai pertunjukan agama hal tersebut dijual sebagai cara mencari keuntungan finansial dan juga ketenangan secara psikologis yang mengarahkan pada komodifikasi agama.

Referensi

- Aini, Rezki Putri Nur. 2020. "Media Representation Of Muslimah Influencer In Frame Of Dakwah." *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan* 6(2):74-97.
- Akbar, Eliyyil. 2015. "Ta'aruf Dalam Khitbah Perspektif Syafi'i Dan Ja'fari." *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam* 14(1):55-66.
- Baron, Robert A., Donn Byrne, and Nyla R. Branscombe. 2006. "Social Psychology, 11/E." *Aufl, Boston*.
- DeGenova, Mary Kay. 2011. *Intimate Relationships, Marriages, and Families*. McGraw-Hill Higher Education.
- Fealy, Greg. 2008. "Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism

- in Contemporary Indonesia.” *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (June 2006):15–39. doi: 10.1355/9789812308528-006.
- Hasanuddin, Universitas, Ayu Lestari, and Universitas Hasanuddin. n.d. “Ta’aruf Online Dan Offline : Menjemput Jodoh Menuju Pernikahan.”
- Kitiarsa, Pattana. 2007. *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. Routledge.
- Marx, Karl, and Friedrich Engels. 1848. “Rise To Power of the Workers of the World .” 1–4.
- Nisa, Eva F. 2021. “Online Halal Dating, Ta’aruf, and the Shariatization of Matchmaking among Malaysian and Indonesian Muslims.” *CyberOrient* 15(1):231–58.
- Robinson, William I. 2012. “Global Capitalism Theory and the Emergence of Transnational Elites.” Pp. 54–73 in *Global Elites*. Springer.
- Turner, Bryan S. 2016. *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion*. John Wiley & Sons.
- Yustati, Herlina, Lucy Auditya, Yetti Afrida Indra, Yunida Een Fryanti, and Evan Stiawan. 2017. “Religious Commodification to Increase Public Welfare Through Tourism Halal in Indonesia.” *Proceeding IAIN Batusangkar* 1(1):209–16.