

## Komodifikasi Agama dalam Perspektif Hadis: Analisis Kritis dengan Teori Konstruksi Sosial

**Muhammad Salim Mangunsong\***

*Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri*

email: [muhammadsalimvivo783@gmail.com](mailto:muhammadsalimvivo783@gmail.com)

**Ibnu Hajar Ansori**

*Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri*

email: [ibnuhajar93@gmail.com](mailto:ibnuhajar93@gmail.com)

**Mohammad Fajar Alchusyairi**

*Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri*

email: [fajaralchusyairi24@gmail.com](mailto:fajaralchusyairi24@gmail.com)

*\*corresponding author*

**Article history:** Received: July 25, 2025, Revised: November 01, 2025; Accepted December 21, 2025; Published: December 31, 2025

### Abstract:

The commodification of religion is a contemporary social phenomenon characterized by the transformation of religion from a source of transcendental values into a commodity governed by market logic, manifested through religious businesses, the exploitation of religious symbols, and the expansion of the spiritual industry. This phenomenon poses a serious challenge in Islam, as it risks undermining the principle of sincerity (*ikhlas*) and distorting the true purpose of worship. This study aims to examine Prophetic hadith perspectives on religious commodification, with particular attention to hadiths emphasizing sincerity and warnings against worldly orientation in religious practices. The research employs a library-based qualitative method using a descriptive-analytical approach, combined with thematic (*mawdu'ī*) analysis of relevant hadiths, supported by classical scholarly commentaries (*shurūḥ al-ḥadīth*). To contextualize the analysis, this study integrates Peter L. Berger's theory of religious objectification, which explains how sacred religious values may be reduced to social constructions

Author correspondence email: [muhammadsalimvivo783@gmail.com](mailto:muhammadsalimvivo783@gmail.com)

Available online at: <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/elnubuwwah/>

Copyright (c) 2025 by El Nubuwwah Jurnal Studi Hadis



subject to economic rationality. The findings reveal that religious commodification has the potential to erode spiritual integrity, obscure the ultimate objectives of worship, and weaken the moral foundations of the Muslim community. Hadiths on *ikhhlās* firmly assert that religious acts must be directed solely toward Allah, free from economic motives or social recognition. Meanwhile, Berger's theoretical framework elucidates the social mechanisms through which religion may lose its sacred function when instrumentalized. In conclusion, a contextual and critical understanding of hadith is essential to preserving the authenticity of Islamic values in the face of religious commodification within contemporary social dynamics.

### **Keywords:**

Commodification; Religion; Hadith; Construction; Social

### **Abstrak:**

Komodifikasi agama merupakan fenomena sosial kontemporer yang ditandai dengan pergeseran fungsi agama dari sumber nilai transendental menjadi komoditas yang tunduk pada logika pasar, baik melalui bisnis keagamaan, eksploitasi simbol religius, maupun industri spiritual. Fenomena ini menimbulkan persoalan serius dalam Islam karena berpotensi mereduksi prinsip keikhlasan dan tujuan ibadah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pandangan hadis Nabi ﷺ terhadap praktik komodifikasi agama dengan menitikberatkan pada konsep ikhlas dan larangan orientasi duniawi dalam aktivitas keagamaan. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-analitis, melalui analisis tematik (*maudhu'i*) terhadap hadis-hadis yang relevan, disertai kajian syarah para ulama. Untuk memperkuat konteks analisis, penelitian ini menggunakan teori objektifikasi agama Peter L. Berger guna menjelaskan mekanisme sosial yang menyebabkan nilai-nilai sakral agama mengalami reduksi makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi agama berpotensi merusak integritas spiritual, mengaburkan orientasi ibadah, serta melemahkan fondasi moral umat. Hadis-hadis tentang ikhlas menegaskan bahwa seluruh praktik keagamaan harus berorientasi semata-mata kepada Allah, bukan pada kepentingan ekonomi atau popularitas sosial. Sementara itu, teori Berger membantu menjelaskan bagaimana agama dapat

kehilangan fungsi sakralnya ketika direduksi menjadi konstruksi sosial yang instrumental. Kesimpulannya, pemahaman hadis secara kontekstual dan kritis menjadi sangat penting sebagai upaya menjaga kemurnian nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan komodifikasi agama di tengah dinamika masyarakat modern.

### **Kata Kunci:**

Komodifikasi; Agama; Hadis; Kontruksi; Sosial

### **Pendahuluan**

Peristiwa komodifikasi agama di masyarakat sekarang menjadi sebuah pembahasan yang semakin relevan untuk dikaji, terutama dalam konteks kapitalisme global yang merambah hampir semua aspek kehidupan.<sup>1</sup> Agama yang hakikatnya merupakan sistem kepercayaan dan praktik spiritual kini sering kali direduksi menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan. Fenomena ini terlihat dalam berbagai bentuk, mulai dari sisi bisnis berbasis keagamaan, eksploitasi simbol-simbol agama untuk kepentingan ekonomi, politik, kehidupan sosial, hingga maraknya industri spiritual yang menawarkan paket ibadah dengan harga tertentu.<sup>2</sup> Dalam perspektif Islam, peristiwa ini menimbulkan tantangan besar karena bertentangan dengan ajaran hadis yang menekankan ketulusan dalam beragama dan melarang eksploitasi agama untuk kepentingan duniawi. Oleh karena itu, perlu kajian mendalam untuk memahami bagaimana Islam, melalui hadis, merespons komodifikasi agama di era modern.

Kajian tentang komodifikasi agama memiliki urgensi akademis yang tinggi karena menyentuh aspek fundamental dalam kehidupan beragama, yaitu ketulusan dalam ibadah dan praktik keagamaan. Jika fenomena ini terus berkembang tanpa ada kontrol yang jelas, maka akan terjadi resiko penyimpangan dalam pemaknaan ajaran agama, yang pada akhirnya dapat mengikis kepercayaan umat terhadap nilai-

---

<sup>1</sup> Andi Nur Ahyani et al., "Komodifikasi Dalil Agama Di E-Commerce," *Muttaqien* 5, no. 2 (2024): 99–110, <https://doi.org/10.20213/mtq.05.2.01>.

<sup>2</sup> Herlina Yustati, "Implikasi Strategi Pemasaran Melalui Komodifikasi Agama Di Indonesia," *E-Journal System IAIN Bengkulu* 3, no. 2 (2017).

*Muhammad Salim Mangunsong, Ibnu Hajar Ansori dkk*

nilai spiritual yang autentik.<sup>3</sup> Dari perspektif akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemantik dialog ilmiah tentang bagaimana hadis dapat dijadikan rujukan dalam membangun kesadaran kritis terhadap fenomena komodifikasi agama. Selain itu, penelitian ini berkontribusi dalam menawarkan solusi berbasis hadis dan teori sosial yang dibawakan Peter L. Berger untuk menjaga kemurnian agama di tengah arus kapitalisme global.

Kajian mengenai komodifikasi agama telah dilakukan dari berbagai disiplin, namun menunjukkan pola yang belum terpadu. Dalam perspektif sosiologi agama, Fakhruroji<sup>4</sup> menekankan bahwa globalisasi mendorong privatisasi agama dan melemahkan nilai spiritualitas, sehingga praktik keagamaan bergeser menuju orientasi pasar. Penelitian media dan komunikasi memperlihatkan bentuk komodifikasi yang lebih konkret. Rosya Al Fadiah<sup>5</sup> menemukan bahwa penggunaan Instagram dalam mini drama "Lunch Box" menjadikan dakwah sebagai konten yang mengikuti logika pasar digital. Analisis Nurul Anam terhadap program televisi "Kata Ustadz Solmed" menunjukkan bahwa nilai-nilai agama dikemas sebagai komoditas hiburan melalui kacamata teori tindakan sosial Weber. Hal yang sama terlihat dalam penelitian Afif Fusalhan tentang sinetron "Pesantren dan Rock N' Roll season 3," yang mengungkap bagaimana kapitalisme media membentuk narasi keagamaan demi kepentingan industri televisi.

Kajian pada ranah budaya populer dan industri kreatif juga menunjukkan dinamika serupa. Hakim Syah<sup>6</sup> menyoroti film religi Indonesia sebagai arena tarik-menarik antara idealisme dakwah dan tuntutan komersial. Sementara itu, Yelly Elanda<sup>7</sup> mengkaji perumahan

---

<sup>3</sup> Moch Fakhruroji, "Privatisasi Agama: Globalisasi Dan Komodifikasi Agama," n.d.

<sup>4</sup> Mochammad Fakhruroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah" 5, no. 16 (December 2010).

<sup>5</sup> Rosya El Fadiah, "Komodifikasi Agama Islam Dalam Mini Drama Lunch Box" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017).

<sup>6</sup> Hakim Syah, "Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)," *Jurnal Dakwah* XIV, no. 2 (2013).

<sup>7</sup> Yelly Elanda, "Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah Di Surabaya," *Al-Hikmah* 17, no. 2 (October 2019), <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/>.

syariah di Surabaya dan menunjukkan bagaimana simbol-simbol Islam dimanfaatkan untuk membangun identitas kelas dan legitimasi ekonomi. Dalam ranah pemasaran, studi Maya Kholida dan Ita Rodiah<sup>8</sup> menegaskan bahwa kapitalisme menggunakan Islam sebagai strategi branding, yang dapat berdampak positif dalam memperluas pasar, namun juga menimbulkan reduksi nilai-nilai religius.

Literatur tersebut secara umum menunjukkan bahwa komodifikasi agama hadir dalam beragam medium media digital, televisi, industri kreatif, hingga praktik ekonomi sehari-hari. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada fenomena sosial dan belum mengkaji fenomena tersebut melalui kerangka normatif hadis. Kesenjangan inilah yang membutuhkan analisis lebih mendalam untuk menilai bagaimana teks-teks keagamaan, terutama hadis tentang keikhlasan dan larangan memperjualbelikan agama, dapat menjadi basis kritik terhadap komodifikasi agama di era kapitalisme modern.

Penelitian sebelumnya mengenai komodifikasi agama umumnya berfokus pada fenomena sosial, media, dan budaya populer, tanpa mengintegrasikan kritik normatif melalui kajian hadis. Celah inilah yang menjadi dasar pentingnya penelitian ini, yaitu menghadirkan analisis komprehensif tentang hadis-hadis keikhlasan sebagai kontra-narasi terhadap komodifikasi agama. Kebaruan penelitian terletak pada integrasi antara kritik sanad-matan hadis dengan teori objektifikasi agama Peter L. Berger untuk menilai bagaimana ajaran Nabi memberikan koreksi teologis dan etis terhadap komersialisasi nilai-nilai religius di era kapitalisme. Penelitian ini memusatkan perhatian pada hadis-hadis yang menegaskan keikhlasan beribadah dan larangan eksploitasi agama untuk kepentingan duniawi, kemudian mengontekstualisasikannya dalam fenomena komodifikasi agama modern. Dengan demikian, studi ini tidak hanya menawarkan pembacaan tekstual, tetapi juga analisis sosial yang menempatkan hadis sebagai rujukan normatif dalam memahami dinamika keagamaan kontemporer.

---

<sup>8</sup> Maya Kholida and Ita Rodiah, "Komodifikasi Agama: Sebuah Strategi Pemasaran," *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.

Berangkat dari konstruksi tersebut, penelitian ini dirumuskan melalui pertanyaan utama: bagaimana hadis-hadis tentang keikhlasan dan larangan memperjualbelikan agama berfungsi sebagai kritik terhadap komodifikasi agama dalam perspektif teori Peter L. Berger? Pertanyaan ini diturunkan ke dalam hipotesis awal bahwa komodifikasi agama terjadi ketika nilai-nilai spiritual kehilangan orientasi transendennya, dan bahwa hadis—melalui tuntutan keikhlasan—menawarkan kerangka etis yang mampu mengoreksi penyimpangan tersebut. Temuan yang dihasilkan diharapkan memberi landasan akademik dan praktis bagi umat Islam, ulama, dan lembaga keagamaan dalam mengantisipasi penetrasi komersial terhadap ajaran Islam sekaligus menjaga integritas nilai-nilai spiritual di tengah arus kapitalisme global.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*), karena objek yang dikaji berupa teks-teks hadis dan literatur sosial yang relevan dengan fenomena komodifikasi agama. Pendekatan ini memungkinkan penelusuran mendalam terhadap ajaran normatif Islam sekaligus membuka ruang analisis interdisipliner. Sumber data diklasifikasikan menjadi dua kategori. Pertama, data primer berupa hadis-hadis mengenai keikhlasan beragama dan larangan mengeksploitasi agama untuk kepentingan duniawi, yang diambil dari kitab induk seperti Sahih al-Bukhari, Sahih Muslim, Sunan Abu Dawud, Sunan al-Tirmidzi, Sunan an-Nasa'i, Musnad Ahmad, dan literatur hadis lainnya. Kedua, data sekunder berupa literatur ilmiah mengenai komodifikasi agama, teori konstruksi sosial Peter L. Berger, serta penelitian kontemporer yang mengulas praktik komersialisasi agama dalam media, budaya populer, dan ruang sosial lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi terhadap kitab hadis, syarah hadis klasik, karya fikih dan tasawuf, serta buku akademik dan artikel jurnal yang membahas kapitalisme religius, industri spiritual, dan teori objektifikasi agama. Hadis-hadis yang terkumpul kemudian dikategorikan ke dalam dua tema, yakni hadis tentang keikhlasan sebagai prinsip dasar orientasi ibadah dan hadis tentang larangan memanfaatkan agama sebagai alat

memperoleh keuntungan materi. Kategorisasi ini menjadi landasan awal dalam proses analisis yang lebih terarah.

Analisis data dilakukan melalui tiga prosedur utama. Pertama, *takhrij* hadis dilakukan untuk memastikan sumber periwayatan, variasi redaksi, dan keberadaan hadis dalam berbagai kitab induk. Kedua, kritik sanad diterapkan untuk menilai kesinambungan jalur periwayatan, integritas perawi, dan status kualitas hadis. Ketiga, analisis matan digunakan untuk menilai koherensi makna, konsistensi dengan prinsip-prinsip syariah, serta relevansinya dengan konteks moral mengenai keikhlasan dan larangan komodifikasi agama. Hasil analisis sanad-matan kemudian dikontekstualisasikan dengan fenomena komersialisasi agama yang berkembang dalam masyarakat muslim modern.

Teori konstruksi sosial Peter L. Berger dipilih karena menyediakan kerangka analitis yang menjelaskan bagaimana nilai-nilai transendental dapat mengalami proses objektifikasi dan pada akhirnya direduksi menjadi komoditas dalam sistem kapitalisme. Konsep objektifikasi agama dari Berger sangat relevan dengan tujuan penelitian ini, yaitu melihat bagaimana hadis, melalui ajaran keikhlasan, dapat berfungsi sebagai kritik normatif terhadap proses komodifikasi. Oleh karena itu, tahap sintesis dilakukan dengan mengintegrasikan temuan normatif hadis dan teori Berger untuk menilai struktur sosial yang memungkinkan komodifikasi agama berlangsung serta bagaimana ajaran Nabi memberikan koreksi terhadap penyimpangan tersebut.

Struktur metodologis ini menjadi landasan untuk memasuki bagian pembahasan, di mana hadis-hadis tematik dianalisis dalam kaitannya dengan fenomena komodifikasi agama kontemporer. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menghasilkan pembacaan tekstual terhadap hadis, tetapi juga menyajikan analisis sosial yang lebih luas, yang menempatkan hadis sebagai rujukan kritis bagi umat Islam dalam memahami dinamika keagamaan di era kapitalisme global.

## **Hasil dan Diskusi**

### ***Larangan Komodifikasi Agama dalam Hadis Nabi saw***

Komodifikasi agama merujuk pada proses di mana elemen-elemen keberagamaan, seperti simbol, praktik, dan nilai-nilai spiritual,

*Muhammad Salim Mangunsong, Ibnu Hajar Ansori dkk*

diubah menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan atau dimanfaatkan untuk keuntungan dunia semata. Dalam konteks ini, agama tidak lagi hanya berfungsi sebagai panduan spiritual, tetapi juga sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan material atau status sosial tertentu.<sup>9</sup> Istilah komodifikasi mulai digunakan pada pertengahan tahun 1970-an dan merujuk pada proses mengubah sesuatu menjadi sekadar komoditas atau memperlakukannya secara komersial, termasuk aktivitas atau acara yang sebenarnya tidak bersifat komersial. Menurut Kitiarsa, komodifikasi dalam konteks agama berarti menjadikan agama sebagai barang yang dapat diperdagangkan, sehingga masuk dalam sistem transaksi pasar dengan berbagai cara dan skala. Dengan kata lain, agama dikatakan telah menjadi komoditas ketika nilai spiritualnya bergeser menjadi objek yang diperjualbelikan. Komodifikasi erat kaitannya dengan konsep produk, sementara produksi sendiri berkaitan dengan peran pekerja di dalamnya. Dalam sistem kapitalisme, pekerja sering kali dikomoditaskan oleh pemilik modal melalui eksploitasi dalam proses kerja. Oleh karena itu, pembahasan mengenai komodifikasi tidak dapat dilepaskan dari aspek produksi. Khusus dalam dunia media, produk yang dihasilkan selalu berkaitan dengan proses produksinya, di mana berbagai kepentingan dalam institusi media turut berperan dan saling bersaing dalam menentukan arah produksi serta distribusi informasi.<sup>10</sup>

Ketulusan dalam beragama merupakan sebuah prinsip utama dalam Islam yang menuntut pada setiap ibadah dan amal dilakukan semata-mata karena Allah, tanpa adanya motif duniawi seperti mencari pujian, popularitas, atau keuntungan materi. Ketulusan dalam niat ini merupakan aspek utama dalam karakter pendidikan, terutama bagi pendidik. Keikhlasan beramal tanpa pamrih adalah ajaran Islam yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW dan para ulama. Ketulusan melahirkan integritas dan keberkahan dalam

---

<sup>9</sup> Ahmad Nur Mizan, "Peter L. Berger Dan Gagasannya Mengenai Kontruksi Sosial Dan Agama," *Citra Ilmu* 12, no. 25 (October 2016).

<sup>10</sup> Nurul Anam, "Komodifikasi Agama Dan Kapitalisme (Studi Atas Acara Religi Dalam Tayangan Kata Ustadz Solmed)" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA, 2016).



kehidupan, serta menjauhkan diri dari riya', yang dapat merusak amal.<sup>11</sup>

Sebagaimana Nabi Muhammad saw bersabda yang tercantum dalam kitab hadis Shahih Muslim, sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتْنًا كَقَطْعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَيُمْسِي كَافِرًا أَوْ يُمْسِي مُؤْمِنًا وَيُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ دِينَهُ بِعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا

Dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah ﷺ bersabda: "Segeralah beramal sebelum datangnya fitnah seperti malam yang gelap gulita. Di pagi harinya seseorang dalam keadaan mukmin, kemudian di sore harinya menjadi kafir, atau di sore harinya ia dalam keadaan mukmin, lalu keesokan harinya menjadi kafir. Ia menjual agamanya dengan kenikmatan dunia."

Hadis ini menekankan pentingnya untuk bersegera dalam beramal saleh sebelum datangnya fitnah yang dahsyat, digambarkan seperti potongan malam yang gelap gulita. Fitnah-fitnah ini begitu kuat sehingga dapat membolak-balikkan keimanan seseorang dalam sehari, di pagi hari ia beriman, namun di sore hari menjadi kafir, atau sebaliknya. Hal ini terjadi karena seseorang rela menjual agamanya demi mendapatkan sedikit keuntungan duniawi. Hadis ini mengingatkan kita akan betapa mudahnya keimanan seseorang tergelincir di tengah badai fitnah, dan betapa pentingnya untuk terus memperkuat diri dengan amal saleh sebelum kesempatan itu hilang. Perawi hadis bahkan meragukan urutan waktu perubahan keimanan tersebut, yang menunjukkan betapa cepat dan drastisnya perubahan itu bisa terjadi akibat dahsyatnya fitnah. Oleh karena itu, hadis ini menjadi peringatan keras untuk selalu waspada dan menjaga keimanan kita dari godaan dunia yang fana.<sup>12</sup>

Adapun penulis melakukan takhrij terhadap beberapa hadis pilihan yang berkaitan dengan tema menjual agama untuk kepentingan dunia dengan menggunakan metode takhrij berdasarkan

---

<sup>11</sup> Maemunatun Maemunatun, "Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti," *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* 9 (December 16, 2022): 70-72, <https://doi.org/10.30595/pssh.v9i.655>.

<sup>12</sup> An-Nawawi, *Minhaj Syarah Shahih Muslim* (Ad-Dārul 'Alamiyyah, 2021).

lafaz matan hadis (al-takhrīj bi al-alfāz)<sup>13</sup>. Metode ini diterapkan dengan menelusuri lafaz-lafaz kunci dari matan hadis baik yang terletak di awal, tengah, maupun akhir teks hadis yang secara semantik menunjukkan makna eksploitasi agama, penyalahgunaan otoritas keagamaan, atau pertukaran nilai-nilai agama dengan kepentingan duniawi. Melalui pendekatan ini, penelusuran hadis dilakukan secara komprehensif dengan bantuan kitab kamus hadis, terutama al-Muʿjam al-Mufahras li Alfāz al-Hadīth al-Nabawī karya A.J. Wensinck. yang telah diterjemahkan dan disempurnakan ke dalam bahasa Arab oleh Muḥammad Fuʾād ʿAbd al-Bāqī. Kamus ini berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengidentifikasi sumber-sumber primer hadis secara sistematis dan terkontrol.<sup>14</sup>

Berdasarkan hasil penelusuran dalam kamus tersebut, hadis-hadis yang relevan kemudian dirujuk kembali kepada kitab-kitab induk hadis (al-kutub al-tisʿah), yaitu Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, Ṣaḥīḥ Muslim, Sunan Abī Dāwūd, Sunan al-Tirmizī, Sunan al-Nasāʾī, Sunan Ibn Mājah, Sunan al-Dārimī, al-Muwattaʾ karya Imām Mālik, dan Musnad Ahmad ibn Hanbal<sup>15</sup>. Apabila ditemukan hadis yang berada di luar sembilan kitab tersebut, penelusuran dilanjutkan dengan menggunakan kamus hadis atau indeks lain yang secara khusus merujuk pada kitab yang bersangkutan. Dengan demikian, proses takhrij tidak bersifat parsial, melainkan mencakup berbagai jalur periwayatan yang memungkinkan.

**Table 1.** Takhrij Hadis tentang menjual agama untuk kepentingan dunia

Redaksi Hadis	Sumber	Sanad	Kualitas
	Shahih Muslim. Kitab: iman.	Abdurrahman bin Shakhr, Abdurrahman	Shahih

<sup>13</sup> Jon Pamil, “Takhrij Hadist: Langkah Awal Penelitian Hadist,” *Jurnal Pemikiran Islam* 37, no. 1 (2012): 53–78.

<sup>14</sup> Fitri Randia Ningsih, Juli Julaiha, and Zulfahmi Lubis, “Metode Praktis Takhrij Hadist,” *Taʿwiluna: Jurnal Ilmu Al-Qurʿan, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 4, no. 1 (2023).

<sup>15</sup> Ningsih, Julaiha, and Lubis.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتْنًا كَقِطْعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَمُؤْمِنًا كَافِرًا أَوْ يُؤْمِنُ مُؤْمِنًا وَيُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ دِينَهُ بِعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا	Bab: Anjuran untuk bersegera dalam beramal sebelum munculnya fitnah	bin ya'qub, Al 'alaa bin abdurraman bin ya'qub, Isma'il bin ja'far bin Abi katsir, Yahya bin ayyub	
عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتْنًا كَقِطْعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَمُؤْمِنًا كَافِرًا وَيَبِيعُ دِينَهُ بِعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا قَلِيلٍ	Imam Ahmad bin Hanbal. Kitab musnad para sahabat yang tinggal di Madinah. Bab musnad Abu Hurairah r.a	Abdurrahman bin shakhr, Abdurrahman bin ya'qub, Al 'alaa bin abdurraman bin ya'qub, Zuhair bin Muhammad, Abdurrahman bin mahdiy bin hassan bin 'Abdurrahman	Shahih
عَنِ الثَّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ قَالَ صَحَبْنَا النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَسَمِعْنَاهُ يَقُولُ إِنَّ بَيْنَ يَدَيِ السَّاعَةِ فِتْنًا كَأَنَّهَا قِطْعُ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ فِيهَا مُؤْمِنًا ثُمَّ يُؤْمِنُ كَافِرًا وَيُؤْمِنُ مُؤْمِنًا ثُمَّ يُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ أَقْوَامَ	Musnad Ahmad bin Hanbal. Kitab: Penyempurna musnad para sahabat Anshar. Bab: Hadist An Nu'man bin Basyir dari Nabi saw	An Nu'man bin Basyir bin Sa'ad, Al Hasan bin Abi Al Hasan Yasar, Abdullah bin Al Mubarak bin Wadlihi, Hasyim bin Al Qasim bin Muslim bin Miqsam	Shahih li Ghairihi

خَلَقَهُمْ بَعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا  
يَسِيرٍ أَوْ بَعَرَضِ الدُّنْيَا قَالَ  
الْحَسَنُ وَاللَّهُ لَقَدْ رَأَيْنَاهُمْ  
صُورًا وَلَا عُقُولَ أَجْسَامًا  
وَلَا أَحْلَامَ فَرَّاشَ نَارٍ وَذِبَابَنَ  
طَمَعٍ يَغْدُونَ بِدِرْهَمَيْنِ  
وَيَرْوَحُونَ بِدِرْهَمَيْنِ يَبِيعُ  
أَحَدُهُمْ دِينَهُ بِثَمَنِ الْعَنْزِ

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بَادِرُوا بِالْأَعْمَالِ فِتْنَتًا كَقِطْعِ اللَّيْلِ الْمُظْلِمِ يُصْبِحُ الرَّجُلُ مُؤْمِنًا وَيُمْسِي كَافِرًا وَيُمْسِي مُؤْمِنًا وَيُصْبِحُ كَافِرًا يَبِيعُ أَحَدُهُمْ دِينَهُ بَعَرَضٍ مِنَ الدُّنْيَا	Sunan At-Tirmidzi Kitab: Menyikapi Fitnah berdasarkan petunjuk dari Rasulullah saw Bab: Akan terjadi fitnah seperti malam gulita	Abdurrahman bin Shakhr, Abdurrahman bin Ya'qub, Al 'A'laa' bin Abdurrahman bin Ya'qub, Abdul 'Aziz bin Muhammad bin 'Ubaid bin Abi 'Ubaid, Qutaibah bin Jamil bin Tharif bin 'Abdullah	Shahih
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

Kitab Al-minhaj syarah shahih muslim bin al-hajjaj menerangkan Hadis tersebut berisi sabda Nabi yang memerintahkan umatnya untuk segera melaksanakan amal-amal saleh sebelum munculnya berbagai fitnah yang datang bertubi-tubi, menumpuk, dan menyibukkan manusia layaknya potongan malam yang gelap pekat tanpa cahaya bulan; fitnah-fitnah itu begitu kuat sehingga dapat membolak-balik keadaan seseorang dalam waktu yang sangat singkat hingga pada pagi hari ia masih dalam keadaan beriman namun pada sore harinya menjadi kafir, atau sebaliknya sebagaimana keraguan perawi dalam menentukan urutan perubahan tersebut, dan keraguan

itu sendiri menunjukkan besarnya dahsyatnya fitnah yang mampu menggeser keyakinan seseorang dalam satu hari saja.<sup>16</sup>

Al-Sindī menerangkan dalam penjelasannya terhadap hadis tersebut, bahwa sabda Nabi “*Bādirū bil-a’ māl fitanan*” bermakna sebuah perintah agar umat bersegera melaksanakan amal-amal saleh sebelum datangnya berbagai fitnah yang dalam kegelapannya menyerupai potongan-potongan malam yang sangat gelap. Kegelapan tersebut menggambarkan dahsyatnya keadaan yang dapat menghalangi manusia dari amal, mengacaukan pandangan, dan mengguncang keteguhan hati. Adapun lafaz “*bi’aradh*” –dibaca dengan dua fathāh– ditafsirkan sebagai sesuatu berupa harta, barang, atau keuntungan duniawi yang bersifat sementara; yakni manusia dapat sampai pada kondisi menjual agamanya demi sedikit kenikmatan dunia. Penjelasan ini menegaskan urgensi kewaspadaan terhadap fitnah yang mampu menggoyahkan keimanan dan pentingnya mendahulukan amal sebelum kesempatan itu terhalang oleh perubahan keadaan.<sup>17</sup>

Ketika menjalankan perintah agama memerlukan niat yang baik dalam setiap perbuatannya, bahkan niat itu menjadi rukun dalam beramal, tidak sah suatu amal yang tidak disertai dengan niat. Niatpun harus tulus karena Allah Swt. atau mencari ridha Allah Swt. yang disebut dengan Ikhlas.<sup>18</sup> Suatu amalan menjadi sah secara syar’i dan juga akan mendapatkan pahala jika diniatkan dengan niat yang benar. Niat adalah sebuah amalan hati yang fungsinya membedakan antara ibadah yang satu dengan yang lain. Inilah fungsi niat, yaitu yang pertama untuk membedakan, sedangkan fungsi yang kedua adalah menuntukan untuk siapa ibadah yang kita lakukan.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> An-Nawawi, *Minhaj Syarah Shahih Muslim*.

<sup>17</sup> Abū al-Ḥasan Nūr al-Dīn Muḥammad bin ‘Abd al-Ḥādī, *Hāsyiyah Al-Sindī ‘alā Musnad Al-Imām Aḥmad Bin Ḥanbal* (Mu’assasah al-Risālāh al-‘Ālamiyyah, 2011).

<sup>18</sup> Ivan Fahmi Fadillah, “Analisis Konsep Taqwa Dalam Al-Qur’an: Studi Terhadap Ayat-Ayat Yang Menyebutkan Taqwa,” *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis* 3, no. 3 (2023): 110.

<sup>19</sup> Alfinnaturrohmah, Dea Anisa Fitri, and Nurul Hidayah, “Analisis Makna Tekstual Dan Kontekstual Hadist Tentang Niat Dalam Kitab Arba’in Nawawi,” *Al-Lahiah: Jurnal Pendidikan, Bahasa Arab Dan Kajian Linguistik Arab* 6, no. 1 (2023): 42–46.

Allah telah berfirman dalam QS. Al-Bayyinah (98): 5 yaitu:

إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ الْكِتَابِ وَيَشْتَرُونَ بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ مَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ إِلَّا النَّارَ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَمَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang menyembunyikan apa yang telah diturunkan Allah, yaitu Kitab (Taurat), dan menukarkannya dengan harga murah, mereka hanya menelan api neraka ke dalam perutnya. Allah tidak akan menyapa mereka pada hari Kiamat dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang sangat pedih.”

Menurut Tafsir Ibnu Katsir dan Tafsir Jalalayn, Surah Al-Baqarah ayat 174 mengecam para ahli kitab yang menyembunyikan kebenaran dalam kitab suci mereka, khususnya tentang kedatangan Nabi Muhammad ﷺ, demi keuntungan duniawi seperti harta atau kedudukan. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa mereka yang melakukan ini sebenarnya hanya memasukkan api neraka ke dalam perut mereka, dan Allah tidak akan berbicara kepada mereka, tidak akan menyucikan mereka, serta akan memberikan azab yang pedih.<sup>20</sup> Tafsir Jalalayn menegaskan bahwa para ulama Yahudi menyembunyikan hukum Allah dalam Taurat demi kepentingan pribadi, seperti menerima suap atau mempertahankan pengaruh di masyarakat, yang membuat mereka mendapatkan hukuman berat di akhirat.<sup>21</sup>

Selanjutnya Allah Swt. juga berfirman mengenai larangan menjual ayat-ayat-Nya dengan harga yang murah, dalam QS Al-Baqarah ayat 41 yang berbunyi:

وَأَمِنُوا بِمَا أَنْزَلْتُ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَلَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا وَإِنِّي فَاتَّقُونَ

Artinya, “Imanlah kalian (Yahudi-yahudi Madinah) kepada apa yang telah Kuturunkan (Al-Qur’an) yang membenarkan apa yang ada pada kalian (Taurat). Janganlah kalian menjadi orang yang pertama kafir kepadanya. Jangan kalian menukar ayat-

<sup>20</sup> Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur’an Al-Adzim* (Dar Ibn Hazm, 2020).

<sup>21</sup> Jalaluddin dan As-Suyuthi, Jalaluddin Al-Mahalli, *Tafsir Jalalain* (Beirut, Lebanon: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah, 2021).

ayat-Ku dengan harga yang murah. Hanya kepada-Ku hendaknya kalian takut,”

Pada penggalan ayat وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا, dalam kitab Shofwah al-Tafaasiir<sup>22</sup> disebutkan bahwa maksud menjual ayat dengan harga murah adalah mengharapkan ganti dari sesuatu berupa dunia yang fana<sup>23</sup>. Ibnu Katsir berkata dalam kitab tafsirnya mengenai ayat ini, anganlah kalian meminta ganti dari keimanan kalian kepada Al-Qur'an dan dan pembenaran kalian terhadap Rasulullah dengan dunia dan kenikmatan di dalamnya, karena dunia dan apa yang ada di dalamnya itu bersifat sedikit dan fana. Hal ini sebagaimana perkataan Abdullah bin Mubarak, dari Harun bin Zaid, bahwa Hasan Al-Bashri ditanya tentang ayat 'tsamanan qalilaa', maka dia berkata, 'Harga yang rendah adalah dunia dan pernak-perniknya.<sup>24</sup>

Maka, Ketika melaksanakan perintah-perintah Allah harus dengan niat yang tulus atau Ikhlas, sehingga amal tersebut akan mendapatkan ridho Allah. Sebagaimana Nabi Muhammad saw bersabda yang tercantum pada hadis pertama kitab arba'in nawawi:

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى  
فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا  
أَوْ امْرَأَةٍ يَتَرَوَّجُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Dari Umar, bahwa Rasulullah ﷺ bersabda, "Semua perbuatan tergantung niatnya, dan (balasan) bagi tiap-tiap orang (tergantung) apa yang diniatkan; Barang siapa niat hijrahnya karena Allah dan rasul-Nya, maka hijrahnya adalah kepada Allah dan rasul-Nya. Barang siapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang

<sup>22</sup> Muḥammad Alī bin Jamīl Al-Shabūnī, *Shafwah Al-Tafāsīr* (Beirut, Lebanon: Dar al-Fikr, 1996).

<sup>23</sup> A Z Jauhari and M M Mashuri, "Konteks Larangan Menjual Ayat Al-Qur'an Dengan Harga Murah Dalam Al-Qur'an (Metode Tafsir Maudhu'i)," *Mafhum*, 2021, 17-30, <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/mafhum/article/view/3765%0Ahttps://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/mafhum/article/download/3765/2396>.

<sup>24</sup> Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim*.

ingin dinikahinya, maka hijrahnya adalah kepada apa dia diniatkan." <sup>25</sup>

Di dalam hadits ini, Rasulullah S.A.W menetapkan dua kaidah penting dalam pandangan Islam, terkait dengan landasan dilakukannya suatu amal dan pahala. Berdasarkan tinjauan ini, hadits tersebut mempunyai kedudukan yang sangat penting menjadi bagian dari prinsip-prinsip dasar dalam agama Islam<sup>26</sup>. Ketulusan dalam berniat menjadi syarat utama diterimanya amal, di mana setiap ibadah atau perbuatan harus dilakukan semata-mata karena Allah S.W.T., tanpa mengharapkan pujian atau keuntungan duniawi. Niat yang ikhlas merupakan cerminan dari keimanan yang murni, yang menjadikan seorang Muslim selalu berusaha menjalankan perintah Allah dengan penuh kesungguhan dan keikhlasan.<sup>27</sup>

Kalau niat kita dalam beragama sudah tulus dan tidak dicampuri kepentingan pribadi, maka agama tidak akan dijadikan alat untuk mencari keuntungan duniawi. Sayangnya, sekarang ini masih banyak orang yang memakai agama demi kepentingan duniawi. Karena, menjual agama untuk kepentingan duniawi bisa merusak makna agama itu sendiri dan menjauhkan orang dari nilai-nilai spiritual yang sejati.<sup>28</sup>

### ***Makna Hadis Komodifikasi Agama dalam Perspektif Teori Kontruksi Sosial Peter L. Berger***

Realitas sosial, menurut Peter L. Berger dalam *The Social Construction of Reality*, merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi manusia dalam masyarakat.<sup>29</sup> Berger

---

<sup>25</sup> Yahya bin Syaraf bin Muri Al-Nawawi, *Arba'in Nawawi* (Darul Haq, 2020).

<sup>26</sup> Setiapatni Aisahningsih and Lisma Meilia Wijayanti, "Urgensi Niat Belajar Menurut Syaikh Al-Zarnuji Dalam Kitab Ta'lim Al-Muta'allim Thariqat AtTaAllum," *Muaddib* 1, no. 1 (2023), <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

<sup>27</sup> Ni Putu Damiyani, "Yadnya Adalah Ketulusan, Bukan Kontestasi Yang Dibalut Gengsi Kehidupan Beragama," *Metta: Jurnanl Ilmu Multidisiplin* 1, no. 4 (2021).

<sup>28</sup> Redaksi, "Menjual Agama Untuk Kepentingan Politik," *islami.co*, 2019.

<sup>29</sup> Peter L. Berger, *The Secred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion* (New York city: Open Road: Integrated Media, 1966).



membedakan antara "kenyataan" dan "pengetahuan", di mana kenyataan adalah segala sesuatu yang diakui memiliki eksistensi yang tidak tergantung pada kehendak individu, sedangkan pengetahuan adalah keyakinan atau kepastian bahwa kenyataan tersebut memang nyata dan memiliki karakteristik tertentu. Dalam pandangan ini, realitas sosial tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk dan didefinisikan secara terus-menerus melalui proses komunikasi yang melibatkan tiga tahapan utama: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.<sup>30</sup> Pada tahap eksternalisasi, fenomena seperti bisnis berbasis keagamaan dan eksploitasi simbol agama merupakan bentuk ekspresi keagamaan yang dilepaskan ke ruang sosial sebagai produk atau praktik baru. Objektivasi adalah proses ketika hasil ekspresi tersebut diterima dan diakui sebagai kenyataan objektif oleh masyarakat; hal ini tampak pada komersialisasi ibadah, wisata religi, dan branding halal yang kemudian dianggap wajar sebagai bagian dari praktik keagamaan modern. Sedangkan internalisasi adalah proses di mana individu kembali menyerap kenyataan objektif tersebut dan menjadikannya sebagai bagian dari pemahamannya atas dunia; proses ini menjelaskan bagaimana masyarakat mulai melihat agama dalam bentuk yang terkomodifikasi sebagai sesuatu yang normal dan tidak lagi dipertanyakan makna sakralnya.<sup>31</sup> Melalui proses inilah, berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk agama, tidak hadir secara alami atau *given*, melainkan merupakan hasil konstruksi yang dapat mengalami perubahan sesuai konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang melingkupinya. Dalam masyarakat modern, hal ini menjelaskan mengapa institusi-institusi keagamaan, nilai-nilai spiritual, bahkan simbol-simbol sakral bisa mengalami transformasi makna dan fungsi karena proses sosial yang kompleks dan dinamis.<sup>32</sup>

Dalam konteks komodifikasi agama, teori Berger menjadi sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana nilai-nilai spiritual yang

---

<sup>30</sup> Fadiah, "Komodifikasi Agama Islam Dalam Mini Drama Lunch Box."

<sup>31</sup> Ferry Adhi Dharma, "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran L. Berger Tentang Kenyataan," *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>.

<sup>32</sup> Rudy Harold, "Agama Dan Pembentukan Realitas Dalam Padangan Peter Ludwig Berger," n.d., [http://americanmagazine.org/sites/default/files/issues/cf/pdfs/791\\_1.pdf](http://americanmagazine.org/sites/default/files/issues/cf/pdfs/791_1.pdf).

semula bersifat transendental dapat berubah menjadi objek konsumsi dalam masyarakat kapitalis.<sup>33</sup> Komodifikasi agama terjadi ketika ajaran, simbol, ritual, dan institusi keagamaan mulai dipasarkan dan dikonsumsi layaknya produk ekonomi.<sup>34</sup> Dalam masyarakat yang semakin sekuler, agama tidak lagi dipandang sebagai satu-satunya sumber kebenaran, melainkan hanya sebagai salah satu pilihan dalam pasar bebas nilai. Hal ini memunculkan praktik seperti wisata religi yang dikomersialkan, branding produk halal, hingga munculnya figur selebriti keagamaan yang memanfaatkan media dakwah untuk kepentingan popularitas dan ekonomi.<sup>35</sup> Dalam *The Sacred Canopy*, Berger menjelaskan bahwa modernitas dan sekularisasi menyebabkan runtuhnya "kanopi sakral", suatu kerangka keagamaan yang selama ini menjadi dasar bagi pemahaman hidup manusia. Agama kemudian diobjektifikasi dan dilihat sebagai fenomena sosial yang bisa dimodifikasi sesuai kebutuhan zaman.<sup>36</sup> Dampaknya sangat terasa dalam kehidupan umat Islam, di mana nilai keikhlasan dalam beribadah mulai tergerus oleh motivasi duniawi.<sup>37</sup> Pada titik ini, objektivasi yang dijelaskan Berger sejajar dengan makna hadis yang mana ketika agama sudah diproduksi sebagai komoditas, masyarakat menerima bentuk tersebut sebagai "realitas baru", sementara hadis justru menegaskan agar agama tidak direduksi menjadi sarana mencari keuntungan duniawi.<sup>38</sup>

---

<sup>33</sup> Afif Fusalhan, "Kapitalisme Media Dan Komodifikasi Agama (Pesan Di Balik Cerita Sinetron Religi Pesantren Rock N' Roll Season 3)" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014).

<sup>34</sup> Lida Maulida and Witro Doli, "Komodifikasi Simbol-Simbol Agama Di Kalangan Kelas Menengah Muslim Di Indonesia," *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)* 2, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.21274>.

<sup>35</sup> Muhammad Zaki, "Konsep Hijrah Dalam Gerakan Dakwah (Studi Fenomenologi Pada Anggota Gerakan#IndonesiaTanpaPacaran)" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

<sup>36</sup> Adhi Dharma, "Konstruksi Realitas Sosial:Pemikiran L. Berger Tentang Kenyataan."

<sup>37</sup> Jauhari and Mashuri, "Konteks Larangan Menjual Ayat Al-Qur'an Dengan Harga Murah Dalam Al-Qur'an (Metode Tafsir Maudhu'i)."

<sup>38</sup> Wahyudin Darmalaksana, "Konstruksi Sosial Periwiyatan Hadis : Studi Tahamul 'Ada Perspektif Peter L. Berger," *Ilmu Ushuluddin*, 2019, 1-8.

Hal ini sesuai dengan peringatan Rasulullah saw yang menegaskan larangan terhadap praktik komodifikasi agama, yang mengubah nilai-nilai spiritual menjadi alat untuk meraih keuntungan duniawi. Dakwah dan simbol-simbol keagamaan kerap dikemas layaknya produk dagangan. Di sebagian kehidupan sosial, pendakwah kini menjadi profesi yang menjanjikan keuntungan, sementara jamaah diposisikan sebagai konsumen.<sup>39</sup> Jika praktik ini terus berlanjut, ruh dan esensi agama akan terkikis, berganti dengan orientasi material semata.<sup>40</sup> Fenomena komodifikasi agama ini, dijelaskan oleh Peter L. Berger, terjadi karena proses eksternalisasi dalam artian suatu individu atau kelompok mengekspresikan pemahaman dan praktik keagamaan ke dalam bentuk produk, jasa, atau simbol yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Ketika produk tersebut masuk tahap objektivasi, praktik keagamaan yang telah terkomersialisasi diterima sebagai sesuatu yang sah; dan pada tahap internalisasi, kondisi ini menjadi bagian dari cara umat beragama memahami dan mempraktikkan agama.<sup>41</sup>

Apabila agama sudah dijadikan alat untuk mencari keuntungan materi, orientasi spiritual pun bergeser ke arah konsumtif.<sup>42</sup> Hal ini memperlihatkan bahwa nilai-nilai agama yang seharusnya menjadi pedoman hidup dilakukan secara ikhlas dan tulus, malah dijadikan sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan semata. Dari teori konstruksi sosial Peter L. Berger yang melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi terlihat mekanisme sosiologis yang memungkinkan komodifikasi agama terjadi.<sup>43</sup> Di sinilah hadis menjadi

---

<sup>39</sup> Fakhruroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah."

<sup>40</sup> Ahmad Robi Faroid, "Dagang Keimanan: Ketika Agama Menjadi Komoditas Paling Menjanjikan," 2025, <https://www.kompasiana.com/ahmadrobi29/678c9d7834777c16bf5ea253/dagang-keimanan-ketika-agama-menjadi-komoditas-paling-menjanjikan>.

<sup>41</sup> Darmalaksana, "Konstruksi Sosial Periwiyatan Hadis : Studi Tahamul 'Ada Perspektif Peter L. Berger."

<sup>42</sup> Indra Latif Syaepu and M Sauki, "Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Era Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri," *COMMUNICATIVE: JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM* 2, no. 2 (2021): 148–63, <https://doi.org/10.47453/M>.

<sup>43</sup> Nur Mizan, "Peter L. Berger Dan Gagasannya Mengenai Kontruksi Sosial Dan Agama."

*Muhammad Salim Mangunsong, Ibnu Hajar Ansori dkk*

sangat relevan, hadis-hadis tentang keikhlasan dan larangan menjual agama menunjukkan batas normatif yang secara langsung mengoreksi proses sosial yang dijelaskan Berger. Padahal Nabi Muhammad saw sudah menyinggung hal tersebut dalam hadis, yang mana Nabi memerintahkan untuk melakukan amal sebelum datangnya fitnah besar, di mana fitnah tersebut digambarkan dari keadaan orang-orang yang menjual agama dengan barang dunia. Dalam konteks ini, hadis-hadis Nabi menjadi pengingat penting agar umat Islam selalu waspada dan tetap menjaga kesucian niat serta integritas dalam beragama, tidak terjerumus dalam praktik-praktik yang memanfaatkan simbol agama hanya untuk meraih keuntungan materi belaka.

### ***Implikasi Hadis Larangan Komodifikasi Agama dalam Kehidupan Masyarakat Muslim di Era Modern***

Hadis Nabi Muhammad SAW tentang larangan menjual agama demi keuntungan duniawi menjadi peringatan serius terhadap fenomena komodifikasi agama di era modern, di mana nilai-nilai spiritual dijadikan alat untuk meraih keuntungan materi, seperti dalam bentuk produk berlabel syariah, dakwah berbayar, hingga branding ustaz selebritas yang lebih menonjolkan popularitas daripada substansi dakwah<sup>44</sup>. Praktik ini memunculkan pasar religius yang membentuk kesalehan artifisial dan berpotensi terjadinya eksploitasi keagamaan, misalnya pada film religi pesantren yang bermotif keagamaan yang justru menampilkan adegan-adegan percintaan<sup>45</sup>. Dalam konteks masyarakat plural, komodifikasi semacam ini berbahaya karena bukan hanya mencederai kesucian agama, tetapi juga berisiko menimbulkan konflik sosial berbasis identitas, sehingga pesan moral hadis tersebut tetap relevan untuk menegaskan pentingnya menjaga agama dari eksploitasi kepentingan duniawi.

Teori Berger memberikan landasan teoritis yang kuat dalam memahami fenomena komodifikasi agama di era globalisasi. Dari perspektif Berger, sekularisasi telah membuka jalan bagi agama untuk

---

<sup>44</sup> Fakhruroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah."

<sup>45</sup> Fusalhan, "Kapitalisme Media Dan Komodifikasi Agama (Pesan Di Balik Cerita Sinetron Religi Pesantren Rock N' Roll Season 3)."

menjadi bagian dari pasar bebas ide dan produk, sehingga mengalami objektifikasi dan komodifikasi. Yang mana, Fenomena ini menghadirkan tantangan besar bagi umat beragama, terutama dalam menjaga ketulusan dalam keberagamaan dan mempertahankan esensi nilai-nilai agama kehidupan sosial. Dengan memahami teori-teori ini, umat Islam dapat lebih kritis dalam menyikapi praktik-praktik komersialisasi agama dan menjaga kemurnian ajaran Islam dari pengaruh kapitalisme global.<sup>46</sup>

Komodifikasi agama dalam kehidupan umat Islam membawa dampak yang signifikan terhadap aspek spiritualitas dan moralitas. Dalam perspektif hadis, fenomena ini dapat mengikis ketulusan dalam beribadah karena praktik keagamaan yang seharusnya dilakukan secara ikhlas karena Allah justru menjadi alat untuk mendapatkan keuntungan duniawi<sup>47</sup>. Ketika agama dikomodifikasi, esensi keikhlasan dalam beribadah dapat tergantikan oleh motif ekonomi, seperti menjadikan ibadah sebagai sarana bisnis atau menjual ajaran agama demi kepentingan materi. Hal ini berpotensi mereduksi nilai-nilai spiritual yang murni dan mengubah agama menjadi sekadar produk konsumsi yang kehilangan makna transendentalnya. Akibatnya, umat Islam lebih fokus pada aspek materialistik agama dibandingkan penghayatan spiritual yang mendalam.<sup>48</sup>

Dalam perspektif teori sosial, baik Peter L. Berger memberikan wawasan mengenai bagaimana komodifikasi agama dapat mereduksi maknanya. Berger dalam menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, agama mengalami objektifikasi dan menjadi bagian dari sistem pasar, sehingga kehilangan peran fundamentalnya sebagai sumber makna yang absolut<sup>49</sup>. Untuk mengatasi dampak negatif ini, perlu ada kesadaran kritis dalam masyarakat agar tidak terjebak

---

<sup>46</sup> Abd A'la, "Pudarnya Ketulusan Beragama," *Artikel Opini*, no. 18 (2019).

<sup>47</sup> Latif Fianto and Fathul Qorib, "Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, no. 1 (June 30, 2022): 140–48, <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.148>.

<sup>48</sup> Latif Syaepu and Sauki, "Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Era Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri."

<sup>49</sup> Adhi Dharma, "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran L. Berger Tentang Kenyataan."

*Muhammad Salim Mangunsong, Ibnu Hajar Ansori dkk*

dalam eksploitasi agama oleh kepentingan ekonomi dan politik<sup>50</sup>. Ulama dan lembaga keagamaan berperan penting dalam memberikan pemahaman yang benar tentang nilai keikhlasan dalam beribadah serta membimbing umat agar tidak menjadikan agama sebagai alat komersialisasi. Selain itu, umat Islam perlu mengembalikan orientasi beragama kepada esensi spiritualnya, dengan menjadikan agama sebagai pedoman hidup yang otentik, bukan sebagai komoditas yang dikonsumsi secara pragmatis.<sup>51</sup>

Maka, dapat diketahui dampak dari Komodifikasi agama terarah pada privatisasi keberagamaan, di mana agama semakin kehilangan pengaruhnya dalam kehidupan sosial dan hanya dianggap sebagai urusan pribadi. Globalisasi dan pluralisme mendorong pergeseran peran agama menjadi sekadar pemenuhan kebutuhan spiritual individu, bukan sebagai sistem nilai yang mengatur kehidupan bersama. Selain itu, agama dijadikan komoditas yang diperjualbelikan di pasar, dengan berbagai simbol dan praktik keagamaan dikemas sebagai produk konsumsi<sup>52</sup>. Fenomena ini menyebabkan pergeseran makna agama, di mana keberagamaan lebih banyak ditampilkan dalam bentuk estetika dan gaya hidup daripada mengedepankan nilai-nilai fundamentalnya.<sup>53</sup>

Untuk mengatasi dampak negatif ini, agama perlu dikembalikan ke ruang publik agar tetap berperan dalam kehidupan sosial. Gagasan deprivatisasi agama dapat diterapkan dengan menjadikannya bagian dari kebijakan sosial dan regulasi negara. Selain itu, masyarakat perlu lebih kritis dalam menyikapi tren konsumsi agama agar tidak terjebak pada aspek komersial semata, melainkan memahami nilai esensial yang terkandung dalam ajaran agama itu sendiri. Agama harus memainkan peran aktif dalam menyelesaikan berbagai persoalan

---

<sup>50</sup> Theguh Saumantri and Abdu Zikrillah, "Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa," *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2020): 2020.

<sup>51</sup> Fakhrurroji, "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah."

<sup>52</sup> Muh Rizki Zailani and Roma Ulinnuha, "Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial," *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (January 25, 2023): 248–65, <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.

<sup>53</sup> Latif Syaepu and Sauki, "Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Era Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri."

sosial, seperti ketimpangan keagamaan serta dalam kehidupan sosial, sehingga tetap berfungsi sebagai pedoman moral yang memberikan manfaat bagi kehidupan bersama.<sup>54</sup>

Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran kritis dari umat Islam untuk mengembalikan dan mengetahui makna agama pada esensi spiritualnya dengan memahami hadis yang menyinggung tentang menjual agamanya untuk kepentingan duniawi. Ulama, tokoh agama, dan lembaga keagamaan memiliki peran penting dalam menjaga kemurnian ajaran dari arus komersialisasi yang mereduksi agama menjadi sekadar produk pasar. Pendekatan yang menekankan pada keikhlasan, pemurnian niat, dan kesadaran akan bahaya komodifikasi dapat menjadi langkah preventif dalam menjaga nilai-nilai sakral tetap hidup di tengah arus modernitas.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi agama di era kapitalisme global menyebabkan pergeseran nilai, di mana agama kehilangan orientasi transendentalnya dan berubah menjadi komoditas yang dikendalikan oleh logika pasar. Melalui metode studi kepustakaan—meliputi *takhrij*, kritik sanad, dan analisis matan—penelitian ini menguji hipotesis bahwa hadis dapat berfungsi sebagai kontra-narasi normatif terhadap komodifikasi agama. Hasilnya membuktikan bahwa hadis-hadis tentang keikhlasan beribadah dan larangan memperjualbelikan agama menegaskan posisi Islam yang menolak segala bentuk manipulasi simbol dan praktik religius untuk keuntungan duniawi. Integrasi teori konstruksi sosial Peter L. Berger semakin memperjelas bahwa proses objektifikasi agama terjadi ketika nilai sakral direduksi menjadi produk sosial dan ekonomi.

Temuan penelitian ini diperkuat oleh contoh empiris yang telah dikaji dalam literatur sebelumnya, seperti komersialisasi dakwah melalui konten Instagram “Lunch Box”, transformasi nilai religius menjadi hiburan dalam sinetron “Pesantren dan Rock n’ Roll” dan program “Kata Ustadz Solmed”, serta penggunaan simbol Islam dalam pemasaran perumahan syariah di Surabaya. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bagaimana agama mengalami komodifikasi melalui media, industri kreatif, dan ekonomi konsumsi.

---

<sup>54</sup> Fakhruroji, “Privatisasi Agama: Globalisasi Dan Komodifikasi Agama.”

Muhammad Salim Mangunsong, Ibnu Hajar Ansori dkk

Ketika dianalisis melalui perspektif hadis, praktik-praktik ini bersinggungan langsung dengan kritik Nabi terhadap eksploitasi agama dan penekanan beliau terhadap keikhlasan sebagai fondasi ibadah. Dengan demikian, hubungan antara masalah, metode, dan hasil penelitian menjadi jelas: hadis menyediakan kerangka etis untuk menilai dan mengoreksi penyimpangan religius yang muncul akibat mekanisme pasar modern.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan data kepustakaan dan belum melibatkan observasi lapangan yang dapat menangkap dinamika sosial komodifikasi secara langsung. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada pendekatan kualitatif berbasis lapangan atau etnografi untuk mengamati praktik komodifikasi dalam komunitas dakwah, industri konten religius, atau pasar produk keislaman. Selain itu, penggunaan teori Jean Baudrillard tentang simulasi dan hiperrealitas dapat memperluas analisis terhadap bagaimana simbol keagamaan tidak hanya menjadi komoditas, tetapi juga berubah menjadi *simulacra* yang memisahkan agama dari substansinya. Pendekatan interdisipliner ini berpotensi memperkaya pemahaman mengenai tantangan integritas agama dalam struktur sosial kapitalisme global.

### Daftar Pustaka

- Abd A'la. "Pudarnya Ketulusan Beragama." *Artikel Opini*, no. 18 (2019).
- Adhi Dharma, Ferry. "Konstruksi Realitas Sosial:Pemikiran L. Berger Tentang Kenyataan." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>.
- Ahyani, Andi Nur, Muhammad Syahrul Mubarak, Abdul Gaffar, and Nasri Akib. "Komodifikasi Dalil Agama Di E-Commerce." *Muttaqien* 5, no. 2 (2024): 99-110. <https://doi.org/10.20213/mtq.05.2.01>.
- Aisahningsih, Setiaputri, and Lisma Meilia Wijayanti. "Urgensi Niat Belajar Menurut Syaikh Al-Zarnuji Dalam Kitab Ta'lim Al-Muta'allim Thariqat AtTàAllum." *Muaddib* 1, no. 1 (2023). <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.
- Al-Mahalli, Jalaluddin dan As-Suyuthi, Jalaluddin. *Tafsir Jalalain*. Beirut, Lebanon: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah, 2021.



- Al-Nawawi, Yahya bin Syaraf bin Muri. *Arba'in Nawawi*. Darul Haq, 2020.
- Al-Shabūnī, Muḥammad Alī bin Jamīl. *Shafwah Al-Tafāsīr*. Beirut, Lebanon: Dar al-Fikr, 1996.
- Alfinnatturrohmah, Dea Anisa Fitri, and Nurul Hidayah. "Analisis Makna Tekstual Dan Kontekstual Hadist Tentang Niat Dalam Kitab Arba'in Nawawi." *Al-Lahiah: Jurnal Pendidikan, Bahasa Arab Dan Kajian Linguistik Arab* 6, no. 1 (2023): 42-46.
- An-Nawawi. *Minhaj Syarah Shahih Muslim*. Ad-Dārul 'Alamiyyah, 2021.
- Anam, Nurul. "Komodifikasi Agama Dan Kapitalisme (Studi Atas Acara Religi Dalam Tayangan Kata Ustadz Solmed)." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA, 2016.
- Berger, Peter L. *The Secred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. New York city: Open Road: Integrated Media, 1966.
- Darmalaksana, Wahyudin. "Konstruksi Sosial Peristiwa Hadis : Studi Tahamul 'Ada Perspektif Peter L. Berger." *Ilmu Ushuluddin*, 2019, 1-8.
- Elanda, Yelly. "Komodifikasi Agama Pada Perumahan Syariah Di Surabaya." *Al-Hikmah* 17, no. 2 (October 2019). <http://alhikmah.iain-jember.ac.id/>.
- Fadiah, Rosya El. "Komodifikasi Agama Islam Dalam Mini Drama Lunch Box." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017.
- Fadillah, Ivan Fahmi. "Analisis Konsep Taqwa Dalam Al-Qur'an: Studi Terhadap Ayat-Ayat Yang Menyebutkan Taqwa." *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis* 3, no. 3 (2023): 110.
- Fakhruroji, Moch. "Privatisasi Agama: Globalisasi Dan Komodifikasi Agama," n.d.
- Fakhruroji, Mochammad. "Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah" 5, no. 16 (December 2010).
- Fianto, Latif, and Fathul Qorib. "Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, no. 1 (June 30, 2022): 140-48. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.148>.

- Fusalhan, Afif. "Kapitalisme Media Dan Komodifikasi Agama (Pesan Di Balik Cerita Sinetron Religi Pesantren Rock N' Roll Season 3)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.
- Harold, Rudy. "Agama Dan Pembentukan Realitas Dalam Padangan Peter Ludwig Berger," n.d. [http://americanmagazine.org/sites/default/files/issues/cf/pdfs/791\\_1.pdf](http://americanmagazine.org/sites/default/files/issues/cf/pdfs/791_1.pdf).
- Jauhari, A Z, and M M Mashuri. "Konteks Larangan Menjual Ayat Al-Qur'an Dengan Harga Murah Dalam Al-Qur'an (Metode Tafsir Maudhu'i)." *Mafhum*, 2021, 17-30. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/mafhum/article/view/3765%0Ahttps://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/mafhum/article/download/3765/2396>.
- Katsir, Ibnu. *Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim*. Dar Ibn Hazm, 2020.
- Kholida, Maya, and Ita Rodiah. "Komodifikasi Agama: Sebuah Strategi Pemasaran." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 6, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>.
- Latif Syaepu, Indra, and M Sauki. "Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Era Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri." *COMMUNICATIVE: JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM* 2, no. 2 (2021): 148-63. <https://doi.org/10.47453/M>.
- Maemunatun, Maemunatun. "Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti." *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* 9 (December 16, 2022): 70-72. <https://doi.org/10.30595/pssh.v9i.655>.
- Maulida, Lida, and Witro Doli. "Komodifikasi Simbol-Simbol Agama Di Kalangan Kelas Menengah Muslim Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)* 2, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.21274>.
- Ningsih, Fitri Randia, Juli Julaiha, and Zulfahmi Lubis. "Metode Praktis Takhrij Hadist." *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam* 4, no. 1 (2023).
- Nūr al-Dīn Muḥammad bin 'Abd al-Hādī, Abū al-Ḥasan. *Hāsyiyah Al-Sindī 'alā Musnad Al-Imām Aḥmad Bin Ḥanbal*. Mu'assasah al-Risālah al-'Ālamiyyah, 2011.
- Nur Mizan, Ahmad. "Peter L. Berger Dan Gagasannya Mengenai

- Kontruksi Sosial Dan Agama." *Citra Ilmu* 12, no. 25 (October 2016).
- Pamil, Jon. "Takhrij Hadist: Langkah Awal Penelitian Hadist." *Jurnal Pemikiran Islam* 37, no. 1 (2012): 53–78.
- Putu Damiyani, Ni. "Yadnya Adalah Ketulusan, Bukan Kontestasi Yang Dibalut Gengsi Kehidupan Beragama." *Metta: Jurnanl Ilmu Multidisiplin* 1, no. 4 (2021).
- Redaksi. "Menjual Agama Untuk Kepentingan Politik." *islami.co*, 2019.
- Robi Faroid, Ahmad. "Dagang Keimanan: Ketika Agama Menjadi Komoditas Paling Menjanjikan," 2025. <https://www.kompasiana.com/ahmadrobi29/678c9d7834777c16bf5ea253/dagang-keimanan-ketika-agama-menjadi-komoditas-paling-menjanjikan>.
- Saumantri, Theguh, and Abdu Zikrillah. "Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa." *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2020): 2020.
- Syah, Hakim. "Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama)." *Jurnal Dakwah* XIV, no. 2 (2013).
- Yustati, Herlina. "Implikasi Strategi Pemasaran Melalui Komodifikasi Agama Di Indonesia." *E-Journal System IAIN Bengkulu* 3, no. 2 (2017).
- Zailani, Muh Rizki, and Roma Ulinnuha. "Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial." *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (January 25, 2023): 248–65. <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.
- Zaki, Muhammad. "Konsep Hijrah Dalam Gerakan Dakwah (Studi Fenomenologi Pada Anggota Gerakan#IndonesiaTanpaPacaran)." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.