

EMBEDDEDNES EKONOMI DALAM RUANG SAKRAL: KONSTRUKSI SOSIAL DAN JARINGAN KEPERCAYAAN PADA FENOMENA HAJI FURODA DI INDONESIA

**Rety Reka Merlins^{1)*}, Muammar Akbar Al Qhuraissy ²⁾, Rosdiana³⁾,
Hasyim Abdillah⁴⁾**

^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

*Email Korespondensi: rety.reka@uho.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena ibadah Haji Furoda di Indonesia sebagai praktik ekonomi yang melekat (*Embedded*) dalam jaringan sosial dan konstruksi kepercayaan di ruang sacral. Ditengah menguatnya kapitalisme religious, ibadah haji tidak lagi semata dipahami sebagai praktik spiritual, melainkan juga sebagai arena pertukaran ekonomi yang kompleks. Haji Furoda, sebagai jalur non kuota regular, menghadirkan dinamika ketidakpastian legalitas, risiko keberangkatan, serta tingginya biaya, sehingga menjadikan kepercayaan (*trust*) dan jejaring sosial sebagai modal utama dalam proses transaksinya. Dengan menggunakan perspektif *Ebeddedness* dari mark Granovetter, penelitian ini menolak pandangan ekonomi yang memisahkan Tindakan pasar dari konteks sosialnya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memotret bagaimana relasi personal, reputasi dan otoritas religious serta kedekatan sosial berperan dalam membentuk legitimasi serta mengurangi risiko dalam praktik Haji Furoda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi Haji Furoda tidak berjalan semata berdasarkan mekanisme penawaran dan permintaan, tetapi ditopang oleh jaringan kepercayaan yang terbangun melalui relasi sosial, symbol religious, serta distribusi informasi informal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang sacral tidak steril dari logika pasar, melainkan menjadi arena dimana nilai spiritual dan nilai ekonomi saling berkelindan. Dengan demikian, studi ini berkontribusi dalam memperluas kajian sosiologi agama, khususnya dalam memahami bagaimana Tindakan ekonomi dalam praktik keagamaan dikonstruksi dan dilegitimasi melalui keterlekatan sosial di Indonesia.

Kata Kunci: Embeddedness; Sosiologi Ekonomi; Haji Furoda

ABSTRACT

This study aims to analyze the phenomenon of Furoda Hajj in Indonesia as an economic practice embedded within social networks and the construction of trust in sacred spaces. Amid the growing influence of religious capitalism, the Hajj is no longer understood solely as a spiritual practice but also as an arena of complex economic exchange. As a non-regular, non-quota pilgrimage scheme, Furoda Hajj is characterized by uncertainties regarding legal status, risks of departure, and high costs, making trust and social networks essential forms of capital in the transaction process. Drawing on Mark Granovetter's theory of embeddedness, this study rejects the view that economic actions are detached from their social context. A qualitative approach was employed to examine how personal relationships, reputation, religious authority, and social proximity shape legitimacy and reduce risk in the practice of Furoda Hajj. The findings reveal that Furoda Hajj transactions are not governed solely by the mechanisms of supply and demand; rather, they are sustained by networks of trust built through social relationships, religious symbols, and the informal circulation of information. This study concludes that sacred spaces are not insulated from market logic but instead constitute arenas where spiritual and economic values are deeply intertwined. Accordingly, this research contributes to the advancement of the sociology of religion, particularly by explaining how economic actions within religious practices are socially constructed and legitimized through embedded social relations in Indonesia.

Keywords: Embeddedness; Economic Sociology; Furoda Hajj.

PENDAHULUAN

Fenomena Haji Furoda menunjukkan adanya proses komodifikasi agama, dimana ibadah yang semestinya sacral mengalami pergeseran makna menjadi layanan eksklusif yang hanya dapat diakses oleh mereka yang memiliki kemampuan ekonomi tinggi. Akibatnya, praktik keagamaan tersebut, tidak hanya dipahami sebagai kewajiban spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai symbol status sosial baru. Dalam sudut pandang sosiologi ekonomi, kondisi ini mencerminkan bahwa praktik ibadah tidak berdiri semata pada dimensi religious, melainkan berkaitan erat dengan struktur sosial, distribusi kekuatan ekonomi, serta mekanisme pasar yang turut membentuk dan mempengaruhi cara agama dijalankan ditengah masyarakat (Merlins et al., 2025).

Haji Furoda merupakan jenis ibadah haji yang visanya diperoleh melalui undangan langsung dari Pemerintah Kerajaan Arab Saudi, diluar kuota resmi yang dialokasikan kepada Kementerian Agama Republik Indonesia, sehingga sering disebut sebagai haji nonkuota. Jemaah yang menempuh jalur ini umumnya berangkat secara mandiri dengan pengelolaan dari biro perjalanan haji, baik yang resmi maupun yang memiliki izin tertentu, atau melalui Yayasan yang memiliki hubungan dengan otoritas Arab Saudi, bahkan dapat pula difasilitasi oleh individu. Dari segi regulasi imigrasi Arab Saudi, penggunaan visa furoda, bersifat sah dan diakui secara hukum (Ritonga & Ida Nadirah, 2022).

Haji Furoda merupakan program haji nonkuota yang sah dan tercatat dalam alokasi resmi Pemerintah Kerajaan Arab Saudi, karena tidak menggunakan kuota haji yang diberikan kepada Pemerintah Republik Indonesia, calon Jemaah yang memilih jalur ini tidak perlu melalui masa tunggu seperti pada pendaftaran haji regular maupun haji plus yang termasuk dalam kuota nasional. Kuota dari Pemerintah Kerajaan Arab Saudi tersebut dapat diakses oleh calon Jemaah dari berbagai negara yang ingin menunaikan ibadah haji melalui mekanisme langsung dengan otoritas Saudi, dan ketersediaannya dibuka setiap tahun (Farida, 2019).

Haji furoda di Indonesia tidak dapat lagi dipandang sekedar sebagai transaksi komersial antara penyedia jasa travel dengan calon Jemaah, melainkan sebagai sebuah Tindakan ekonomi yang secara mendalam melekat (*embedded*) dalam

struktur sosial dan jaringan kepercayaan. Dalam perspektif sosiologi ekonomi Mark Granovetter, Tindakan individu tidak terjadi dalam ruang hampa atau hanya didorong oleh motif ekonomi demi efisiensi biaya semata. Sebaliknya, preferensi jamaah terhadap haji furoda yang menawarkan jalur non kuota pemerintah dengan biaya fantastis, merupakan hasil dari interaksi dinamis dalam jaringan personal dan reputasi Lembaga yang terjaga.

Ditengah arus kapitalisme religious, spiritualitas tidak lagi berdiri terpisah dari logika pasar, ia bertransformasi menjadi komoditas yang nilai ekonominya dikonstruksi melalui relasi sosial, dimana kepercayaan (*trust*) menjadi modal utama yang memitigasi resiko ketidakpastian legalitas dan keberangkatan. Dengan demikian, Haji Furoda menjadi representasi sempurna mengenai bagaimana pasar agama beroperasi bukan hanya melalui mekanisme penawaran dan permintaan, tetapi melalui kekuatan jejaring sosial yang mengikat para aktornya. Kajian ini mencoba mengisi celah yang belum dikaji oleh penulis lain. Olehnya itu, dalam tulisan ini, penulis mencoba untuk memotret sisi lain dari fenomena haji furoda dengan menggunakan perspektif Mark Granovetter dengan teorinya yang sangat terkenal yakni *Embeddedness* atau keterlekatan.

Urgensi kajian ini terletak pada upaya untuk memahami bahwa praktik ekonomi keagamaan tidak dapat dijelaskan hanya dengan melalui mekanisme rasionalitas pasar (*supply-demand*), tetapi juga melalui relasi sosial yang membentuk, menopang, dan melegitimasi transaksi tersebut. Dengan menggunakan perspektif keterlekatan (*Embeddedness*) dari Mark Granovetter, penelitian ini menegaskan bahwa Tindakan ekonomi dalam haji furoda melekat pada jejaring sosial, reputasi dan distribusi kepercayaan yang menjadi modal utama dalam memitigasi resiko ketidakpastian legalitas dan keberangkatan.

Kajian ini menjadi penting, karena secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan teori *embeddedness* dalam ranah ekonomi kegamaan, khususnya pada praktik haji non regular yang belum banyak dikaji secara sosiologis. Secara empiris, fenomena haji furoda menunjukkan bagaimana kepercayaan sosial dapat menggantikan atau bahkan melampaui jaminan formal negara dalam praktik transaksi bernilai tinggi. Secara kontekstual, meningkatnya komersialisasi ibadah

ditengah kapitalisme religious, menjadikan studi ini relevan untuk memahami transformasi otoritas, legitimasi dan distribusi akses dalam praktik keagamaan kontemporer. Dan secara kritis, penelitian ini membantu membaca ulang relasi antara agama, pasar, dan jejaring sosial sebagai struktur yang saling membentuk, bukan entitas yang berdiri sendiri. Dengan demikian, tulisan ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur mengenai haji furoda, tetapi juga menawarkan kontribusi konseptual dalam memahami bagaimana spiritualitas, ekonomi dan relasi sosial saling berkelindan dalam konfigurasi kapitalisme religious modern.

METODE PENELITIAN

Studi Pustaka dipilih untuk menegaskan adanya kekosongan kerangka teoritis dalam membaca dan memahami fenomena Haji Furoda yang selama ini lebih banyak dipahami melalui perspektif hukum dan ekonomi formal, tanpa melihat keterlekatan sosial yang menopangnya. Pendekatan yang digunakan bersifat teoritis reflektif, bukan berorientasi pada pengukuran empiris, melainkan pada upaya menjelaskan keterbatasan analisis ekonomi rasional yang memisahkan Tindakan pasar dari konteks sosialnya. Bahan Pustaka dikumpulkan melalui penelusuran sistematis terhadap buku, artikel jurnal nasional dan jurnal internasional, serta berita atau informasi dari beberapa media terkait. Pencarian dilakukan melalui database seperti Google Scholar dengan kata kunci *Embeddedness*, dan Haji Furoda serta Mark Granovetter. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis wacana teoritis serta analisis tematik konseptual yang merujuk pada pendekatan yang dikembangkan oleh Virginia Braun dan Victoria Clarcke (2006). Analisis tematik ini digunakan untuk menelusuri dan mengidentifikasi pola-pola konseptual yang muncul secara konsisten diberbagai literatur yang relevan dengan kajian penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

***Embeddedness* dalam Konsep Mark Granovetter**

Dalam perspektif *Embeddedness* yang diperkenalkan oleh Mark Granovetter, Tindakan ekonomi tidak pernah berdiri sendiri, melainkan selalu melekat dalam jejaring relasi sosial. Fenomena haji furoda menunjukkan bahwa akses terhadap jalur keberangkatan non kuota tidak semata ditentukan oleh kemampuan finansial

atau mekanisme penawaran-permintaan, tetapi sangat bergantung pada jaringan kepercayaan, reputasi agen, otoritas religious, serta kedekatan sosial antar actor. Dengan demikian, kajian ini menegaskan perlunya pendekatan yang memadukan antara sosiologi ekonomi dan studi agama untuk memahami bagaimana ruang sacral seperti ibadah haji justru menjadi arena dimana logika pasar bekerja melalui konstruksi sosial dan jaringan kepercayaan yang terlekat kuat dalam struktur masyarakat.

Upaya untuk merumuskan teori dan paradigma umum dalam sosiologi ekonomi telah banyak dilakukan. Dan salah satu pendekatan yang paling berpengaruh adalah teori keterlekatan sosial (*embeddedness*) dari Mark Granovetter, yang digunakan untuk memahami Tindakan ekonomi. Ia menekankan bahwa aktivitas ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan tertanam dalam hubungan sosial antar pelaku. Dengan demikian, proses ekonomi tidak hanya diatur oleh mekanisme pasar, tetapi juga oleh relasi non-pasar, seperti keluarga, pertemanan dan komunitas (Musthofa, Arizqi et al., 2023).

Dalam praktik haji furoda, konsep keterlekatan sosial ini terlihat jelas, keputusan seseorang untuk memilih jalur haji furoda seringkali tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan rasional ekonomi seperti biaya atau kecepatan keberangkatan, tetapi juga dipengaruhi oleh jaringan sosial, seperti rekomendasi dari keluarga, teman dekat, atau tokoh agama dapat membentuk kepercayaan terhadap agen travel tertentu. selain itu, relasi komunitas juga berperan dalam menyebarkan informasi dan pengalaman mengenai haji furoda. Dengan demikian, praktik ekonomi dalam penyelenggaraan haji furoda menunjukkan bahwa tindakan ekonomi sangat terikat pada hubungan sosial, sebagaimana dijelaskan dalam teori keterlekatan sosial.

Dari perspektif kepentingan, pemikiran Mark Granovetter dapat dibedakan kedalam dua tingkat, yakni tingkat mikro dan tingkat kelembagaan sebagaimana dijelaskan oleh Richard Swedberg. Pada tingkat kelembagaan, institusi ekonomi dipahami dalam hubungannya dengan upaya mengorganisasi dan memobilisasi sumber daya untuk tindakan kolektif, suatu pendekatan yang lazim dalam analisis sosiologi tentang kepentingan. Sementara itu, pada tingkat mikro, Granovetter

memiliki pandangan yang berbeda dari ekonom klasik mengenai kepentingan individu. Ia menekankan bahwa interaksi sosial manusia membatasi cara kita memahami kepentingan individu secara sempit. Kepentingan tidak bisa direduksi hanya pada motif ekonomi, karena hubungan sosial memiliki dimensi yang lebih mendasar dan abstrak. Granovetter juga menegaskan bahwa tindakan ekonomi tidak pernah sepenuhnya bersifat ekonomi, melainkan selalu mengandung unsur non-ekonomi. Setiap tindakan sosial, termasuk tindakan ekonomi, dipengaruhi oleh motivasi yang berpusat pada manusia seperti kebutuhan akan relasi sosial, dukungan, status dan kekuasaan. Dengan demikian, pada tingkat mikro, tindakan ekonomi tidak pernah murni didorong oleh kepentingan ekonomi, karena ketika individu berinteraksi dengan orang lain, kepentingan sosial turut memainkan peran (Sumarti, 2007).

Dalam konteks haji furoda, pemikiran ini dapat menjelaskan bahwa keputusan individu untuk memilih jalur tersebut, tidak semata-mata didasarkan pada kepentingan ekonomi seperti efisiensi waktu atau kemampuan finansial. Pada tingkat kelembagaan, penyelenggaraan haji furoda melibatkan berbagai insititusi seperti biro perjalanan, otoritas keagamaan, dan jaringan bisnis yang bekerjasama untuk memobilisasi sumber daya, baik dana, akses visa, maupun layanan demi keberangkatan jamaah secara kolektif. Namun, pada tingkat mikro, pilihan individu sangat dipengaruhi oleh kepentingan non ekonomi. Misalnya, seseorang bisa memilih haji furoda karena dorongan status sosial (dipandang mampu secara finansial), keinginan memperoleh pengakuan dalam komunitas, atau karena adanya kepercayaan terhadap agen tertentu yang direkomendasikan oleh jaringan sosialnya. Bahkan, factor seperti rasa aman, kedekatan dengan penyelenggara, dan dukungan sosial dari lingkungan sekitar dapat lebih dominan daripada pertimbangan rasional ekonomi. Dengan demikian, praktik haji furoda menunjukkan bahwa tindakan ekonomi para jamaah tidak pernah sepenuhnya rasional ekonomis. Ia selalu terikat pada relasi sosial dan dipengaruhi oleh motivasi sosial yang lebih luas, sebagaimana dijelaskan dalam perspektif Granovetter.

Embedddedness dalam Ruang Sakral

Konsep keterlekatan dalam konteks ruang sacral menegaskan bahwa kesucian sebuah tempat, tidaklah eksis dalam ruang hampa, melainkan terjalin erat dengan struktur sosial, memori kolektif, dan praktik material yang menghidupinya. ruang sacral bukan sekedar koordinat geografis atau bangunan fisik, melainkan sebuah wadah dimana nilai-nilai transcendental berinteraksi secara dialektis dengan realitas profan sehari-hari. Dalam spektrum ini, keterlekatan mencakup bagaimana individu dan komunitas menanamkan identitas serta orientasi eksistensial mereka kedalam narasi ruang tersebut. Memahami keterlekatan menjadi hal yang krusial untuk melihat bagaimana ruang sacral mampu mempertahankan otoritas dan relevansinya ditengah perubahan zaman yang terus bergerak dinamis.

Keterlekatan dalam ruang sacral kontemporer melampaui batas-batas fisik bangunan, mencakup keterjalinan antar materialistis tempat, praktik digital dan negosiasi identitas sosial (Plevoets, dan Clempoel, 2021). Ruang sacral saat ini dipandang sebagai entitas yang dinamis, dimana kesucian tidak hanya diwariskan secara tradisional tetapi juga dikonstruksi melalui interaksi berkelanjutan antar actor manusia dan lingkungan binaannya (Knotter, 2023). Dalam konteks ini, keterlekatan mencerminkan bagaimana nilai-nilai spiritual terakar kuat dalam memori kolektif local, sekaligus beradaptasi dengan tantangan globalisasi dan sekularisasi perkotaan (De Wild et all., 2022).

Lebih lanjut, keterlekatan ini menciptakan apa yang disebut sebagai ekosistem sacral, dimana praktik ritual berfungsi sebagai jangkar yang mengikat individu dalam ruang tertentu melalui pengalaman sensorik dan emosional (Tweed, 2021). Menurut Madred et all., (2024), ruang sacral bukan sekedar situs statis, melainkan ruang yang “menjadi” (*becoming*) melalui keterlekatan sosial yang terus menerus dinegosiasikan. Dengan demikian, memahami keterlekatan dalam ruang sacral menjadi esensial untuk memetakan bagaimana komunitas religious mempertahankan kohesi sosial dan makna eksistensial mereka ditengah dunia yang semakin terfragmentasi (Vasu, 2022).

Haji Furoda sebagai Arena *Embeddedness* Ekonomi

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, praktik haji furoda dapat dipahami bukan sekedar sebagai transaksi jasa keagamaan berbasis pasar, melainkan sebagai sebuah arena sosial tempat berbagai kepentingan dan relasi saling berkelindan. Mengacu pada Mark Granovetter tentang keterlekatan sosial (*embeddedness*). Setiap tahapan dalam penyelenggaraan haji furoda, mulai dari pemilihan biro perjalanan, proses keberangkatan, hingga pengalaman ibadah tidak terlepas dari jaringan hubungan sosial yang melingkupinya. Dalam arena ini, Tindakan ekonomi para actor tidak berdiri secara otonom, tetapi dipengaruhi oleh kepercayaan, rekomendasi, status sosial, serta interaksi yang terbentuk dalam keluarga, komunitas dan institusi. Oleh karena itu, haji furoda dapat dilihat sebagai ruang konkret dimana keterlekatan sosial bekerja, membentuk sekaligus mengarahkan praktik ekonomi yang terjadi didalamnya.

Transformasi ruang sacral dalam konteks modernitas mencapai titik kulminasinya pada fenomena haji furoda, sebuah jalur pemberangkatan ibadah haji non-kuota yang berbasis pada undangan resmi (*mujamalah*) dari Pemerintah Kerajaan Arab Saudi. Fenomena ini bukan sekedar persoalan mobilitas geografis atau legalitas administrative, melainkan sebuah arena keterlekatan (*arena of embeddedness*) di mana logika pasar, otoritas keagamaan, dan priviles sosial saling berkelindan (Fajri, 2024). Dalam praktik haji furoda, keterlekatan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari modalitas sosial dan spiritual; keputusan individu untuk menempuh jalur ini seringkali berakar pada negosiasi antara urgensi ritual dan posisi kelas sosial dalam stuktur masyarakat (Rahman dan Hidayat, 2023).

Sebagai sebuah arena haji, furoda menunjukkan bagaimana akses terhadap ruang sacral paling utama dalam islam yakni Tanah Haram tidak lagi hanya ditentukan oleh birokrasi negara, tetapi juga tersemat dalam jaringan actor bisnis travel dan relasi diplomatic informal (Saputra, 2025). Disini, ruang sacral menjadi panggung dimana keterlekatan relasional para jamaah diuji, dimana komodifikasi layanan premium berinteraksi langsung dengan kedalaman pengalaman religious. Oleh karena itu, bagian ini akan membedah bagaimana haji furoda berfungsi sebagai ruang dimana identitas keagamaan dikonstruksi melalui interaksi kompleks

antara kapitalisme global dan kesalehan individu yang terlekat kuat dalam konteks local Indonesia.

Dalam perspektif Granovetter tentang *emddedness* atau keterlekatan, identitas jamaah tidak lagi dipahami sebagai entitas statis, melainkan sebuah proses menjadi yang terlekat dalam jaringan ekonomi neoliberal yang menyediakan akses instan menuju ruang sacral (Hidayat dan Syarif, 2024). Penggunaan visa mujamalah menunjukkan bagaimana modal finansial ditransformasikan menjadi modal simbolik dan spiritual; di mana kenyamanan eksklusif dan kecepatan akses dipandang sebagai perpanjangan dari keberkahan ilahi, sekaligus penanda status sosial dalam stratifikasi religious kontemporer (Fauzi et all., 2025).

Keterlekatan identitas ini mencerminkan apa yang disebut sebagai “kesalehan pasar” atau (*market piety*), di mana individu menavigasi struktur pasar global untuk memenuhi kewajiban transcendental yang terkendala oleh birokrasi negara (Muzakki dan Rohman, 2023). Dalam ruang ini, komodifikasi layanan haji tidak serta merta mereduksi makna ritual, namun justru menjadi instrument bagi jamaah untuk menegosiasikan identitas mereka sebagai muslim modern yang mampu menyelaraskan kesuksesan material dengan otoritas spiritual (Pribadi, 2024). Dengan demikian, haji furoda menjadi hal yang sangat krusial untuk mengamati bagaimana identitas keagamaan di Indonesia mengalami rekonfigurasi di tengah arus globalisasi, dimana kesalehan individu semakin terikat erat dengan kemampuan akses terhadap jaringan kapital transnasional (Zuhdi dan Hakim, 2026).

KESIMPULAN

Konstruksi sosial yang terbentuk dalam haji furoda menegaskan bahwa ruang sacral tetap menjadi medan yang dinamis , dimana otoritas tradisional kini harus bernegosiasi dengan kekuatan modal dan akses jaringan. Keterlekatan ini pada akhirnya, menciptakan struktur sosial yang unik di Indonesia, dimana status haji tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan rukun islam, tetapi juga sebagai manifestasi dari kemampuan actor dalam mengintegrasikan modalitas finansial kedalam komitmen transcendental. Dengan demikian, memahami haji furoda dari lensa *emddedness* memberikan perspektif baru bahwa dibalik setiap perjalanan suci

yang eksklusif, terdapat jaringan relasi sosial dan ekonomi yang rumit namun tetap berpusat pada satu tujuan, yakni mencari mana dipusat dunia yang sacral atau suci.

Secara teoritis dan praktis, kajian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan IPTEK, khususnya dalam perkembangan rumpun ilmu sosial dan humaniora melalui pengayaan teori keterlekatan ekonomi (*economy embeddedness*) pada ruang sacral yang belum banyak dieksplorasi secara empiris. Penelitian ini mengubah cara pandang konvensional yang memisahkan antara sakralitas agama dengan rasionalitas ekonomi, serta menawarkan kerangka analisis baru mengenai bagaimana jaringan kepercayaan digital dan modalitas sosial berfungsi dalam sistem pasar religi transnasional. Di era transformasi digital, temuan juga ini memberikan wawasan bagi pengembangan sistem manajemen haji yang lebih transparan dan berbasis data, dimana integrasi teknologi informasi dalam memetakan jaringan aktor dapat meminimalisir resiko asimetri informasi yang selama ini merugikan jamaah.

Kajian ini juga berkontribusi pada pengembangan sosiologi digital dan sosiologi ekonomi dengan menunjukkan bagaimana platform digital mempercepat pembentukan identitas keagamaan dan memperluas jangkauan kapitalisme global kedalam ranah privat kesalehan individu. Dan secara praktis, kajian ini juga berkontribusi pada para pembuat kebijakan untuk merancang tata Kelola perjalanan ibadah yang lebih adaptif terhadap dinamika pasar global tanpa mengabaikan perlindungan terhadap nilai-nilai spiritual dan hak-hak warga negara. Dengan demikian, kajian ini tidak hanya memperluas cakrawala teoritis dalam studi agama, tetapi juga menyediakan instrument analisis kritis dalam memahami bagaimana kemajuan teknologi dan ekonomi global membentuk ulang praktik kebudayaan dan keagamaan di Indonesia pada abad ke 21.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis In Psychology. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2), 77–101.
- De Wildt, K., Hoondert, M., & van der Beek, S. (2022). *Sacred places in a digital world: Global perspectives on religiosity and space*. Bloomsbury Academic.
- Farida, A. (2019). Penanganan Penyelenggaraan Haji Furoda (Studi Kasus Dua Kota Di Jawa Barat). *Jurnal Penamas*, 32(I), 635–654.

- Fajri, M. N. (2024). *The political economy of pilgrimage: Hajj Furoda and the new religious market in Southeast Asia*. Oxford University Press.
- Fauzi, A., Rahmawati, I., & Setiawan, B. (2025). Transformasi modal finansial menjadi modal spiritual: Studi fenomenologi jamaah Haji Furoda. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 12(1), 88–105. <https://doi.org/10.22146/jsk.v12i1.9421>
- Hidayat, R., & Syarif, M. (2024). Neoliberalisme dalam ruang sakral: Analisis ekonomi politik haji non-kuota di Indonesia. *Indonesian Journal of Religion and Society*, 6(2), 142–159. <https://doi.org/10.36256/ijrs.v6i2.482>
- Knotter, A. (2023). *Religion, space, and the city: Global perspectives on the sacred in urban life*. Routledge.
- Maddrell, A., Scriven, R., & McNally, S. (2024). *Sacred spaces, places, and routes: International perspectives on pilgrimage and religious tourism*. Taylor & Francis.
- Merlins, R., Nur, H., & Nurhayati, S. (2025). KOMODIFIKASI AGAMA DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI EKONOMI ; (STUDI KASUS HAJI FURODA). 8(3), 1759–1767.
- Musthofa, Arizqi, A., Muna Shalihah, N., & Tinggi Agama Islam Darunnajah Bogor, S. (2023). Model Sosiologi Ekonomi dalam Perspektif Al-Qur'an. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 8(01), 1. <https://doi.org/10.30868/at.v8i0>
- Muzakki, A., & Rohman, F. (2023). Market piety and the quest for spiritual authenticity: The rise of premium pilgrimage services. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), 1120–1138. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0245>
- Plevoets, B., & Van Cleempoel, K. (2021). *Adaptive reuse of sacred heritage: Theoretical and practical perspectives*. Springer Nature.
- Pribadi, Y. (2024). The commodification of the holy journey: Hajj, class identity, and religious authority in contemporary Indonesia. *Asian Journal of Social Science*, 52(3), 201–215. <https://doi.org/10.1016/j.ajss.2024.01.004>
- Rahman, A., & Hidayat, T. (2023). Relasi kelas dan kesalehan: Analisis sosiologis jamaah haji non-kuota di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama*, 17(1), 45–62. <https://doi.org/10.14421/jsa.2023.171-03>
- Ritonga, S., & Ida Nadirah. (2022). Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Oleh Travel Umroh Atas Jamaah Haji Furoda/Umroh Di Indonesia. *Jurnal Moralita : Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(2), 62–74. <https://doi.org/10.36985/jurnalmoralita.v3i2.550>
- Saputra, R. (2025). *Diplomasi dalam koper: Jaringan agen travel dan otoritas visa mujamalah*. Pustaka Kontemporer.
- Sumarti, T. (2007). Sosiologi Kepentingan (Interest) dalam Tindakan Ekonomi.

Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan, 1(2), 283–293.
<https://doi.org/10.22500/sodality.v1i2.5925>

Tweed, T. A. (2021). *Religion, space, and the body: A theory of religious practice*. Princeton University Press.

Vasu, A. (2022). Materiality and the sacred: The social embeddedness of religious architecture in contemporary society. *Journal of Urban Rituals*, 15(2), 112–129. <https://doi.org/10.1017/jur.2022.45>

Zuhdi, M., & Hakim, L. (2026). Navigating the global sacred market: Furoda hajj and the reconfiguration of religious identity. *Global Islam and Urban Anthropology*, 8(1), 45–63. <https://doi.org/10.1017/giua.2026.12>