

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Haji, ziarah ke Mekah, adalah perjalanan spiritual yang mendalam dan salah satu dari lima pilar Islam, wajib bagi semua Muslim dewasa yang mampu secara fisik dan finansial. Ziarah ini bukan hanya tugas keagamaan tetapi juga pengalaman transformatif yang menumbuhkan rasa persatuan dan kesetaraan di antara umat Islam di seluruh dunia (Anjani, Ibdalsyah, & Hakiem, 2024). Mahmoud Abdallah (2022) menyatakan bahwa ibadah haji tidak semata mata dilihat sebagai aktivitas keagamaan, melainkan juga sebagai arena interaksi kompleks antara tindakan sosial dan tindakan ekonomi. Ibadah haji mencerminkan dinamika sosial berupa investasi modal sosial, akumulasi modal budaya, manifestasi konsumsi mencolok, serta tindakan ekonomi yang embedded atau tertanam dalam jejaring sosial (Basyah & Qodir, 2020). Ibadah haji di Padangsidempuan menunjukkan dinamika sosial karena gelar haji meningkatkan status, memperluas jaringan, dan mengubah perilaku keagamaan sesuai latar belakang ekonomi dan sosial jamaah. Kompleksitas ini menempatkan haji sebagai fenomena sosial yang sarat makna ekonomi, budaya, dan simbolik, yang berimplikasi pada perubahan peran sosial serta perilaku keagamaan jamaah setelah kembali ke masyarakat asal (Truna, 2021).

Seusai menunaikan ibadah haji, jamaah mengalami perubahan sosial yang tidak linear dan penuh dinamika (Vado, 2023). Fenomena ini berkaitan erat dengan latar belakang ekonomi, tingkat pemahaman keagamaan, serta konteks sosial budaya masyarakat yang secara signifikan memengaruhi proses adaptasi jamaah setelah kembali ke lingkungan asal. Dalam konteks ekonomi, muncul realitas pasca haji berupa pergeseran pola konsumsi dan simbolisme sosial keagamaan, di mana sebagian jamaah menunjukkan peningkatan partisipasi sosial dan filantropi keagamaan sebagai bentuk aktualisasi spiritual (Subkhi, 2020). Selain itu, pengalaman spiritual dan interaksi sosial

selama di Tanah Suci turut membentuk cara pandang, sikap, serta perilaku keagamaan jamaah dalam kehidupan sehari-hari setelah berhaji (Jamaludin, Suyurno, & Meerangani, 2023). Dengan demikian, pasca pelaksanaan haji menjadi fase penting yang mencerminkan transformasi nilai dan perilaku keagamaan yang tidak seragam di antara jamaah.

Di Padangsidempuan, jamaah haji biasanya lebih dihormati dan lebih aktif dalam kegiatan keagamaan. Padangsidempuan kota dengan masyarakat yang religius dan heterogen secara ekonomi, di mana gelar haji memiliki dampak signifikan terhadap status sosial, peran komunitas, dan partisipasi keagamaan local. Hal ini terlihat dari berbagai kegiatan pengajian bulanan yang rutin diadakan oleh jamaah haji, seperti pengajian kloter 19 yang berlangsung di Masjid Al-Hikmah dan Masjid Agung Al-Abror (Sumut, n.d.). Basyah & Qodir (2020) berpandangan bahwa ibadah haji berdampak kepada penguatan modal sosial jamaah. Penelitian di berbagai daerah pedesaan Indonesia menunjukkan bahwa jamaah haji mengalami peningkatan status sosial setelah kembali dari Tanah Suci. Dipandang lebih terhormat karena dianggap berhasil secara spiritual dan ekonomi, serta dipercaya memimpin kegiatan sosial keagamaan. Namun demikian, pengalaman haji juga dapat dimaknai dalam kerangka komodifikasi sosial, di mana gelar haji berfungsi sebagai simbol yang memiliki nilai sosial dan prestise tertentu dalam interaksi sosial masyarakat. Nilai simbolik ini memungkinkan gelar haji dipertukarkan dengan pengakuan sosial, legitimasi moral, dan posisi sosial yang lebih tinggi (Rika Widianita, 2023). Dengan demikian, gelar haji tidak hanya merepresentasikan pencapaian religius, tetapi juga mengandung dimensi sosial yang dapat membentuk relasi dan hierarki sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa gelar haji memiliki kekuatan simbolik yang kuat dalam membangun makna sosial keberagamaan di tengah Masyarakat.

Transformasi simbolik dari kewajiban spiritual ibadah haji membentuk perubahan status sosial jamaah pasca haji yang berkontribusi pada terbentuknya stratifikasi sosial baru di tengah Masyarakat (Afriani et al., 2024). Fenomena ini tampak dari perbedaan perilaku, gaya hidup, serta cara jamaah mengekspresikan identitas keagamaan setelah

berhaji, yang kerap dipengaruhi oleh latar belakang ekonomi dan pengalaman spiritual masing-masing. Jamaah dari kelompok ekonomi menengah ke atas, misalnya, cenderung menunjukkan pola konsumsi religius dan simbolisme sosial yang lebih menonjol, seperti peningkatan aktivitas sosial-keagamaan dan

gaya hidup yang merepresentasikan status haji prestisius (Baxrom, Alijon, & Aziz, 2022). Penghormatan sosial yang muncul di lingkungan sekitar menjadikan gelar haji bukan sekadar identitas religius, tetapi juga kapital simbolik yang dapat dikonversi menjadi pengaruh sosial dan legitimasi moral (Various, 2022). Values (2023) berpendapat bahwa kapital simbolik yang terbentuk setelah menunaikan ibadah haji dapat dikonversi menjadi kekuasaan sosial, mempertegas perbedaan status dalam kehidupan bermasyarakat. Pasca haji, komodifikasi sosial tercermin dari cara jamaah memaknai dan menampilkan identitas keagamaannya melalui simbol-simbol sosial, aktivitas keagamaan, serta gaya hidup religius yang sarat nilai prestise. Fenomena ini menunjukkan bahwa makna ibadah haji tidak hanya dimaknai sebagai perjalanan spiritual, tetapi juga bergeser menjadi representasi status sosial dan modal simbolik yang memperkuat stratifikasi dalam struktur sosial masyarakat. Pada stratifikasi sosial pasca haji tampak dari perbedaan cara jamaah menampilkan identitas dan status sosial setelah menunaikan ibadah. Jamaah haji menunjukkan peningkatan peran sosial dan penghargaan simbolik dari masyarakat, yang menganggap gelar haji sebagai tanda kemuliaan dan keberhasilan spiritual sekaligus ekonomi (Kemenag.go.id, n.d.). Perbedaan latar belakang ekonomi, tingkat kenyamanan selama berhaji, serta cara jamaah mengartikulasikan pengalaman spiritualnya berkontribusi pada pembentukan status sosial yang beragam di masyarakat. Realitas ini menunjukkan bahwa kapital simbolik yang melekat pada gelar haji dapat bertransformasi menjadi kekuatan sosial yang memengaruhi posisi dan relasi sosial dalam kehidupan keagamaan (Ummah, 2019). Dengan demikian, pasca haji menjadi fase di mana nilai spiritual dan simbol sosial berinteraksi secara kompleks, menghasilkan diferensiasi kelas dan komodifikasi makna religius di tingkat sosial.

Pasca haji, religiusitas dikomodifikasi menjadi ajang konsumsi mencolok dan pertunjukan status, di mana ibadah dijadikan simbol kapital sosial ketimbang manifestasi keimanan (Qurashi, 2018). Fenomena ini tercermin dari maraknya praktik umrah berulang, pembangunan masjid atau pesantren atas nama pribadi, hingga gaya berpakaian islami yang berlebihan sebagai penanda identitas. Dalam banyak kasus, ekspresi keagamaan ini lebih menekankan aspek simbolik untuk memperoleh pengakuan sosial daripada kedalaman spiritualitas pribadi (Mat Nong, Idris, Wan Zakaria, & Mohd Nor, 2022). Tahun 2024 mencatat jumlah jamaah haji Indonesia terbesar sepanjang sejarah, mencapai sekitar 241.000 orang (Diklat, n.d.). Peningkatan partisipasi ini tidak hanya mencerminkan antusiasme spiritual masyarakat Muslim Indonesia, tetapi juga memperlihatkan bagaimana pengalaman berhaji menjadi bagian dari konstruksi identitas sosial di tengah kehidupan bermasyarakat.

Dalam konteks pasca haji, status sebagai haji dimaknai sebagai simbol kehormatan dan pencapaian religius yang memberikan legitimasi moral serta pengakuan sosial di lingkungan komunitas. Fenomena ini menunjukkan bahwa ibadah haji tidak berhenti pada dimensi ritual, melainkan berlanjut dalam bentuk penguatan status sosial dan ekspresi identitas keagamaan setelah jamaah kembali ke masyarakat (Diklat, n.d.). Realitas pasca haji menjadi ruang terjadinya transformasi nilai spiritual menjadi kapital simbolik yang berpengaruh terhadap dinamika sosial dan perilaku keagamaan jamaah. Studi Martin van Bruinessen (2012) mencatat bahwa di Indonesia, pembangunan pesantren atau masjid atas nama pribadi kerap berkaitan dengan kepentingan personal branding maupun motif ekonomi, sehingga aktivitas keagamaan tersebut berfungsi sekaligus sebagai sarana penguatan reputasi sosial. Dalam kerangka kapital simbolik, ekspresi religius yang mencolok seperti penggunaan busana syar'i bermerek mahal dapat dipahami sebagai strategi mempertahankan posisi dalam medan sosial dengan mentransformasikan nilai keimanan menjadi sumber pengakuan yang dapat dipertukarkan (Campos & Lima, 2018). Di Padangsidempuan, pasca haji kerap dimaknai sebagai ajang pencitraan, dengan umrah berulang, busana syar'i bermerek, dan wakaf masjid atas nama pribadi sebagai strategi penguatan citra social (Fauziah,

2022). Pasca haji, ekspresi religius berubah menjadi ajang konsumsi simbolik, di mana ibadah, amal, dan penampilan digunakan sebagai kapital sosial untuk membangun status dan pengakuan, bukan sebagai cermin keimanan (Vado, 2023).

Sebagian jamaah mengalami krisis identitas keagamaan dan spiritual pasca haji akibat tekanan ekspektasi sosial, yang memicu paradoks antara meningkatnya ritual dan menurunnya keikhlasan (Yunus & Tari Kasnakoglu, 2022). Tekanan untuk tampil sempurna pasca haji tidak sejalan dengan kondisi spiritual pribadi jamaah. Jamaah haji menghadapi tekanan sosial untuk merepresentasikan identitas haji sebagai symbol moralitas. Penelitian Rosyidi dan Dulwahab (2020) menunjukkan meskipun banyak jamaah haji mengalami peningkatan religiusitas setelah berhaji, sebagian kembali pada kebiasaan lama. Faktor lingkungan sosial dan ekspektasi masyarakat menjadi tantangan utama dalam mempertahankan konsistensi ibadah dan kemabruran haji. Haji dipandang sebagai symbol mendalam jujur, amanah, dan menjadi teladan di masyarakat (Idris, Simamora, & Siregar, 2024). Sosiolog Emile Durkheim (2016a) berpendapat bahwa tekanan kolektif semacam ini dapat menciptakan anomie atau kekosongan makna, ketika individu terjebak antara tuntutan sosial dan realitas spiritual pribadi. Oleh karena itu, Krisis identitas dan tekanan sosial pasca haji dapat menggerus keikhlasan beribadah, menjadikan ibadah lebih sebagai tuntutan simbolik daripada pengalaman spiritual yang mendalam.

Amalan spritualitas pada ibadah haji cenderung dikaji dari aspek komodifikasi religiusitas yang mencerminkan relasi kelas dan status sosial dalam budaya pada Muslim kelas menengah (Alam, 2018). Pasca haji, fenomena ini tampak dari cara jamaah menampilkan pengalaman spiritualnya melalui simbol- simbol sosial dan ekspresi religius yang beragam, seperti peningkatan partisipasi dalam kegiatan keagamaan, gaya hidup religius, dan perilaku sosial yang menunjukkan internalisasi nilai-nilai haji. Realitas tersebut memperlihatkan bahwa spiritualitas pasca haji tidak hanya menjadi bentuk penguatan keimanan pribadi, tetapi juga mekanisme representasi status dan identitas sosial di tengah masyarakat (Rahmaniah & Shodiqin, 2024). Paters (2021) berpandangan Ibadah haji kini tidak hanya sebagai kewajiban spiritual, tetapi

juga menjadi simbol status sosial di kalangan kelas menengah Muslim yang mengaitkan pengalaman haji dengan citra keberhasilan ekonomi. Chiffolleau (2024) menjelaskan bahwa dalam konteks masyarakat modern, ibadah haji semakin menunjukkan komodifikasi agama, di mana dimensi spiritual bersinggungan dengan simbol-simbol status sosial dan gaya hidup konsumtif.

Setelah menunaikan haji, fenomena ini tampak dari cara jamaah menampilkan pengalaman religiusnya melalui ekspresi material dan simbolik, seperti penggunaan atribut religius tertentu, kegiatan sosial yang berorientasi pada prestise, serta narasi spiritual yang dikaitkan dengan keberhasilan ekonomi dan sosial. Alam (2018) menegaskan bahwa berkembangnya gaya hidup Muslim kelas menengah turut mendorong munculnya budaya religius yang terbungkus dalam simbol-simbol materiil, menciptakan diferensiasi kelas dalam ekspresi keagamaan. Realitas pasca haji tersebut menggambarkan komodifikasi sosial, di mana pengalaman spiritual tidak lagi berdiri semata pada nilai transendental, tetapi juga menjadi penanda status dan hierarki sosial di tengah masyarakat.

Pada sisi lainnya, kajian mengenai realitas pasca haji kerap dikaitkan dengan aspek stratifikasi sosial yang muncul setelah jamaah kembali ke lingkungan asal. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana identitas sosial dan status keagamaan jamaah haji dipersepsikan secara berbeda berdasarkan latar belakang ekonomi dan cara mengekspresikan pengalaman spiritual (Bahri, 2021). Dalam konteks tersebut, tindakan simbolik dan pola konsumsi religius pasca haji menjadi sarana untuk memperkuat citra sosial tertentu, menciptakan bentuk-bentuk diferensiasi kelas yang tampak dalam kehidupan sehari-hari, baik melalui gaya hidup, kegiatan keagamaan, maupun cara menampilkan kesalehan sosial (Utomo, Scott, & Jin, 2016). Zhao (2024) Sejalan dengan konsep stratifikasi konsumsi dalam sosiologi ekonomi, praktik keagamaan pasca haji tidak sepenuhnya terlepas dari struktur kelas dan logika pasar, di mana ekspresi spiritual diartikulasikan melalui simbol-simbol material dan status sosial. Dengan demikian, realitas pasca haji mencerminkan stratifikasi konsumsi keagamaan, di mana pengalaman spiritual bertransformasi menjadi arena pembentukan

identitas kelas dan legitimasi sosial dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Berbagai studi menunjukkan bahwa pengalaman pasca haji telah menjadi bagian dari ekosistem social ekonomi yang terintegrasi dengan logika pasar. Fenomena ini tampak dari meningkatnya keterlibatan berbagai aktor sosial seperti komunitas keagamaan, pelaku usaha, serta tokoh atau figur religius dalam mengonstruksi citra sosial jamaah setelah berhaji (Sopyan, Maarif, Affandi, & Arsyianti, 2023). Nilai-nilai spiritual yang diperoleh selama ibadah haji termanifestasi dalam bentuk simbolik dan material, seperti penggunaan atribut religius, partisipasi dalam kegiatan sosial berprestise, atau publikasi narasi kesalehan di ruang publik. Qurtuby (2013) berpendapat bahwa gelar haji telah mengalami komodifikasi sosial, di mana status tersebut berfungsi sebagai modal simbolik dan sosial untuk memperoleh pengaruh, legitimasi, dan posisi strategis di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nilai spiritual ibadah haji tidak hanya berfungsi dalam ranah transendental, tetapi juga menjadi instrumen pembentukan status sosial dan kapital budaya di ruang publik. Qurashi (2017) menegaskan bahwa makna religius dalam ibadah haji kini semakin terintegrasi dengan mekanisme sosial dan ekonomi, mencerminkan bagaimana spiritualitas dapat dikonstruksi dan direpresentasikan melalui dinamika pasar simbolik. Dengan demikian, realitas pasca haji memperlihatkan proses komodifikasi nilai religius, dimana spiritualitas tidak hanya dimaknai sebagai ibadah personal, tetapi juga sebagai simbol identitas dan status sosial dalam masyarakat Muslim kontemporer. Ibadah haji di Padangsidimpuan menunjukkan bahwa gelar haji tidak hanya dimaknai sebagai capaian spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai simbol status sosial yang membentuk pola interaksi dan perilaku keagamaan jamaah di masyarakat. Jamaah haji cenderung memperoleh penghormatan sosial lebih tinggi, dipercaya memimpin kegiatan keagamaan, serta memiliki akses sosial yang lebih luas dibandingkan sebelum berhaji. Namun, realitas ini tidak bersifat homogen karena perbedaan latar belakang ekonomi, tingkat pendidikan, dan pengalaman selama berhaji melahirkan cara jamaah menampilkan identitas keagamaan. Sebagian jamaah mengekspresikan kesalehan melalui peningkatan partisipasi sosial-

keagamaan, sementara sebagian lainnya menampilkan simbol religius yang bersifat performatif dan berorientasi pada pengakuan sosial. Kondisi tersebut mencerminkan terjadinya komodifikasi sosial, di mana nilai spiritual ibadah haji berinteraksi dengan logika status dan prestise dalam struktur sosial lokal. Pada saat yang sama, modal sosial jamaah pasca haji tidak selalu memperkuat kohesi sosial, tetapi dalam beberapa kasus justru membentuk batas sosial baru yang bersifat eksklusif. Dengan demikian, hal ini menegaskan bahwa perilaku keagamaan jamaah haji pasca pelaksanaan ibadah merupakan hasil interaksi kompleks antara pengalaman spiritual, konstruksi simbolik gelar haji, dan dinamika sosial ekonomi masyarakat Padangsidimpuan.

Fenomena pasca haji sebagai dampak spritualitas juga dikaji dalam konteks psikososial amalan keagamaan (Vado, 2023). Spiritual burnout pasca haji mencerminkan krisis identitas yang timbul akibat tekanan sosial terhadap perilaku ideal seorang haji. Hal ini terjadi karena masyarakat menuntut perubahan perilaku ideal dari seorang haji, sehingga menimbulkan tekanan psikologis (Wagner, 2019). Nada (2024) berpendapat gelar haji di Indonesia kerap dianggap sebagai simbol status sosial tinggi, sehingga menimbulkan ekspektasi masyarakat terhadap perilaku ideal yang dapat memicu tekanan psikologis dan krisis identitas bagi jemaah. Beno (2022) berpendapat masyarakat Indonesia cenderung menganggap individu yang telah berhaji sebagai panutan atau pemimpin spiritual, yang diharapkan dapat membimbing dalam kehidupan beragama dan sosial. Harapan ini menambah beban psikologis bagi jemaah yang belum siap menjalani peran tersebut dan dapat memicu spiritual burnout. Spiritual pasca haji mencerminkan krisis identitas akibat ekspektasi sosial yang berlebihan terhadap peran ideal seorang haji sebagai simbol moral dan status dalam masyarakat.

Realitas sosial di Padangsidimpuan memperlihatkan bahwa jamaah pasca haji memperoleh peningkatan penghormatan, kepercayaan kolektif, serta keterlibatan yang lebih luas dalam aktivitas keagamaan komunitas (Rinaldi, 2017). Jamaah dilibatkan dalam musyawarah keagamaan, kepanitiaan kegiatan masjid, serta diminta menjadi rujukan dalam persoalan sosial keagamaan di lingkungan sekitar (Fitri, 2023). Dalam

interaksi sehari-hari, penyematan gelar haji membentuk ekspektasi moral tertentu yang memengaruhi pola komunikasi dan perilaku sosial jamaah. Perubahan tersebut tercermin pada gaya berpakaian yang lebih elegan dan bernilai tinggi, yang kemudian turut membentuk persepsi masyarakat mengenai status sosial dan citra religius yang melekat pada diri (Fitri, 2023). Situasi ini menunjukkan bahwa pengalaman haji tidak hanya berdampak pada dimensi spiritual personal, tetapi juga berimplikasi pada posisi sosial dalam struktur masyarakat lokal.

Kondisi tersebut mengindikasikan adanya keterhubungan yang konsisten antara komodifikasi sosial dan modal sosial dengan perubahan perilaku keagamaan jamaah setelah memperoleh gelar haji. Secara teoritik, dinamika ini dapat dipahami melalui konsep kapital simbolik dari Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa simbol religius yang memperoleh pengakuan kolektif dapat terakumulasi menjadi sumber pengakuan dan posisi sosial dalam struktur masyarakat. Analisis Martin van Bruinessen (2012) menunjukkan bahwa simbol keagamaan di Indonesia berperan dalam pembentukan otoritas sosial di lingkungan Muslim. Penelitian Qurtuby (2013) dan Alam (2018) juga mengindikasikan bahwa pengalaman haji berkaitan dengan konstruksi identitas sosial serta diferensiasi kelas melalui ekspresi religius dalam praktik keseharian. Perubahan perilaku keagamaan pasca haji karena itu merefleksikan interaksi antara pengalaman spiritual, struktur sosial ekonomi, dan dinamika simbolik lokal. Hingga saat ini, belum terdapat penelitian yang secara integratif mengkaji relasi antara modal sosial, modal simbolik, dan perilaku keagamaan jamaah pasca haji di Padangsidempuan, sehingga kajian ini relevan untuk menjelaskan kontribusi gelar haji terhadap pembentukan stratifikasi sosial dan konfigurasi modal simbolik di masyarakat setempat.

Perilaku keagamaan jamaah haji mencerminkan perubahan modal sosial yang dipengaruhi oleh factor-faktor sosiokultural keagamaan setelah memperoleh gelar haji. Modal sosial dalam konteks ini terbentuk melalui jaringan hubungan, kepercayaan, dan norma sosial yang berkembang di antara jamaah, namun tidak jarang juga menciptakan batas-batas sosial baru akibat perbedaan latar belakang ekonomi, pendidikan, dan pengalaman spiritual (Afriani et al., 2024). Gelar haji kerap berfungsi

sebagai simbol kehormatan yang pada satu sisi memperkuat status sosial, tetapi pada sisi lain dapat menimbulkan eksklusivitas religius yang melemahkan kohesi sosial di masyarakat. Karimi (2019) berpendapat bahwa perbedaan sosiokultural di kalangan jamaah berpotensi menciptakan stratifikasi sosial keagamaan yang berdampak pada menurunnya solidaritas komunitas. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Indeks Kepuasan Jemaah Haji Indonesia tahun 2024 mencapai 88,20, mengindikasikan meningkatnya kualitas pengalaman spiritual jamaah. GoodStats berpendapat 55% melaporkan bahwa 55% jamaah berasal dari latar pendidikan menengah ke bawah, yang turut memengaruhi cara memahami dan mengamalkan nilai-nilai keagamaan setelah berhaji (Tegar, n.d.). Dengan demikian, realitas pasca haji memperlihatkan bahwa faktor sosiokultural jamaah berkontribusi terhadap terbentuknya modal sosial, yang pada gilirannya membentuk pola interaksi baru dan dapat mengurangi solidaritas sosial di masyarakat pasca pelaksanaan haji.

Modal sosial dalam ibadah haji penting untuk menjelaskan bagaimana pengalaman spiritual bertransformasi menjadi kekuatan sosial yang memengaruhi struktur dan dinamika masyarakat. Modal sosial yang diperoleh dari gelar "haji" dimanfaatkan dalam ranah kepemimpinan, pengaruh sosial, hingga akses terhadap sumber daya sosial ekonomi. Dengan meneliti hal ini, dapat mengungkap bagaimana ibadah haji tidak hanya berdampak pada individu secara spiritual, tetapi juga membentuk posisi sosial seseorang di komunitasnya. Studi ini juga berkontribusi pada pengembangan teori sosiologi ekonomi agama dengan menunjukkan keterkaitan antara simbol keagamaan dan relasi kekuasaan dalam struktur sosial kontemporer.

Transformasi makna ibadah haji pasca pelaksanaan menunjukkan adanya perubahan orientasi spiritual dan sosial dalam kehidupan jamaah. Setelah berhaji, spiritualitas terwujud dalam bentuk simbolisasi status moral dan keagamaan di tengah masyarakat. Gelar haji menjadi identitas sosial yang tidak hanya merefleksikan ketaatan religius, tetapi juga mengandung makna simbolik sebagai penanda kehormatan dan legitimasi sosial. Fenomena ini menandai pergeseran fungsi spiritualitas haji dari yang semula bersifat transendental menuju dimensi sosial yang

lebih instrumental, di mana status keagamaan menjadi bagian dari proses pembentukan identitas dan relasi sosial baru. Dalam konteks ini, posisi sosial jamaah pasca haji dikaitkan dengan peningkatan pengaruh sosial, kepercayaan masyarakat, dan peran simbolik dalam struktur komunitas Muslim.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan bahwa fenomena pasca haji tidak hanya berdampak pada aspek spiritual individu, tetapi juga menciptakan dinamika sosial ekonomi dan kultural yang kompleks dalam masyarakat Muslim. Dalam perspektif Ekonomi Syariah, ibadah haji dipahami sebagai bentuk investasi spiritual yang diharapkan menghasilkan maslahat sosial, memperkuat etika keadilan, serta membangun solidaritas dan ukhuwah di tengah masyarakat. Namun, dalam realitas sosial pasca haji, transformasi makna spiritualitas berinteraksi dengan struktur sosial yang melahirkan praktik komodifikasi sosial dan pembentukan modal sosial yang beragam. Kondisi ini melahirkan beragam konsekuensi sosial, seperti komodifikasi sosial dan modal sosial, serta munculnya perbedaan simbolik antara kelompok jamaah berdasarkan ekspresi keagamaan dan tingkat keterlibatan sosial. Fenomena pasca haji ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang bagaimana pengalaman spiritual yang semula bersifat sakral dapat berubah menjadi simbol status sosial dan sarat dengan kapital simbolik, yang pada gilirannya berimplikasi terhadap relasi kekuasaan dan solidaritas dalam komunitas Muslim kontemporer. Oleh karena itu, hubungan antara spiritualitas pasca haji dengan komodifikasi sosial, dan dinamika modal sosial dalam masyarakat Muslim perlu dieksplorasi secara lebih mendalam. Sehubungan dengan hal itu, pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- a. Bagaimanakah komodifikasi sosial berpengaruh terhadap perilaku keagamaan jamaah haji setelah mendapatkan gelar haji dan dalam perspektif maqashid syariah?
- b. Bagaimanakah modal sosial berpengaruh terhadap perilaku keagamaan jamaah haji pasca memperoleh gelar haji dan dalam perspektif maqashid syariah?

- c. Bagaimanakah komodifikasi social dan modal social secara simultan berpengaruh terhadap perilaku jamaah haji setelah mendapatkan gelar haji dan dalam maqashid syariah?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada aspek perilaku keagamaan jamaah haji dalam konteks pasca haji, khususnya terkait dengan komodifikasi sosial, modal sosial, serta perubahan status sosial jamaah di masyarakat. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana pengalaman spiritual setelah menunaikan ibadah haji memengaruhi hubungan sosial, pola interaksi keagamaan, serta persepsi masyarakat terhadap status dan legitimasi religius jamaah. Penelitian ini mengambil lokus di Padangsidempuan, dengan menitikberatkan pada dinamika sosial ekonomi jamaah haji dalam kehidupan bermasyarakat pasca kepulangan dari Tanah Suci. Kajian ini tidak membahas aspek teologis maupun hukum fiqh haji secara mendalam, melainkan menyoroti dimensi sosiologis dan ekonomi keagamaan yang muncul melalui perubahan perilaku, status, dan modal sosial jamaah setelah berhaji.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian pada tesis ini yaitu:

- 1.4.1 Menjelaskan komodifikasi social berpengaruh terhadap perilaku keagamaan jamaah haji setelah mendapatkan gelar haji dan dalam perspektif maqashid syariah
- 1.4.2 Menjelaskan modal social berpengaruh terhadap perilaku keagamaan jamaah haji pasca memperoleh gelar haji dan dalam perspektif maqashid syariah
- 1.4.3 Menjelaskan komodifikasi social dan modal social secara simultan berpengaruh terhadap perilaku jamaah haji setelah mendapatkan gelar haji dan dalam maqashid syariah?

1.5 Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika pasca haji, bahwa ibadah haji tidak hanya berimplikasi pada pemenuhan kewajiban spiritual, tetapi juga berdampak signifikan terhadap

perubahan perilaku keagamaan, posisi sosial, dan relasi sosial jamaah dalam masyarakat. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi ilmiah dalam memperkaya kajian tentang transformasi sosial pasca haji, khususnya terkait komodifikasi sosial dan modal sosial dalam komunitas Muslim. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, lembaga keagamaan, dan masyarakat dalam merumuskan kebijakan atau program pembinaan jamaah pasca-haji yang lebih berkeadilan, inklusif, dan berorientasi pada penguatan solidaritas sosial serta nilai-nilai spiritualitas yang autentik.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Secara Teoritis

Penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian sosiologi ekonomi agama, khususnya dalam memahami keterkaitan antara praktik ibadah dan dinamika status sosial dalam masyarakat Muslim modern. Dengan menganalisis modal sosial dan kapital simbolik dengan melihat bagaimana ibadah haji dapat menjadi alat kelas sosial dan pembentukan identitas melalui simbol keagamaan.

1.6.2 Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pemangku kebijakan, penyelenggara ibadah haji, dan masyarakat luas. Hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kementerian Agama dalam menyusun kebijakan layanan haji yang lebih adil dan inklusif, dengan memperhatikan dampak sosial dari stratifikasi layanan haji. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi biro travel haji dan institusi keagamaan untuk mengembangkan pendekatan pembinaan jamaah yang lebih menekankan pada substansi spiritual daripada simbolisme sosial. Bagi masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis terhadap makna ibadah haji agar tetap menjadi proses spiritual yang mendalam, bukan sekadar ajang prestise atau pencitraan status sosial.