

**KOMODIFIKASI AGAMA PADA LAYANAN KEDUKAAN DI  
GRAND HEAVEN SURABAYA**

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu (S-1) Prodi Studi Agama-Agama



Oleh:

**ERMA FEBRIANTY PUTRI**

**NIM: E72219040**

**PROGRAM STUDI AGAMA-AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Erma Febrianty Putri

NIM : E72219040

Program Studi : Studi Agama-Agama

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 28 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



**Erma Febrianty Putri**  
NIM. E72219040

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi berjudul “**Komodifikasi Agama pada Layanan Kedukaan di Grand Heaven Surabaya**” yang ditulis oleh Erma Febrianty Putri ini telah diperiksa dan disetujui pada tanggal 28 Juni 2023.

Surabaya, 28 Juni 2023

Pembimbing,



**Dr. Akhmad Siddiq, MA**  
NIP. 197708092009121001

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “Komodifikasi Agama pada Layanan Kedukaan di Grand Heaven Surabaya” yang ditulis oleh Erma Febrianty Putri ini telah diuji di depan Tim Penguji pada tanggal 10 Juli 2023.

### Tim Penguji:

1. Dr. Akhmad Siddiq, MA

(.....)

2. Prof. Dr. H. Kunawi, M.Ag

(.....)

3. Prof. Dr. H. Biyanto, M.Ag

(.....)

4. Dr. Nasruddin, S.Pd, S.Th.I, MA

(.....)

Surabaya, 10 Juli 2023

Dekan,



**Prof. Abdul Kadir Rivadi, Ph.D**

NIP. 197008132005011003



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Erma Febrianty Putri  
NIM : E72219040  
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat/Studi Agama-Agama  
E-mail address : ermafebriantyp18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain ( ..... )  
yang berjudul :

KOMODIFIKASI AGAMA PADA LAYANAN KEDUKAAN  
DI GRAND HEAVEN SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juli 2023

Penulis

(Erma Febrianty Putri)

## **ABSTRAK**

**Judul** : **Komodifikasi Agama pada Layanan Kedukaan di Grand Heaven Surabaya**

**Penulis** : **Erma Febrianty Putri**

**NIM** : **E72219040**

**Program Studi** : **Studi Agama-Agama**

**Pembimbing** : **Dr. Akhmad Siddiq, MA**

Kematian merupakan suatu keniscayaan dan adanya tidak dapat terelakkan dari setiap makhluk hidup. Sejauh ini, menyelenggarakan upacara kematian merupakan suatu hal yang penting bagi setiap agama atau kepercayaan. Namun, adanya tekanan psikologis yang dialami keluarga duka menjadi suatu hambatan dalam pengurusan jenazah dan penerimaan pelayat. Hal tersebut kemudian menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk menyediakan rumah duka beserta pelayanannya. Salah satu rumah duka yang cukup terkenal adalah Rumah Duka Grand Heaven Surabaya. Dari fasilitas-fasilitas yang diperlihatkan di media sosial tentunya terdapat tarif yang cukup tinggi. Namun karena pentingnya ritual kematian, layanan ini memunculkan sebuah komodifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya dan bagaimana komodifikasi agama dapat terjadi dalam layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam analisisnya peneliti menggunakan teori komodifikasi agama oleh Pattana Kitiarsa yang menjelaskan cara atau alasan yang mendasari terjadinya komodifikasi melalui tiga premis yang dipaparkan. Peneliti menemukan bahwa bentuk layanan kedukaan oleh Grand Heaven Surabaya adalah berupa disediakannya fasilitas-fasilitas mewah dan servis yang berkualitas dalam penyelenggaraan upacara kematian. Dan terjadinya komodifikasi agama pada layanan kedukaan tersebut didasari oleh masyarakat konsumen yang cenderung konsumtif, keinginan tampil beda sesuai kelas sosial sebagai pemenuhan identitas, pertemuan agama dan pasar dengan menempatkan layanan kedukaan sebagai komoditas dan dipasarkan layaknya produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Sehingga hubungan tersebut dapat mendorong terjadinya komodifikasi agama pada layanan kedukaan.

**Kata Kunci:** **Layanan Kedukaan, Rumah Duka, Grand Heaven Surabaya, Komodifikasi Agama**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
1. Teoritis.....	6
2. Praktis.....	6
E. Kajian Terdahulu.....	6
F. Metodologi Penelitian .....	10
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	10
2. Data dan Sumber Data.....	11
3. Teknik Pengumpulan Data .....	12
4. Analisis Data .....	14
G. Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>17</b>
A. Komodifikasi Agama .....	17
1. Biografi Singkat Pattana Kitiarsa .....	17
2. Definisi Komodifikasi Agama menurut Pattana Kitiarsa.....	20
3. Komodifikasi dan Modernisasi .....	23
4. Tiga Tema Komodifikasi Agama menurut Pattana Kitiarsa .....	25
B. Komodifikasi Agama dan Pasar.....	27
1. Ciri Khusus Komoditas Agama.....	27
2. Metode dan Strategi dalam Memproduksi Komoditas Agama .....	30
3. Tahapan Komodifikasi Agama.....	31





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ritual atau upacara keagamaan didefinisikan sebagai sistem aktivitas atau rangkaian tindakan yang ditata oleh adat atau hukum yang berlaku di dalam suatu kelompok masyarakat yang berhubungan dengan berbagai macam peristiwa yang biasa terjadi di dalam kelompok masyarakat tersebut.<sup>1</sup> Ritual memiliki aturan dan tata cara yang telah ditentukan oleh individu atau kelompok yang berperan dalam masyarakat. Sehingga dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan-perbedaan baik dari tata cara maupun perlengkapan pendukungnya.

Sebagaimana manusia yang beragama, ritual keagamaan tidak dapat terlepas kan dalam kehidupan beragama. Hal ini sejalan dengan pendapat Winnick yang berbunyi “*a set or series of acts, usually involving religion or magic, with the sequence established by traditio*”, yang berarti ritual adalah suatu rangkaian tindakan yang selalu melibatkan agama atau magis yang ditekankan melalui tradisi.<sup>2</sup> Sehingga, adanya ritual dianggap sakral bagi yang mempercayai dan mereka menjalankannya dengan sukarela secara rutin sesuai dengan tradisi yang sudah ditata sebelumnya.

Kesakralan ritual muncul dari adanya kaitan dengan kepercayaan terhadap kekuatan benda dan roh halus atau kekuatan supranatural di luar

---

<sup>1</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Djambata, 1990), 190.

<sup>2</sup> Nur Syam, *Islam Pesisir* (Yogyakarta: LKIS, 2005), 17.

manusia. Ritual dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan adanya memiliki fungsi yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Namun, pada dasarnya ritual bertujuan untuk memohon keselamatan dari Tuhan.<sup>3</sup>

Salah satu ritual yang cukup penting dalam kehidupan beragama adalah upacara kematian. Kematian sendiri merupakan suatu peristiwa keluarnya ruh dari jasad manusia. Proses perceraian antara ruh dan jasad tersebut menjadikan suatu pengalaman yang cukup fundamental bagi manusia. Sehingga peristiwa tersebut menimbulkan perasaan emosional tersendiri bagi keluarga maupun kerabat yang ditinggalkan. Kematian merupakan suatu keniscayaan dan adanya tidak dapat terelakkan dari setiap makhluk yang hidup.

Sejauh ini, menyelenggarakan upacara kematian merupakan suatu hal yang penting bagi setiap agama atau kepercayaan. Menurut Clifford Geertz upacara kematian senantiasa dilaksanakan manusia dalam rangka untuk menunaikan adat istiadat dan struktur sosial dari kelompoknya yang terwujud sebagai gagasan kolektif. Geertz juga mengaitkan upacara kematian dengan tradisi. Dimana tradisi tersebut merupakan suatu bentuk kebudayaan yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat terutama dalam masyarakat tradisional maupun masyarakat terasing.<sup>4</sup>

Secara agama, adanya upacara kematian dimaksudkan untuk memberikan penghormatan terakhir bagi orang yang telah meninggal. Selain itu, tujuan utamanya adalah untuk memuluskan perjalanan orang yang telah

---

<sup>3</sup> M. Koderi, *Banyumas Wisata Dan Budaya* (Purwokerto: CV. Metro Jaya, 1991), 109.

<sup>4</sup> Koentjaraningrat, *Sejarah Teori Antropologi*, Cet. 2 (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1987), 71.

meninggal menuju surga melalui ritual tersebut. Di dalamnya memuat doa-doa bagi jenazah dan keluarga dengan harapan dihapuskan segala kesalahan yang pernah dilakukan di dunia. Sesuai dengan tujuan dasar ritual yakni mengharapkan keselamatan. Yang mana dalam hal ini, memohon keselamatan bagi seseorang yang telah meninggal. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa adanya ritual kematian adalah ritual yang penting dan harus dilakukan. Terlebih hal tersebut merupakan tanggung jawab keluarga atau kerabat yang ditinggalkan.

Apabila membahas tentang kematian, secara psikologi peristiwa tersebut menimbulkan pengaruh kejiwaan antara menerima dan keterpaksaan dalam menghadapi kematian. Hal ini akan terasa menyedihkan ketika manusia dijemput oleh kematiannya sedangkan ia dalam keadaan terlena dalam kehidupan dunia. Sementara kematian menjadi penghalangnya untuk mencintai dan menikmati segala yang bersifat keduniawian. Oleh sebab itu, sering kali kesadaran tersebut memunculkan sebuah protes psikologis berupa penolakan terhadap kematian.<sup>5</sup> Hal inilah yang kemudian menjadikan upacara kematian tidak semudah yang dibayangkan. Adanya tekanan psikologis yang dialami keluarga duka menjadi suatu hambatan dalam pengurusan jenazah dan penerimaan pelayat. Selain itu, permasalahan dokumen kematian juga menguras tenaga dan pikiran yang sedang tidak stabil.

---

<sup>5</sup> Abdul Karim, "Makna Ritual Kematian dalam Tradisi Islam Jawa," *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (December 1, 2017): 161.

Dengan adanya permasalahan-permasalahan tersebut memberikan sebuah peluang bagi pelaku bisnis. Yang mana mereka menyediakan rumah duka beserta layanannya sebagai solusi bagi keluarga atau kerabat yang membutuhkan. Sehingga, mengurangi beban keluarga atau kerabat yang ditinggalkan. Mereka hanya perlu fokus dengan bagaimana mereka menerima dan mengikhlaskan kematian anggota keluarganya, memberikan penghormatan terakhir yang istimewa serta menerima pelayat yang hadir dengan layak.<sup>6</sup>

Hingga saat ini, terdapat banyak sekali rumah duka di Indonesia yang menawarkan berbagai macam fasilitas yang cukup terjamin layanannya. Salah satu rumah duka yang cukup terkenal adalah Grand Heaven Surabaya. Banyaknya berita maupun konten-konten sosial media yang beredar, menjadikan rumah duka tersebut sempat viral di dunia maya. Hal ini dikarenakan rumah duka tersebut memiliki desain interior dan fasilitas mewah setara hotel bintang 5. Melihat dari fasilitas yang disediakan tentunya ini bukan layanan dengan biaya yang sedikit. Namun, karena pentingnya ritual kematian bagi jenazah dan keluarga yang ditinggalkan, layanan ini semakin berkembang dan memunculkan sebuah fenomena sosial-kultural yakni komodifikasi.

Komodifikasi merupakan salah satu konsep yang diperkenalkan oleh Karl Marx. Istilah komodifikasi menggambarkan suatu bentuk transformasi dalam relasi sosial yang mulanya tidak bersifat komersial menjadi bersifat komersial. Komodifikasi mampu mengubah relasi sosial yang bersifat humanis

---

<sup>6</sup> "Layanan Rumah Duka Hadir Untuk Membantu Keluarga Yang Sedang Berduka – Rumah Duka Bintaro," accessed October 16, 2022, <https://www.rumah-duka.id/2020/11/20/layanan-rumah-duka-hadir-untuk-membantu-keluarga-yang-sedang-berduka/>.

menjadi relasi bisnis. Dalam studi post-modernismenya, Jean Baudrillard menjelaskan bahwa masyarakat yang terkomodifikasi adalah masyarakat yang mana di dalam relasi sosialnya telah berubah menjadi komoditas. Dalam artian, segala hal-hal baik yang bersifat material maupun non material dapat diperdagangkan dengan tujuan mendapatkan keuntungan baik yang bersifat material maupun non material juga.<sup>7</sup>

Berangkat dari fenomena yang dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam apa yang terjadi pada layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya yang pada dasarnya adalah ritual keagamaan yang bersifat sakral dan bermakna dapat memunculkan suatu komodifikasi yang kemudian bermuara pada fenomena komodifikasi agama.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana bentuk layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya?
2. Bagaimana komodifikasi agama dapat terjadi dalam layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya?

---

<sup>7</sup> Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, and Erni Budiwanti, "Komodifikasi Agama-Agama Di Korea Selatan," *Jurnal Kajian Wilayah* 7, no. 2 (2016): 160.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya
2. Untuk mengetahui bagaimana komodifikasi agama dapat terjadi dalam layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis diantaranya:

#### **1. Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan dan pengetahuan baru dalam khazanah keilmuan yang bertemakan komodifikasi agama di dalam layanan kedukaan, khususnya di dalam khazanah keilmuan bidang Studi Agama-Agama.

#### **2. Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan maupun referensi bertemakan komodifikasi agama bagi peneliti-peneliti lainnya. Selain itu, penelitian ini juga berguna untuk peneliti sebagai sarana pemenuhan tugas akhir yakni skripsi sebagai syarat kelulusan.

### **E. Kajian Terdahulu**

Penelitian yang membahas tentang komodifikasi agama sebelumnya cukup bervariasi. Maka dari itu, dilakukan kajian pada beberapa penelitian terdahulu yang berbentuk artikel, jurnal, skripsi, maupun tesis sebagai upaya

peneliti dalam mencari perbandingan dan referensi. Berikut merupakan beberapa karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan memiliki tema yang senada dengan peneliti, antara lain:

*Pertama*, skripsi yang ditulis oleh Yuni Putri Rohmatillah tahun 2019, Program Studi Aqidah dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul *Komodifikasi Agama pada Hijrah Fest di Indonesia ditinjau dari Teori Kapitalisme*. Penelitian ini membahas tentang bentuk komodifikasi agama yang terdapat pada fenomena Hijrah Fest di Indonesia. Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif yakni kajian pustaka yang kemudian dianalisis menggunakan teori kapitalisme. Hasil penelitian ini menemukan bahwa fenomena hijrah fest dilakukan oleh para artis yang telah berhijrah dan mempunyai semangat untuk memperdalam ilmu agama dengan mengajak seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu, adanya beberapa booth makanan, baju, hijab di dalam acara ini juga menjadi peluang bagi pengusaha untuk mencari keuntungan. Dengan demikian, acara yang bersifat religius dapat menghasilkan keuntungan dan membantu perekonomian masyarakat yang turut andil.<sup>8</sup>

*Kedua*, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Ijlal Rafi tahun 2021, Program Studi Sosiologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul *Komodifikasi Spiritual dalam Agama (Studi Kasus Jasa Pembaca Doa Ziarah Kubur di Tempat Pemakaman Umum Karet Bivak Jakarta Pusat)*.

---

<sup>8</sup> Yuni Putri Rohmatillah, "Komodifikasi Agama Pada Hijrah Fest Di Indonesia Ditinjau Dari Teori Kapitalisme" (Skripsi, Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), vii.

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan studi dokumen. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi spiritual dan teori *spiritual capital* atau modal spiritual oleh Bradford Verter sebagai pisau analisisnya. Hasil penelitian menemukan bahwa jasa pembaca doa mengubah nilai guna ritual ziarah menjadi sesuatu yang bernilai materi melalui imbalan yang diberikan oleh peziarah yang menggunakan jasanya.<sup>9</sup>

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh Setyana Budiarti tahun 2017, Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul *Komodifikasi Simbol Keagamaan (Studi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok)*. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi agama dan *Consumer Ritualized Symbolic Practiced* sebagai alat analisisnya. Hasil penelitian ditemukan bahwa adanya komodifikasi terjadi pada Masjid Kubah Emas terdapat yang digunakan sebagai wisata religi dengan berbagai macam fasilitas berbayar. Pilihan rasional masyarakat muslim sebagai konsumen menjadi salah satu bentuk mengekspresikan keimanannya.<sup>10</sup>

*Keempat*, jurnal yang ditulis oleh Nengah Bawa Atmadja dan Tuty Maryati tahun 2014 yang berjudul *Geria Pusat Industri Banten Ngaben di Bali*

---

<sup>9</sup> Muhammad Ijlal Rafi, "Komodifikasi Spiritual Dalam Agama (Studi Kasus Jasa Pembaca Do'a Ziarah Kubur Di Tempat Pemakaman Umum Karet Bivak Jakarta Pusat)" (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), iv.

<sup>10</sup> Setyana Budiarti, "Komodifikasi Simbol Keagamaan (Studi Pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok)" (Skripsi, Jakarta, Universitas Negeri Jakarta, 2017), i.



*Perspektif Sosiologi Komodifikasi Agama.* Penelitian ini membahas tentang adanya komodifikasi agama yang terkandung dalam Geria sebagai produsen banten di Bali. Hasil penelitian ini menemukan bahwa adanya komodifikasi agama bermula dari banyaknya orang Bali yang sudah tidak bisa lagi membuat banten dan memudarnya swadaya masyarakat. Sehingga dengan adanya hal tersebut, terdapat peluang yang dimanfaatkan oleh Geria untuk mengembangkan industri banten. Adanya ideologi pasar mendukung Geria menjadi produsen banten yang menguntungkan. Akibatnya, Geria sebagai produsen banten menguasai konsumen secara hegemoni. Gejala ini terlihat dari penetapan harga banten yang bergantung pada Geria, sedangkan konsumen hanya mengikuti.<sup>11</sup>

*Kelima*, jurnal yang ditulis oleh I Nyoman Yoga Segara tahun 2002 berjudul "*Bade Beroda*": *Transformasi dan Komodifikasi Budaya dalam Upacara Ngaben di Bali*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana masyarakat Bali merespons budaya dan agama. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dengan metode kualitatif. Untuk menganalisisnya, penelitian ini menggunakan teori transformasi dan komodifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Bali memiliki mekanisme sosial dan budaya yang digunakan untuk mempertahankan ritus

---

<sup>11</sup> Nengah Bawa Atmadja and Tuty Maryati, "GERIA PUSAT INDUSTRI BANTEN NGABEN DI BALI PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMODIFIKASI AGAMA," *Jurnal Kawistara* 4, no. 2 (August 17, 2014): 162, <https://doi.org/10.22146/kawistara.5670>.

secara fleksibel di tengah perubahan tanpa menghilangkan esensi dari makna bade dan upacara ngaben itu sendiri.<sup>12</sup>

Dari beberapa karya ilmiah yang telah dipaparkan memiliki tema yang senada yakni kasus komodifikasi. Namun, yang menjadi perbedaannya adalah pemilihan objek penelitian. Dimana dalam penelitian ini, peneliti memilih Grand Heaven Surabaya sebagai objek penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian dengan tema komodifikasi rumah duka belum pernah diteliti sebelumnya. Selain itu, pada penelitian ini digunakan teori dengan fokus yang berbeda dari kajian komodifikasi biasanya yang banyak membahas tentang kapitalisme.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pendekatan ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang diperoleh dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian ini dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan.

Selain itu, di dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan rancangan penelitian kasus. Penelitian kasus atau studi kasus adalah penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif mengenai

---

<sup>12</sup> | Nyoman Yoga Segara, "Bade Beroda': Transformasi Dan Komodifikasi Budaya Dalam Upacara Ngaben Di Bali," *MUDRA Jurnal Seni Budaya* 35, no. 1 (February 2020): 94.

obyek tertentu yang akan diteliti. Hal ini meliputi individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat.

Menurut Jhon W. Best, studi kasus berkenaan dengan segala sesuatu yang bermakna di dalam sejarah atau perkembangan kasus yang diteliti dengan tujuan untuk memahami siklus yang terjadi pada suatu unit baik individu maupun kelompok di dalam masyarakat. Studi kasus dilakukan sebagai upaya penggalian data secara mendalam terhadap interaksi yang terjadi di dalamnya.<sup>13</sup>

## 2. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yakni data primer dan sekunder, berikut uraiannya:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari sumber data pertama, yakni dari subjek penelitian secara *up to date*.<sup>14</sup> Mengingat peneliti tidak mendapatkan izin penelitian dari pihak Grand Heaven Surabaya untuk melakukan wawancara maupun observasi secara langsung. Maka, sumber data primer penelitian ini diperoleh dari wawancara yang dilakukan terhadap salah satu keluarga yang pernah menggunakan jasa layanan kedukaan Grand Heaven Surabaya sebagai informan utama.

---

<sup>13</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 62–63.

<sup>14</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 71.

## b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada. Dimana sumber tersebut berasal dari bahan pustaka, seperti buku, artikel jurnal, penelitian terdahulu, laporan penelitian, berita dan lain sebagainya. Dalam hal ini, peneliti akan mengambil dari bahan pustaka yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Sumber-sumber data tersebut digunakan sebagai data pendukung dari data primer.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari website, Youtube Channel, dan akun Instagram resmi dari Grand Heaven Surabaya serta video marketing yang diperoleh dari admin Instagram Grand Heaven Surabaya.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam melakukan penelitian, peneliti harus mencari sumber-sumber yang valid untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Maka dari itu peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Observasi

Dalam metode pengumpulan data ini peneliti melakukan observasi atau pengamatan terhadap kegiatan secara langsung terhadap gejala-gejala subjek maupun objek yang diteliti.<sup>16</sup> Pengamatan dilakukan dengan mengamati gejala yang terjadi pada subjek maupun objek

---

<sup>15</sup> Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 68.

<sup>16</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 125.

penelitian. Yang mana dalam hal ini, peneliti akan mengamati segala hal yang berkaitan dengan tema yang diangkat yakni komodifikasi pada Grand Heaven Surabaya..

b. Wawancara

Dalam metode pengumpulan data ini, peneliti melakukan wawancara yakni berupa tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Tanya jawab atau percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai atau narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.<sup>17</sup> Wawancara dilakukan pada narasumber atau informan yang dianggap memiliki pengetahuan yang dapat dijadikan data dalam penelitian dengan tema ini.

c. Dokumentasi

Dalam mengumpulkan data, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.<sup>18</sup> Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa catatan, gambar, katalog, dan lain sebagainya yang berasal dari subjek

---

<sup>17</sup> Hardani et al., 137.

<sup>18</sup> Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), 150.

penelitian. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data dari berbagai literatur yang sesuai dengan tema sebagai penunjang data primer.

#### 4. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data atau pengolahan data bergerak secara induktif, yaitu dari data atau fakta ke tingkat abstraksi yang lebih tinggi, termasuk melakukan sintesis dan mengembangkan teori (bila diperlukan dan datanya menunjang). Artinya, analisis yang digunakan bersifat *open ended* dan harus sesuai dengan data atau informasi yang diperoleh di lapangan.<sup>19</sup>

Dalam penelitian ini, model analisis atau pengolahan data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman. Analisis data model ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga data yang diperoleh jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data baru. Miles dan Huberman membagi aktivitas analisis data dalam tiga tahapan, yakni reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), kemudian penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).<sup>20</sup>

##### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Melalui reduksi data, data akan disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam dengan melalui seleksi ketat

---

<sup>19</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 36.

<sup>20</sup> Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 176.

terhadap data-data yang diperoleh. Dan menggolongkannya pun juga diuraikan secara singkat sesuai dengan polanya.<sup>21</sup>

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penyajian data, peneliti akan menyajikan hasil reduksi data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, skema, dan sejenisnya. Dengan demikian, data dapat dengan mudah dipahami dan memudahkan peneliti untuk melakukan tahapan berikutnya.<sup>22</sup>

c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Dalam metode ini, peneliti akan menggambarkan pendapat terakhir berdasarkan uraian-uraian yang diperoleh sebelumnya. Simpulan yang dibuat harus sesuai dengan fokus penelitian, tujuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan. Dalam hal ini simpulan tidak harus menjawab rumusan masalah yang dirumuskan di awal, sebab sebelum dilakukan penelitian maka data sebelumnya bersifat sementara. Jadi, dalam hal ini peneliti harus menyimpulkan dengan data yang sebenar-benarnya tanpa adanya rekayasa.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Hardani et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 164.

<sup>22</sup> Hardani et al., 168.

<sup>23</sup> Hardani et al., 171.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah proses penelitian serta pembahasan, maka disusunlah sistematika pembahasan sebagaimana berikut:

*Bab Pertama*, berisikan pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

*Bab Kedua*, berisikan kajian teori yang membahas secara mendalam mengenai teori yang digunakan untuk menganalisis fenomena yang ada. Adapun teori tersebut adalah teori komodifikasi agama pemikiran Pattana Kitiarsa.

*Bab Ketiga*, berisikan profil subjek penelitian yakni Grand Heaven Surabaya.

*Bab Keempat*, berisikan analisis mengenai komodifikasi agama dalam layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya menggunakan teori komodifikasi agama pemikiran Pattana Kitiarsa.

*Bab Kelima*, berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran serta dilanjutkan dengan daftar pustaka



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Komodifikasi Agama

##### 1. Biografi Singkat Pattana Kitiarsa



**Gambar 0.1.1 Foto Pattana Kitiarsa**  
(Sumber: [www.newmandala.org/pattana-kitiarsa-on-thai-boxing/pattana-kitiarsa/](http://www.newmandala.org/pattana-kitiarsa-on-thai-boxing/pattana-kitiarsa/))

Pattana Kitiarsa atau biasa dipanggil Pattana lahir pada tahun 1968 di Timur Laut Thailand tepatnya di Provinsi Nong Khai.<sup>24</sup> Pattana merupakan putra tertua di keluarganya. Pattana dibesarkan selama masa Perang Indochina di tepi sungai Mekong.<sup>25</sup> Sejak kecil Pattana Kitiarsa memiliki ketertarikan pada bidang olahraga yakni Muai Thai atau *Thai Kick-Boxing*. Namun, ia tidak berkarir dalam bidang tersebut. Pattana justru berkarir di bidang antropologi. Meskipun ia tidak berkarir dalam bidang tersebut, namun ketertarikannya disalurkan dalam bentuk karya tulis ilmiah

---

<sup>24</sup> Charles Keyes, "TLC-the Passing of Dr. Pattana Kitiarsa," January 9, 2013, <https://www.newmandala.org/wp-content/uploads/2013/01/Pattana-Kitiarsa.pdf>.

<sup>25</sup> Pinkaew Laungaramsri, "Remembering Pattana Kitiarsa," in *Thailand in the World* (International Conference on Thai Studies, Sydney University, 2014), [https://www.academia.edu/19224540/Remembering\\_Pattana\\_Kitiarsa](https://www.academia.edu/19224540/Remembering_Pattana_Kitiarsa).

yang berjudul *The Lives of Hunting Dogs*, yang membahas tentang pentingnya *kick-boxing* untuk memahami identitas gender laki-laki di Thailand terutama di wilayah pedesaan Thailand. Selain itu, ia juga pernah menjadi biksu sementara. Dalam pengantar bukunya yang berjudul *Medium, Monks & Amulets*, ia menjelaskan pengalamannya secara detail ketika menjadi biksu sementara di tempat asalnya. Ia di tabhiskan, mengikuti adat Thailand untuk ‘melakukan kebajikan’ untuk mendingkan ibunya. Dia menceritakan bagaimana dia dapat bertemu dengan ibunya lagi ketika melakukan meditasi.

Karier Pattana Kitiarsa dimulai sejak ia menjadi mahasiswa di Universitas Khon Kaen. Di sana ia menjadi murid dari Ajarn Suriya Smutkupt atau biasa dikenal dengan Suriya. Suriya juga merupakan lulusan antropologi University of Washington sehingga secara tidak langsung hubungannya dengan Pattana terjalin semakin erat seperti kerabat dekat layaknya keluarga sendiri. Begitu pula Pattana juga menganggapnya sebagai anggota keluarga sendiri.

Di Khon Kaen, Pattana bertemu dengan Rungnapa Tukta kemudian mereka menikah dan memiliki dua anak yang bernama Nan dan Nonthan. Istri Pattana merupakan dosen Bahasa Thailand di National University of Singapore. Istri dan kedua anaknya adalah sumber kekuatan Pattana ketika melawan penyakitnya.

Setelah menyelesaikan studinya di Singapura, Pattana pergi ke Filipina untuk melanjutkan studinya guna mengambil gelar MA dalam

bidang antropologi di Universitas Ateneo de Manila. Dia kemudian mengambil program Ph.D. di National Museum of Ethnology di Jepang, namun Pattana harus keluar untuk menyelesaikan studi Ph.D.-nya di University of Washington. Pada tahun 1999, Pattana berhasil menyelesaikan studi Ph.D.-nya kemudian ia menjadi dosen untuk pertama kalinya di Universitas Suranaree di Nakhon Ratchasima di Thailand.<sup>26</sup>

Pada tahun 2004, ia bergabung dengan *National University of Singapore Asia Research Institute* (ARI) sebagai peneliti tamu. Kemudian pada tahun 2007 ia menjabat sebagai asisten profesor di Departemen Asia Tenggara. Saat itulah, Pattana juga bertemu dengan Suriya di National University of Singapore (NUS).<sup>27</sup> Mereka menjadi rekan kerja sekaligus rekan peneliti di sana. Selama beberapa tahun mereka berhasil menghasilkan banyak monografi berbahasa Thailand yang membahas tentang ritual Thailand, budaya material, gender, dan budaya populer. Beberapa di antaranya menjadi dasar dari banyaknya artikel dan buku Pattana yang diterbitkan dalam Bahasa Inggris.<sup>28</sup>

Lebih dari 100 artikel telah diterbitkan dan dipresentasikan, sehingga Pattana dipandang sebagai ahli etnografi dalam bidang pengalaman keagamaan manusia. Ia berhasil menggabungkan kajian antropologi agama dengan Studi Asia Tenggara. Minat penelitiannya semakin terlihat pada banyak karyanya yang bertemakan Buddhisme dan

---

<sup>26</sup> Keyes, "Pattana Kittiarso (1968-2013)," January 9, 2013.

<sup>27</sup> Laungaromsri, "Remembering Pattana Kittiarso."

<sup>28</sup> Keyes, "Pattana Kittiarso (1968-2013)," January 9, 2013.

migrasi tenaga kerja transnasional. Beberapa di antaranya adalah kajian komodifikasi agama, Buddhisme populer Thailand, dan Buddhisme transnasional.<sup>29</sup>

## 2. Definisi Komodifikasi Agama menurut Pattana Kitiarsa

Pattana Kitiarsa mendefinisikan komodifikasi agama sebagai suatu konstruksi sejarah dan budaya yang cukup luas, inklusif, dan kompleks.<sup>30</sup> Istilah tersebut menggambarkan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk mengubah simbol dan institusi agama menjadi komoditas yang dapat dipasarkan atau diperdagangkan dan layak dikonsumsi oleh masyarakat. Meskipun demikian, terdapat fakta yang menunjukkan bahwa semua keuntungan material dikemas dengan berhati-hati dan ditempatkan secara tersembunyi di belakang layar.

Komodifikasi agama yang dimaksud adalah sebuah proses multi-aspek dan multi-dimensi baru yang mengubah keyakinan agama atau tradisi menjadi produk yang dapat dikonsumsi dan dipasarkan baik berupa barang maupun jasa. Barang atau jasa diproduksi dalam konteks budaya tertentu dan membutuhkan pemahaman tentang kerangka budaya untuk membuka makna simbolis dan sosio-ekonominya. Proses yang terjadi pada komodifikasi sangat inventif dan secara khusus tertanam dalam lintasan lokal-global ekonomi pasar dan ledakan agama postmodern.<sup>31</sup> Sehingga, komodifikasi agama dinyatakan memiliki hubungan interaktif antara agama

---

<sup>29</sup> Bryan S. Turner, ed., *Sosiologi Agama*, trans. Daryatno (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), x.

<sup>30</sup> Phatthanā Kiti'āsā, ed., *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*, Routledge Studies in Asian Religion and Philosophy (London ; New York: Routledge, 2008), 1.

<sup>31</sup> Kiti'āsā, 1.

dan pasar. Keduanya secara bersamaan melibatkan kekuatan pasar dalam mengkomodifikasikan agama, dimana institusi keagamaan turut andil dalam pasar dan budaya konsumsi yang ada di masyarakat.

Definisi yang dikemukakan oleh Pattana Kitiarsa ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh R.L. Moore dalam bukunya yang berjudul *Selling God: American Religion in The Marketplace of Culture*. Beliau menyatakan bahwa komodifikasi agama pada konteks Protestan Amerika Serikat tertanam dalam cara-cara dimana gereja-gereja tumbuh melalui partisipasi pasar. Dalam artian, pengaruh agama dapat memantapkan dan menempatkan diri dalam bentuk budaya komersial. Kemudian tumbuh dari sejarah pertemuan antara ekonomi pasar dan ambisi perluasan abadi yang dilakukan oleh para pemimpin dan komunitas agama. Sehingga komodifikasi agama melahirkan berbagai macam bentuk pasar dan media melalui pengabdian dan kesalehan pengikut agama. Hal ini mencakup proses bagaimana sebuah agama menjelma menjadi komoditas dan kemudian menandai adanya fenomena [kesalehan di tingkat individu dan kolektif] pergeseran dari kewajiban ke konsumsi.<sup>32</sup>

Sejauh ini, komodifikasi memiliki stigma negatif di mata sebagian orang. Hal ini dikarenakan keyakinan bahwa komodifikasi dapat mencederai nilai dari agama itu sendiri ibaratnya menjual Tuhan. Komodifikasi atau komersialisasi memunculkan sebuah perdebatan dan ketegangan di dalam sebuah komunitas agama, misalnya antara ahli agama

---

<sup>32</sup> Turner, *Sosiologi Agama*, 986.

dengan khalayak awam. Dari sini memunculkan sebuah dilema dalam kehidupan sosial dari semua agama. Yang mana, secara alami agama muncul untuk menumpas keserakahan dan kejahatan yang berasal dari keinginan, ilusi, dan kegilaan material. Hal ini serupa dengan pemahaman Emile Durkheim mengenai komunitas moral yang berpusat pada ikatan suci dan menyelimuti manusia dengan perasaan, emosi, dan kasih sayang sebagai landasan untuk tindakan moral. Sehingga keyakinan atau segala aktivitas keagamaan diyakini agar individu atau kelompok keagamaan tidak mencampurkan urusan mencari uang di dalamnya. Apalagi digunakan sebagai bagian strategi pemasaran dalam pasar modern. Dengan kata lain, agama diperlakukan sebagai suatu komoditas yang dapat dipasarkan.

Pattana Kitiarsa menampik hal tersebut. dalam bukunya ia berpendapat bahwa komodifikasi agama tidak mengarah pada penurunan religiusitas yang kritis seperti yang dikemukakan oleh para ahli teori sekularisasi. Sebaliknya, ini mencirikan berbagai cara yang dikonfigurasi oleh hubungan antara agama dan pasar.<sup>33</sup> Yang mana hubungan tersebut tidak serta merta menyebabkan malaise agama atau menghasilkan gerakan dan bentuk keagamaan baru yang menentang keyakinan dan praktik keagamaan yang telah terinstitusionalisasi sebelumnya.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Kiti'āsā, *Religious Commodifications in Asia*, 1.

<sup>34</sup> Kiti'āsā, 1.

Dalam realitanya, sebagian besar agama tidak dapat membendung adanya kekuatan serta kebudayaan pasar yang mengakar pada masyarakat. Sehingga terjadilah agama diperlakukan sebagai barang-barang konsumen di pasar. Terbukti bahwa hubungan agama dan pasar selalu meluas dan semakin kuat. Dalam fenomena ini, Pattana Kitiarsa menyatakan bahwa kemungkinan tertentu bahwa “Komodifikasi agama membantu mendefinisikan ulang mengenai agama sebagai komoditas pasar sekaligus sebagai pertukaran atau jual-beli di pasar spiritual. Lebih lanjut komodifikasi agama memperluas hubungan transnasional antara jaringan organisasional agama dengan jaringan pasar”.<sup>35</sup>

### **3. Komodifikasi dan Modernisasi**

Agama dan modernisasi di era sekarang tentu tidak dapat terelakkan. Keduanya berkaitan sehingga membentuk fenomena-fenomena keagamaan baru. Komodifikasi agama tentu bukanlah peristiwa yang secara spesifik bermakna bagi keadaan agama modern atau postmodern. Sebagai bagian dari pengalaman keagamaan manusia, komodifikasi agama telah muncul sejak zaman pramodern dan modern. Komodifikasi lahir dari hubungan sosio-ekonomi manusia. Komodifikasi agama menjadi bagian dari peristiwa besar dan menjadi bentuk mengekspresikan religiusitas manusia yang kemudian secara perlahan menyusun dan mengorganisasikan dunia religio-kultural manusia. Komodifikasi agama merupakan suatu praktik yang sangat tua. Di dalamnya mengandung sebuah fakta bahwa kepemimpinan

---

<sup>35</sup> Turner, 987–988.

dan komunitas keagamaan harus berpijak pada kekuasaan sosio-ekonomi dan dukungan-dukungan material lainnya. Selain itu, komodifikasi agama juga melibatkan diri dengan merespons kebutuhan keagamaan masyarakat. Agama tidak dapat tumbuh tanpa adanya dukungan material lainnya. Dalam artian, secara tidak langsung untuk mempertahankan eksistensi sebuah agama, mereka harus melakukan pertahanan dengan melakukan komodifikasi agama untuk mendapatkan dukungan secara material.<sup>36</sup>

Pada akhirnya, komodifikasi agama tidak dapat dipisahkan dari modernisasi. Sebab agama selalu berinteraksi dan menjalin hubungan dengan kekuatan-kekuatan modernisme, utamanya dunia pasar. Ketika agama kemudian dikomodifikasikan melalui institusi pasar modern, maka hal tersebut menunjukkan bahwa komunitas keagamaan siap menyesuaikan diri dengan perubahan. Dan hingga saat ini, sebagian besar agama mampu melakukannya.

Kemunculan komodifikasi agama dilatarbelakangi oleh dua faktor penting, yakni pasar dan konsumerisme. Pasar menjadi kekuatan pendorong utama dalam kehidupan masyarakat modern. Max Weber mengatakan bahwa umat manusia diselimuti keinginan yang kuat dan upaya gigih untuk menghasilkan uang. Kekuatan pasar dijiwai oleh etos-etos kerja agama tertentu misalnya etika Protestan yang telah memberikan dampak luar biasa terhadap kehidupan manusia jauh dari perolehan dan konsumsi material.

---

<sup>36</sup> Turner, 988.



Selanjutnya adalah konsumerisme. Konsumerisme menjadi landasan fundamental dari komodifikasi agama. John Paul II sendiri menyatakan bahwa Konsumerisme berkaitan dengan Eropa Barat seperti halnya komunisme yang erat kaitannya dengan Eropa Timur. Komunisme bekerja mereduksi menjadi sekedar budak produksi. Hampir sama dengan konsumerisme melakukan fungsinya. Sebaliknya, konsumerisme menjadikan manusia budak konsumsi. Kedua kasus tersebut, individu manusianya yang direduksi menjadi objek benda-benda material. Dengan demikian, manusia ter budakkan dalam suatu gaya hidup dan sistem nilai yang menodai tugas sejati dirinya menjadi manusia.<sup>37</sup>

#### **4. Tiga Tema Komodifikasi Agama menurut Pattana Kitiarsa**

Dalam kajian komodifikasi agama, Pattana Kitiarsa membaginya ke dalam tiga tema besar yang marak menjadi perdebatan sosiologis mutakhir tentang pengalaman keagamaan manusia. Berikut uraiannya:

- a. Perhatian Global terhadap Fundamentalisme dan Gerakan-Gerakan Keagamaan Militan

Kajian tentang komodifikasi agama tidak terlepas dari bayang-bayang gerakan fundamentalis dan militan agama. Sebagai salah satu fenomena religio-kultural global, komodifikasi agama tampaknya dimasukkan dengan sembarangan ke dalam keprihatinan publik yang dominan. Pattana mengutip Dillon mengamati bahwa sejak terjadinya tragedi 11 September yang didalangi oleh teroris dapat menggugah

---

<sup>37</sup> Turner, 990–991.

kesadaran kita bahwa agama itu penting pada zaman kontemporer. Sejak saat itu, dunia seakan mencurahkan perhatian yang lebih besar terhadap fundamentalisme dan terorisme keagamaan radikal dibandingkan hubungan timbal-balik agama dan pasar. Dalam kasus ini, komersialisasi dan komodifikasi agama dianggap sebagai mimpi buruk bagi pengikut agama ortodoks, baik bagi individu maupun institusi. Komersialisasi atau komodifikasi menjadi sebuah ancaman bagi keamanan agama mereka. Komersialisasi dan komodifikasi yang selalu berorientasi dengan uang dipandang sebagai tanda-tanda yang memudarkan kesakralan kitab suci dan kepekaan agama ortodoks.<sup>38</sup>

b. Kritik Tesis Sekularisasi

Fenomena komodifikasi agama secara halus menyaingi tesis sekularisasi. Dimana pasar telah menjadi jalur utama untuk mendapatkan akses, mengekspresikan, dan menyebarkan agama populer. Dalam kajian sosiologis, komodifikasi agama ditempatkan pada sisi yang berhadapan dengan sekularisasi. Komodifikasi agama memperlihatkan beberapa hubungan yang bertentangan dengan tesis sekularisasi. Hadirnya barang-barang agama dan upaya gigih untuk “menjual” keyakinan agama melalui pasar dan media menunjukkan keduniawian ajaran agama dan keyakinan agama semakin meningkat sejak awal. Tesis sekularisasi tidak sepenuhnya tidak bermanfaat. Kebanyakan di luar sana, apabila berbicara mengenai sekularisasi selalu

---

<sup>38</sup> Turner, 992–993.

identik dengan lenyapnya agama, selain komodifikasinya. Dengan kondisi pasar yang memiliki kekuatan penetrasi yang tidak dapat dibendung, keyakinan agama pun niscaya semakin duniawi dan kian sekuler.<sup>39</sup>

c. Pertumbuhan Tren yang Memprivatisasi Kesalehan dan Religiusitas

Komodifikasi agama menekankan pada tren penyalihan atau *pietization* agama yang kian tumbuh di kalangan masyarakat modern/postmodern. Pada situasi ini, agama dipandang sebagai suatu barang konsumen yang memungkinkan individu untuk mempersonalisasikan kesalehan dan kepekaan agama mereka. Kesalehan dalam pengertian ini merupakan sebuah pilihan yang melekat dan dibatasi oleh tradisi dan didikan agama pribadi.<sup>40</sup>

## B. Komodifikasi Agama dan Pasar

### 1. Ciri Khusus Komoditas Agama

Produk-produk keagamaan hadir dalam berbagai macam bentuk dan jenis. Dapat dikategorikan ke dalam beberapa kelompok berdasarkan pada ciri fisik, kultural, simboliknya. Sebagian besar memiliki ciri yang sama dengan produk-produk pasar biasanya, seperti kelangkaan, memiliki nilai tinggi, sedang dibutuhkan, dll. Sebagian produk tersebut merupakan komoditas yang melekat dengan nilai kegunaan sekaligus nilai tukar, semisal buku, musik, dan baju. Sebagian lainnya dikeramatkan semisal

---

<sup>39</sup> Turner, 994.

<sup>40</sup> Turner, 995.

jimat dan batu akik yang diproduksi melalui proses ritual khusus dan prosedur pasaran. Namun, terdapat beberapa ciri-ciri khusus yang dapat dijadikan sebagai pandangan bahwa produk-produk keagamaan memang memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan produk-produk pasaran biasanya. Berikut ciri-ciri tersebut:

- a. Komoditas agama erat kaitannya dengan biografi tokoh suci para pendiri keyakinan atau agama, peristiwa-peristiwa historis besar, atau lokalitas/petilasan yang menonjol. Dalam hal ini adalah tempat-tempat bersejarah, bangunan, dan peristiwa yang tercatat dalam kitab suci menjadi daya tarik besar bagi para pemeluk. Kemudian petilasan yang diubah menjadi tujuan ziarah dan daya tarik wisatawan.
- b. Komoditas agama dengan lazim diproduksi, dikontrol, direkayasa secara institusional oleh organisasi-organisasi tertentu. Produk-produk agama merupakan hasil dari upaya-upaya terorganisir. Institusionalisasi menjadi salah satu mekanisme ampuh bagi *branding*, pengiklanan, dan pemasaran agama. Institusionalisasi bertugas menjamin keautentikan historis dan merangsang emosi dan pengabdian yang murni atau tulus. Seperti rumah ibadah yang memainkan peranannya dalam membentuk setiap agama, bahkan orang-orang yang tidak di dalamnya atau anggotanya sendiri.
- c. Komoditas agama sarat dengan makna-makna simbolik, kualitas sakral, dan reputasi karismatik. Ciri khas kesakralan menjadikannya sebagai komoditas agama yang berbeda dengan produk atau barang duniawi atau

sehari-hari. Kemudian adanya simbolisme yang mengandung pesan-pesan keagamaan yang kuat dan dapat melahirkan rasa memiliki dan identitas bagi pemeluk. Dengan cara ini, produk-produk keagamaan menjadi ikon-ikon agama yang dapat disembah terutama dalam kasus pribadi yang karismatik. Para pemilik produk keragaman ini sering kali menjumpai diri mereka sendiri dalam perasaan hati yang kuat dengan pesan-pesan spiritual dan sentimen supranatural khusus.

- d. Komoditas agama secara khusus dipromosikan melalui peristiwa-peristiwa publik semisal ritual, perayaan, festival, dan wisata rohani. Produksi, pemasaran, dan konsumsi barang-barang agama merupakan aspek fundamental bagi agama rakyat. Melalui peristiwa-peristiwa keagamaan yang dilakukan secara publik dianggap sangat penting untuk memperlihatkan bagaimana penggunaan efektif barang-barang keagamaan. Sehingga momen tersebut menjadi kesempatan untuk menarik konsumen produk keagamaan. Pada peristiwa tersebut tidak hanya mempertemukan antara penjual dan pembeli atau konsumen, melainkan juga menciptakan suasana hati dan atmosfer yang mengarah pada pertukaran bisnis atas nama pengeramatan alam sakral dan pengungkapan identitas keagamaan seseorang.
- e. Komoditas disalurkan pada khalayak melalui media massa. Diketahui bahwa di era modern, khususnya di negara-negara maju memiliki media yang dapat diakses oleh publik melalui beberapa media semisal Televisi, radio, surat kabar, berita, internet. Media tersebut digunakan sebagai

sarana untuk pengiklanan barang-barang keagamaan kepada masyarakat luas. Dengan kekuatan media massa sekarang, barang-barang keagamaan berubah menjadi bagian terpenting dari apa yang dimaksud dengan agama sehari-hari.<sup>41</sup>

## **2. Metode dan Strategi dalam Memproduksi Komoditas Agama**

Berdasarkan kajian-kajian komodifikasi agama terdahulu, Pattana menghimpun beberapa besar metode atau strategi yang banyak digunakan dalam memproduksi komoditas agama. terdapat enam metode yang dirasa dapat mempresentasikan bagaimana metode komodifikasi yang terjadi di masyarakat modern. Berikut metode-metode tersebut:

- a. Pengolahan atau produksi dan pemasaran barang-barang keagamaan diberikan penekanan khusus yang menunjukkan pada karisma dan kepemimpinan yang luar biasa
- b. Melalui bisnis penerbitan buku-buku keagamaan
- c. Melalui penyiaran pesan-pesan keagamaan melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, internet dan media daring lainnya
- d. Melalui pembuatan film-film yang bersifat komersial dan berorientasi pada kebudayaan-kebudayaan yang populer
- e. Ziarah dan wisata rohani

---

<sup>41</sup> Turner, 996–998.

- f. Pengadopsian strategi usaha atau pemasaran dari badan usaha modern , seperti gereja modern dan teologi-teologi kemakmuran dari kepercayaan lainnya.<sup>42</sup>

### 3. Tahapan Komodifikasi Agama

Adanya komodifikasi agama di dunia postmodern hingga modern akhir ini terdapat tiga premis yang mendasari terjadinya komodifikasi agama dalam postmodern dan modern akhir. Berikut uraiannya:

*Pertama*, premis tentang karakter spesifik kehidupan dan masyarakat postmodern. Komodifikasi agama merupakan produk dan proses dari kondisi postmodern. Pattana mengikuti Ward menggunakan terma “post- modernitas” sebagai tanda zaman dan juga digunakan dalam kajian-kajian tentang komodifikasi agama sebagai indeks perubahan pada pola-pola kepercayaan dan struktur pemahaman. Kehidupan dan masyarakat postmodern dicirikan sebagai yang sangat tidak menentu dan terkotak-kotak. Komodifikasi agama mengarahkan perhatian kita terhadap kehidupan sehari-hari dan pengalaman manusia mengenai kondisi yang dinamis dan bercirikan kacau balau, traumatis, dan menggosur. Komodifikasi agama membuka ruang kepercayaan dan mendefinisikan ulang panorama praktik manakala manusia menerima pesan dan barang-barang agama yang lebih relevan dan bisa dikonsumsi dengan bantuan teknologi yang cocok dengan gaya hidup mereka.

---

<sup>42</sup> Turner, 998.

*Kedua*, premis tentang identitas konsumen dan individu-individu pencari kesenangan. Komodifikasi agama lahir dari tanah konsumerisme yang subur. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, bahwa komodifikasi agama difasilitasi oleh sarana pertukaran dan konsumsi pasar. Ketika kesalehan dan religiusitas agama di masyarakat berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, momen ini dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk merancang ulang konsep komodifikasi agama agar cocok dengan kebutuhan moral dan spiritual kehidupan sosial postmodern.

*Ketiga*, premis tentang konvergensi antara pasar dan agama. Menurut Pattana, komodifikasi agama merupakan temuan bersama oleh institusi agama, kekuatan pasar, dan berdasarkan permintaan dari kesenangan konsumen yang ditambah agama dan pencari identitas. Pada kondisi ini, agama sudah ditempatkan sebagai sebuah produk. Dimana produk-produk tersebut telah dibuat mereknya persis dengan produk konsumen yang juga diberi merek. Misalnya pada sebuah organisasi-organisasi keagamaan yang memiliki nama, logo atau ketokohan, bahkan slogan yang memungkinkannya didengar di ranah pasar dan sering kali bersifat kompetitif. Kemudian didukung adanya arus media yang tinggi menjadikannya semakin berkembang. Selain itu, manusia sebagai konsumen agama memiliki kebebasan untuk mengekspresikan keagamaannya. Dengan demikian, komodifikasi agama tumbuh dari pasar dan agama yang memiliki hubungan erat lebih dari yang kita bayangkan.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Turner, 999–1001.



## BAB III

### PAPARAN DATA

#### A. Sejarah Grand Heaven Surabaya



**Gambar 3.1 Grand Heaven Surabaya  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)**

Grand Heaven Surabaya merupakan salah satu rumah duka yang terkenal di Surabaya. Rumah Duka tersebut merupakan salah satu bagian dari *Heaven Funeral Home* yang dimiliki Heaven Group. Sebelum didirikannya Grand Heaven Surabaya, terdapat layanan kedukaan Heaven Group yang dibangun secara bertahap dan hal tersebut melalui perjalanan yang cukup panjang.

Pada awalnya, Rumah Duka ini didirikan oleh Bapak Suwito Muliadi tidak semata berdasarkan bisnis saja. Menurut Bapak Lee selaku Direktur Grand Heaven Surabaya, Bapak Suwito Muliadi sudah menekuni dan mempelajari perihal kedukaan sudah cukup lama.<sup>44</sup> Selain itu, kepedulian terhadap sesama

---

<sup>44</sup> "Cuma Di Grand Heaven Pluit Ada Perawatan Jenazah Yang Super Maksimal | BROWNIS (14/6/22) P2," *BROWNIS*, February 8, 2023, <https://youtu.be/GXI34--aRF4>.

yang dirasakan oleh Bapak Suwito Muliadi juga menjadi motivasi didirikannya rumah duka ini. Sehingga Beliau membangun *Heaven Funeral Service Solution*.

Kepedulian dan kemanusiaan terhadap keluarga yang berduka juga dilatarbelakangi oleh kondisi rumah duka pada zaman dahulu yang tidak memiliki fasilitas memadai. Selain itu, rumah duka juga memiliki kesan menyeramkan, gelap, kotor, tidak higienis, dan memiliki bangunan yang tidak layak seperti menggunakan atap seng. Dapat dibayangkan betapa tidak nyamannya keluarga atau kerabat yang akan datang melayat. Selain itu, keluarga duka tentunya sibuk mengurus segala administrasi kedukaan yang dibutuhkan. Sehingga hadirnya rumah duka ini memberikan solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut.<sup>45</sup>

Rumah Duka ini didirikan pada tahun 1990 dengan nama Yayasan Naga Sakti. Yayasan ini berhasil membangun rumah duka pertamanya dan diberi nama Rumah Duka Husada yang didirikan di Mangga Besar Raya. Di awal merintis rumah dukanya, mereka menjalin kerja sama dengan beberapa rumah sakit di Jakarta. Seiring perkembangannya, pada tahun 1996 mereka membangun rumah duka yang kedua yang diberi nama Rumah Duka Atmajaya yang berlokasi di Pluit Raya. Selanjutnya pada tahun 2001, mereka membangun rumah duka yang ketiga yakni Rumah Duka Dharmis di Jalan S. Parman dan Rumah Duka Gatot Subroto di Jalan Gatot Subroto Jakarta.

---

<sup>45</sup> “30th Rumah Duka Heaven ‘Heaven Always Care For Your Loved Ones,’” accessed February 8, 2023, <https://heaven.co.id/news/30th-rumah-duka-heaven-suwito-muliadi/>.

Selama itu, yayasan ini berhasil memberikan layanan kedukaan dengan baik pada setiap keluarga yang menggunakan jasanya. Hingga pada tahun 2002, layanan kedukaan tidak terbatas pada rumah duka saja, melainkan mereka juga menyediakan area pemakaman dengan membangun Taman Makam Quiling yang berlokasi di Jonggol Bogor serta Krematorium Nirwana di Marunda Bekasi.

Pada tahun 2013, seluruh rumah duka dilakukan perubahan nama dengan menyatukannya menjadi satu brand yang dikenal dengan HEAVEN. Sedangkan Taman Makam Quiling berubah nama menjadi Heaven Memorial Park. Pada tahun 2015, Heaven Group semakin berkembang dengan membangun tempat pemakaman yang diberi nama Heaven Memorial Garden di Balaraja, Cikupa, Banten. Bersamaan dengan itu, mereka juga membangun Heaven Columbarium di Mangga Besar, Jakarta.

Tidak berhenti disitu, untuk memberikan layanan kedukaan dan memenuhi kebutuhan keluarga yang berduka, pada tahun 2017 mereka membangun Rumah Duka Heaven atau *Heaven Funeral Home*. Dimana rumah duka tersebut menyediakan fasilitas terlengkap. Rumah duka tersebut diberi nama Grand Heaven Jakarta berlokasi di Pluit Raya dan pada tahun 2018 diresmikan secara langsung oleh Bapak Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta yang menjabat pada saat itu. Bersamaan dengan itu, juga dilakukan pemberian penghargaan dari Museum Rekor-Dunia (MURI) sebagai rumah duka terbesar dengan fasilitas terlengkap.

Semakin banyaknya keluarga duka yang membutuhkan dan merasa puas telah menggunakan layanannya, semakin banyak pula permintaan dari masyarakat di luar Jakarta. Masyarakat berharap untuk didirikan Rumah Duka Heaven di daerahnya agar dapat memberikan layanan kedukaan. Sebagai respons dari permintaan tersebut, Rumah Dukan Heaven mengembangkan rumah dukanya di Jalan Raya Taman Sepanjang, Taman, Sidoarjo, Jawa Timur. Akhirnya pada tahun 2019 Rumah Duka tersebut diresmikan dengan nama Grand Heaven Surabaya.<sup>46</sup> Meskipun didirikan di Sidoarjo, namun rumah duka ini dikenal dengan Grand Heaven Surabaya. Semenjak didirikannya Rumah Duka Grand Heaven di Surabaya, eksistensi rumah duka ini semakin meningkat karena model bangunannya yang megah dan mewah seperti hotel bintang 5.

Grand Heaven Surabaya memiliki ciri khas tersendiri sebagai salah satu penyedia layanan kedukaan. Ciri khas tersebut dituangkan dalam logo, visi dan misi, nilai inti, serta semacam slogan. Di dalamnya memuat identitas Grand Heaven Surabaya yang menunjukkan prinsip mereka dalam memberikan layanan terbaik dengan kasih. Berikut merupakan uraiannya:

---

<sup>46</sup> "Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home," accessed January 16, 2023, <https://heaven.co.id/>.

## 1. Logo Grand Heaven Surabaya



**Gambar 3.2 Logo Heaven Group  
(Sumber:heaven.co.id)**

Logo merupakan sebuah gambar yang mempresentasikan citra atau karakter yang mewakili suatu lembaga, perusahaan, atau organisasi.<sup>47</sup> Setiap lembaga, perusahaan, atau organisasi tentunya memiliki logo untuk menunjang eksistensinya di ruang publik. Sama halnya dengan HEAVEN, mereka memiliki logo yang menunjang branding sekaligus menjadi identitas perusahaan. Logo tersebut berbentuk sayap berwarna biru. Menurut penjelasan yang disampaikan dalam web resminya, bentuk sayap terinspirasi dari sejarah China Kuno tentang Cicada. Pada zaman itu, sebelum memakamkan orang yang telah meninggal, keluarga yang berduka akan memasukkan ukiran batu giok yang berbentuk Cicada ke dalam mulut mereka yang telah meninggal. Keluarga percaya bahwa hal tersebut akan membantu mengondisikan orang yang telah meninggal untuk memiliki kehidupan yang abadi setelahnya.

---

<sup>47</sup> Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 232.

Logo HEAVEN atau disebut dengan *The [88] Wing of Heaven* ini memiliki beberapa elemen yang terkandung di dalamnya.<sup>48</sup> Logo tersebut berawal dari angka “8” yang mana di dalam Bahasa Mandarin “8” disebut dengan “*Pa* atau *Fa*”. “*Pa* atau *Fa*” memiliki arti Kekayaan atau Kesuksesan. Selain itu, angka “8” juga mirip dengan bentuk tali yang tidak berujung atau biasa disebut dengan *Infinity Knott*. Sehingga “88” diartikan dengan kekayaan yang tidak berujung.

Logo tersebut yang kemudian melambangkan misi perusahaan untuk selalu mengutamakan layanan terbaik dengan sepenuh hati sekaligus melambangkan tekad perusahaan untuk mengukuhkan identitasnya sebagai penyedia layanan kedukaan terbesar dan terlengkap di Indonesia.<sup>49</sup>

Logo tersebut memiliki makna sebuah proses transformasi yang dilakukan oleh perusahaan. Dimana dalam perspektif sekunder memunculkan angka ‘88’ sebagai bentuk akhir dari transformasi yang berarti kekayaan ganda. Sedangkan angka “8” yang berdiri tunggal melambangkan hubungan yang saling berintegrasi (holistik). Selanjutnya, penggunaan *font serif – uppercase* dalam kata HEAVEN menegaskan sebuah kekukuhan, kewibawaan perusahaan sebagai perusahaan yang berpengalaman dan pionir dalam bidang industri *Funeral Service* di Indonesia. Dengan demikian, Heaven selalu berusaha memberikan layanan

---

<sup>48</sup> “Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home: About Us,” accessed January 16, 2023, <https://heaven.co.id/about>.

<sup>49</sup> *Little Story Logo Heaven Animated*, accessed February 22, 2023, <https://youtu.be/pnFh1Vuo6Ws>.

yang terbaik dengan cinta kasih dan juga kualitas yang memuaskan bagi keluarga yang sedang dalam masa berduka.

## 2. Visi dan Misi Grand Heaven Surabaya

Layaknya perusahaan pada umumnya, Heaven juga memiliki Visi dan Misi dalam mencapai kesuksesan merealisasikan tujuannya sebagai penyedia layanan kedukaan terbaik dan terlengkap. Berikut visi dan misi Heaven:

a. Visi:

*“To be a Truly Care Based Funeral Service Solution”*

“Menjadikan Heaven sebagai solusi layanan kedukaan berdasarkan kepedulian”

b. Misi:

Membangun *Funeral Service Solution* yang terbesar dan terbaik di Indonesia dengan standar kelas dunia, sehingga mampu memberikan layanan dengan kualitas tertinggi dan dapat memberikan manfaat yang nyata serta personal bagi setiap keluarga yang dilayani, dengan mengusung nilai-nilai sebagai berikut:

- 2) Pengembangan kompetensi karyawan berkelanjutan
- 3) Memberikan standar tertinggi untuk fasilitas, layanan, dan produk
- 4) Menerapkan standar kode etik yang tinggi dalam aktivitas layanan

## 3. Nilai Inti Grand Heaven Surabaya

Sadar bahwa seluruh keluarga yang telah kami layani, akan menjadi hal berharga dan tak akan terlupakan bagi mereka, mendorong kami untuk

menjadi “*The Care Based Company*”, yaitu suatu perusahaan yang didasari oleh Cinta, Kasih Sayang, Kepedulian, Penghormatan, dan Ketulusan.

Dalam menjalankan *Funeral Service* ini, Heaven memiliki budaya kerja yang dibangun dalam empat nilai yang disingkat dengan kata C.A.R.E, yakni:

a. *Compassion* (Kasih Sayang)

Setiap layanan didasarkan pada nilai kasih sayang dengan selalu memberikan perasaan yang mendalam untuk memahami orang lain tanpa memandang ras, keyakinan, usia, atau status sosial. hal ini termasuk kemurahan hati, kebaikan, kepedulian, persahabatan, cinta dan berbagi terhadap semua orang.

b. *Altruist*

Memberikan perhatian penuh dan mengutamakan untuk membantu orang lain tanpa mengharapkan ganjaran dan semata-mata untuk mencapai tujuan yakni memberikan pengalaman terbaik.

c. *Reliable*

Menjadi rumah duka yang handal dan dapat dipercaya. Termasuk dapat bertanggung jawab terhadap sikap, keputusan, dan tindakan yang diambil.

d. *Eminance*

Unggul dalam memberikan jasa, layanan, dan produk dengan standar tertinggi kepada keluarga yang berduka.



Selain dari empat nilai inti tersebut, Rumah Duka Heaven juga memiliki tema layanan atau dapat disebut moto layanan HEAVEN yaitu “*Friendly Heaven*”. Yang mana setiap karyawan rumah duka tersebut diwajibkan untuk bersikap dan berperilaku demikian sebagai bentuk usaha dalam memberikan layanan yang terbaik kepada keluarga yang berduka.

#### **4. We Care For Your Loved Ones**

Setiap perusahaan tentunya memiliki suatu prinsip yang dipegang teguh dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini berlaku juga pada Heaven. Pada awalnya, yakni pada tahun 2008, mereka menggunakan tagline “Melayani Duka dengan Kasih”. Namun di tahun 2013, Heaven mengalami perkembangan sehingga menjadi perusahaan yang berbasis kepedulian dengan tagline barunya yakni “We Care For Your Loved Ones”. Terlihat dalam beberapa tulisan yang dimuat dalam web resminya yakni [heaven.co.id](http://heaven.co.id), di akhir tulisan selalu terdapat kalimat *We Care For Your Loved Ones*. Kalimat ini menjadi suatu prinsip utama Heaven dimana Heaven menempatkan diri sebagai keluarga yang sedang berduka juga. Sehingga mereka memahami apa yang dirasakan oleh keluarga yang berduka. Dengan demikian mereka akan berusaha memberikan layanan yang terbaik dengan tulus dan ikhlas.

Untuk memberikan yang terbaik, Heaven selalu berpegang pada beberapa prinsip-prinsipnya dalam melayani keluarga yang berduka. Heaven menganggap bahwa layanan yang diberikan berdasarkan pengabdian. Melayani dengan setulus hati ditamankan pada setiap crew atau

karyawannya agar selalu memberikan yang terbaik pada keluarga yang membutuhkan. Memberikan kepuasan merupakan hal yang ditargetkan oleh Heaven. Dengan terwujudnya kepuasan keluarga yang berduka, Heaven berharap dapat selalu tumbuh dan berkembang menjadi tempat layanan kedukaan terbaik di Indonesia.<sup>50</sup> Prinsip-prinsip tersebut tentunya juga berlaku untuk Grand Heaven Surabaya yang merupakan bagian dari Heaven.

## B. Fasilitas Grand Heaven Surabaya

### 1. Ruang Duka atau Funeral Parlour



**Gambar 3.3 Ruang Duka**  
(Sumber: [heaven.co.id](http://heaven.co.id))

Grand Heaven Surabaya tentunya menyediakan ruang duka. Mereka memiliki ruang duka dengan desain interior yang nyaman berukuran 6x lebih luas dari rumah duka pada umumnya.<sup>51</sup> Terdapat beberapa pilihan ruang dengan luas sesuai dengan kebutuhan keluarga yang berduka. Grand Heaven Surabaya juga menyediakan dekorasi ruang

<sup>50</sup> “Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home: About Us.”

<sup>51</sup> “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik,” accessed February 22, 2023, <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-jakarta-suwito-muliadi/>.

duka sesuai dengan agama, tradisi, maupun kepercayaan dari masing-masing keluarga duka.<sup>52</sup> Misalnya seperti Premium Nature Decor, Premium White Decor, Premium Red Gold Decor, dan lain sebagainya. Selain itu, Grand Heaven Surabaya juga menyediakan papan bunga digital atau karangan bunga digital untuk mengurangi limbah papan bunga dengan harga terjangkau.<sup>53</sup>

## 2. Family Rest Room



**Gambar 3.4 Family Rest Room**  
(Sumber: [heaven.co.id](https://heaven.co.id))

Family Rest Room atau ruang istirahat keluarga merupakan salah satu fasilitas di Grand Heaven Surabaya untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang ingin beristirahat pada saat proses kedukaan. Hal ini dikarenakan adanya proses kedukaan yang biasanya berjalan selama lebih dari satu hari. Ruang istirahat didesain khusus seperti hotel bintang lima dengan model Neo-Classic Modern guna menciptakan suasana yang

<sup>52</sup> “Rumah Duka Fasilitas Internasional, Grand Heaven Surabaya,” accessed March 9, 2023, <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-surabaya-suwito-muliadi/>.

<sup>53</sup> “Papan Bunga Digital Rumah Duka Heaven,” Instagram, February 6, 2023, [https://www.instagram.com/p/CoT6j\\_rB139/](https://www.instagram.com/p/CoT6j_rB139/).

nyaman bagi keluarga yang berduka. Di dalamnya dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas seperti ruang tamu yang dilengkapi dengan sofa dan LED TV full HD, ruang makan, kamar tidur dengan kasur single bed atau double bed, dan kamar mandi eksklusif yang dilengkapi dengan wastafel, bathup, dan shower.<sup>54</sup>

### 3. Grand Heaven Crematorium



**Gambar 3.5 Heaven Crematorium  
(Sumber: Tiktok/mujikrist)**

Sebagai Rumah Duka yang terbesar dan terlengkap, Grand Heaven Surabaya juga menyediakan krematorium atau tempat kremasi. Menariknya Grand Heaven Surabaya memiliki krematorium dengan mesin modern berteknologi tinggi yang berkonsep ramah lingkungan atau dikenal dengan *Go Green Concepts*. Sehingga dalam pelaksanaan kremasi tidak mengakibatkan polusi udara yang dapat merugikan warga sekitar rumah duka. Selain itu, letak krematorium di tengah perkotaan juga sangat

---

<sup>54</sup> “Rumah Duka Fasilitas Internasional, Grand Heaven Surabaya.”

membantu keluarga sehingga keluarga tidak perlu menyewa bus atau kendaraan lainnya untuk menghantarkan ke lokasi kremasi.<sup>55</sup>

#### 4. Heaven Columbarium



**Gambar 3.6 Heaven Columbarium  
(Sumber: Tiktok/heavenfuneral**

Heaven Columbarium atau Kolubarium adalah tempat penyimpanan abu kremasi yang terdapat di dalam Grand Heaven Surabaya. Di tempat ini, keluarga duka dapat menyimpan abu dari jenazah yang sudah dikremasi.<sup>56</sup> Terdapat tiga macam kolubarium yang disediakan yakni Kolubarium Buddha, Kolubarium Katolik, dan Kolubarium Kristen.<sup>57</sup> Kolubarium ini dilengkapi dengan CCTV 24 jam sehingga terjamin keamanannya. Memiliki ruangan yang bersih dan nyaman ditambah dengan layanan doa harian yang dilakukan langsung oleh pemuka agama yang disediakan oleh Grand Heaven Surabaya.<sup>58</sup>

<sup>55</sup> “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik.”

<sup>56</sup> “Heaven Kolubarium / Heaven Columbarium,” accessed March 9, 2023, <https://heaven.co.id/rumah-duka-heaven-columbarium-suwito-muliadi>.

<sup>57</sup> “Kolubarium Heaven,” Instagram, January 10, 2023, <https://www.instagram.com/p/CnLiWDIBWYP/>.

<sup>58</sup> “Heaven Kolubarium / Heaven Columbarium.”

## 5. Mortuary dan Treatment Room



**Gambar 3.7 Mortuary dan Treatment Room  
(Sumber: Tiktok/heavenfuneral)**

Mortuary atau kamar jenazah adalah tempat untuk menyimpan jenazah sebelum dilakukan tindakan selanjutnya. Selain itu terdapat Treatment Room yang merupakan ruangan untuk memberikan Treatment Service, formalin, dan make up kepada jenazah. Treatment Service merupakan serangkaian layanan yang dilakukan kepada almarhum atau almarhumah guna memberikan layanan spa. Hal ini bertujuan untuk melenturkan kembali saraf dan otot yang tegang pada saat almarhum atau almarhumah menghembuskan nafas terakhirnya.<sup>59</sup> Selain itu, ruangan ini juga digunakan untuk memberikan formalin dan merias jenazah mulai dari memakaikan baju dan merias wajah jenazah agar tampak segar saat disemayamkan.

---

<sup>59</sup> “Cuma Di Grand Heaven Pluit Ada Perawatan Jenazah Yang Super Maksimal | BROWNIS (14/6/22) P2.”

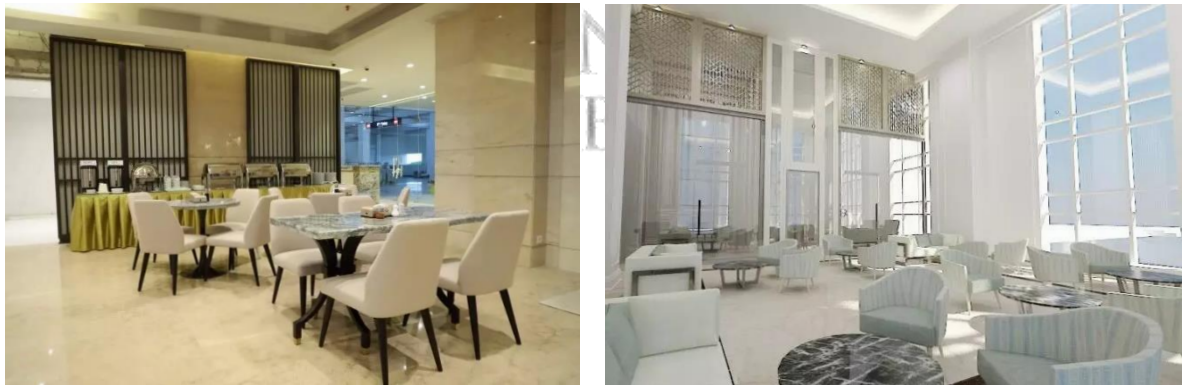
## 6. Heaven Gallery



**Gambar 3.8 Heaven Gallery**  
(Sumber: Instagram/heavenfuneral)

Heaven Gallery merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh Heaven. Gallery ini menyediakan berbagai macam keperluan maupun aksesoris yang diperlukan untuk menunjang proses kedukaan. Seperti peti mati, kotak abu, keperluan persemayaman atau upacara kematian, dan lain sebagainya.

## 7. Heaven Cafetaria dan Lounge



**Gambar 3.9. Heaven Cafetaria dan Lounge**  
(Sumber: heaven.co.id)

Sesuai dengan namanya, Heaven Cafetaria merupakan salah satu fasilitas di Grand Heaven Surabaya yang menyediakan makanan dan minuman layaknya kafetaria yang ada di hotel. Heaven Cafetaria

menyediakan kebutuhan tersebut untuk keluarga maupun tamu yang sedang datang melayat. Heaven Cafeteria memiliki desain interior yang bagus dilengkapi dengan furnitur yang menambah kenyamanan keluarga. Mereka menyediakan berbagai macam varian menu yang disiapkan langsung oleh chef yang berpengalaman. Selain kafetaria, terdapat lounge atau ruang tunggu bagi keluarga maupun tamu yang datang melayat.

#### **8. Musala**



**Gambar 3.10 Musala**  
(Sumber: [heaven.co.id](http://heaven.co.id))

Grand Heaven Surabaya juga menyediakan musala untuk umat muslim yang ingin menunaikan ibadah salat.

#### **9. Transportasi**

Grand Heaven Surabaya menyediakan transportasi penjemputan dan pengantaran jenazah.<sup>60</sup> Ada beberapa model transportasi yang dapat dipilih untuk akomodasi darat. Seperti The Hearse (Ambulance Limosin Kawakita), Hyundai H-1, Volkswagen, Mercedes Benz, Kia Travellio, Bus dengan kapasitas 25-0 seats, Hiace kapasitas 16 orang.<sup>61</sup> Selain itu, Grand

<sup>60</sup> “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik.”

<sup>61</sup> “Transportasi Rumah Duka Heaven,” accessed May 30, 2023, [https://www.instagram.com/p/Cnd8Vd1Bbhl/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cnd8Vd1Bbhl/?utm_source=ig_web_copy_link).



Heaven Surabaya juga menyediakan akomodasi laut yakni Speedboat untuk keluarga duka yang ingin melakukan pelarungan abu jenazah keluarganya.

## 10. Pemakaman



**Gambar 3.11 Heaven Memorial Park  
(Sumber: heaven.co.id)**

Selain dikremasi, terdapat juga agama atau kepercayaan yang memiliki ajaran untuk memakamkan jenazahnya. Heaven juga menyediakan dua pemakaman yang dibangun di dua lokasi berbeda dengan konsep yang berbeda pula. Pertama, Heaven Memorial Park (Taman Makam Quiling) yang ada di Tanjung Sari Bogor. Pemakaman ini memiliki konsep pegunungan Tiongkok. Oleh sebab itu, pemakaman ini memiliki lokasi yang dikelilingi oleh pegunungan-pegunungan di Karawang. Selain itu, pemakaman ini dirancang dengan memperhatikan Feng Shui terbaik dan dapat didesain sesuai keinginan keluarga.<sup>62</sup>

Kedua, Heaven Memorial Garden yang ada di Cikupa Tangerang. Berbeda dengan pemakaman yang pertama, Heaven Memorial Garden mengusung konsep Garden atau Kebun. Tentunya pemakaman ini juga

---

<sup>62</sup> “Fakta-Fakta Unik Pemakaman Heaven Memorial Park,” accessed March 9, 2023, <https://heaven.co.id/news/fakta-fakta-unik-pemakaman-heaven-memorial-park-suwito-muliadi/>.

memperhatikan Feng Shui juga. Selain itu, Heaven Memorial Garden memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah di akses dari pusat kota, berbeda dengan Heaven Memorial Park yang memang dikelilingi pegunungan.<sup>63</sup> Kedua pemakaman ini memiliki kelebihan yang sama. Lokasinya dikelilingi tanaman-tanaman hijau alami yang rimbun dan asri, bebas banjir, bebas dari kemacetan kota, dan tentunya memiliki keamanan yang terjamin 24 jam.

Meskipun Heaven memiliki dua pemakaman sendiri, namun pengguna jasa layanan kedukaan Grand Heaven Surabaya maupun Jakarta tidak diharuskan untuk dimakamkan di salah satu pemakaman milik Heaven. Keluarga dapat memutuskan dimana lokasi pemakaman lainnya yang diinginkan.

Dari berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan, Grand Heaven Surabaya memiliki beberapa pilihan paket yang akan memudahkan keluarga berduka. Terdapat beberapa paket kedukaan dengan berbagai macam pilihan fasilitas dan harga sesuai dengan kebutuhan.

---

<sup>63</sup> “Pemakaman Dengan Konsep Garden Pertama Di Indonesia, Heaven Memorial Garden,” accessed March 9, 2023, <https://heaven.co.id/news/pemakaman-dengan-konsep-garden-pertama-di-indonesia-heaven-memorial-garden/>.



**FREE KONSULTASI PERSIAPAN KEDUKAAN**

**INFO INI BUKAN UNTUK ANDA TAPI UNTUK ORANG DISEKITAR ANDA YANG MEMERLUKAN**

**PAKET KEDUKAAN TERMURAH DAN TERLENGKAP**

**Rumah Duka Grand Heaven Surabaya**  
(Berlaku per Bulan November 2022)

**LANTAI MARMER ITALIA & LANTAI GRANIT**

**COVID-19 ACCINATED**

BRONZE Rp. 15.9 juta*	SILVER Rp. 25.9 juta*	GOLD Rp. 41.9 juta*	
<p>Mendapatkan Fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peti Duka *</li> <li>Free Penjemputan Jenazah (Area Surabaya &amp; Sidoarjo)</li> <li>Free Memandikan Jenazah</li> <li>Free 3 hari Ruang Duka non AC (Lantai 6, ukuran 4 x 19m)</li> <li>Kremasi (Free 20 Porsi Prasmanan) atau Tanah makam di TPU Surabaya atau Sidoarjo (Free 100 Roti atau Free 40 Nasi Box)</li> <li>Free 50 Bubur / 100 Roti</li> <li>Free 50 Cup kopi</li> <li>Bunga Tabur (1 kantong)</li> </ul>	<p>Mendapatkan Fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peti Duka **</li> <li>Free Penjemputan Jenazah (Area Surabaya &amp; Sidoarjo)</li> <li>Free Memandikan Jenazah dan Treatment Services</li> <li>Free 3 hari Ruang Duka non AC (Lantai 6, ukuran 4 x 19m)</li> <li>Kremasi dan pelarungan (Free 20 Porsi Prasmanan) atau Tanah makam di TPU Surabaya atau Sidoarjo (Free 100 Roti atau Free 40 Nasi Box)</li> <li>Pelarungan dengan Speedboat 22 seat</li> <li>Free 50 Bubur, 100 Roti &amp; 50 Cup kopi</li> <li>Bunga Tabur (1 kantong)</li> <li>CD Foto Dokumentasi (Masuk Peti, Malam Kembang &amp; Keberangkatan masing-masing Max. 2 jam)</li> </ul>	<p>Mendapatkan Fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peti Duka ***</li> <li>Free Penjemputan Jenazah (Area Surabaya &amp; Sidoarjo)</li> <li>Free Memandikan Jenazah dan Treatment Services</li> <li>Free 3 hari Ruang Duka AC (Lantai 6, ukuran 4 x 25m)</li> <li>Kremasi dan pelarungan (Free 20 Porsi Prasmanan) atau Tanah makam di TPU Surabaya atau Sidoarjo (Free 100 Roti atau 40 Nasi Box)</li> <li>Pelarungan dengan Speedboat 22 seat</li> <li>Free 50 Bubur, 100 Snack &amp; 50 Cup kopi</li> <li>Free Catering Malam 30 Porsi</li> <li>Bunga Tabur (1 kantong)</li> <li>Rumah-rumahan Taiwan</li> <li>Pedang Pora</li> <li>CD Foto Dokumentasi (Masuk Peti, Malam Kembang &amp; Keberangkatan masing-masing Max. 2 jam)</li> </ul>	
<p><b>PLATINUM</b> Rp. 59.9 juta*</p> <p>Mendapatkan Fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peti Duka ****</li> <li>Free Penjemputan Jenazah (Area Surabaya &amp; Sidoarjo)</li> <li>Free Memandikan Jenazah dan Treatment Services</li> <li>Free 3 hari Ruang Duka AC (Lantai 7, ukuran 8 x 45m)</li> <li>Kremasi dan Pelarungan (Free 20 Porsi Prasmanan) atau Tanah makam di TPU Surabaya atau Sidoarjo (Free 100 Roti atau 40 Nasi Box)</li> <li>Pelarungan dengan Speedboat 22 Seat</li> <li>Bunga Tabur (1 kantong)</li> <li>Rumah-rumahan Taiwan</li> <li>Free 100 Roti (Masuk peti)</li> <li>Free 50 Porsi Prasmanan, 50 Bubur dan 50 Cup Kopi (Malam Kembang)</li> <li>Pedang Pora</li> <li>CD Foto Dokumentasi (Masuk Peti, Malam Kembang &amp; Keberangkatan masing-masing Max. 2 jam)</li> </ul>	<p><b>TITANIUM</b> Rp. 69.9 juta*</p> <p>Mendapatkan Fasilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Peti Duka *****</li> <li>Free Penjemputan Jenazah (Area Surabaya &amp; Sidoarjo)</li> <li>Free Memandikan Jenazah dan Treatment Services</li> <li>Free 3 hari Ruang Duka AC (Lantai 7, ukuran 8 x 45m)</li> <li>Kremasi dan Pelarungan (Free 20 Porsi Prasmanan) atau Tanah makam di TPU Surabaya atau Sidoarjo (Free 100 Roti atau 40 Nasi Box)</li> <li>Pelarungan dengan Speedboat 22 Seat</li> <li>Bunga Tabur (1 kantong)</li> <li>Rumah-rumahan Taiwan</li> <li>Free 100 Roti (Masuk peti)</li> <li>Free 50 Porsi Prasmanan, 50 Bubur dan 50 Cup Kopi (Malam Kembang)</li> <li>Pedang Pora</li> <li>CD Foto Dokumentasi (Masuk Peti, Malam Kembang &amp; Keberangkatan masing-masing Max. 2 jam)</li> </ul>		

**PAKET AR-RAIHAN**  
Rp. 6.5 juta\*

- Ruang duka Non AC (Lantai 6, ukuran 4 x 18 m)
- Free memandikan Jenazah + kain Kafan
- Pemakaman di TPU Surabaya / Sidoarjo
- Free Transportasi untuk penjemputan dan pemakaman
- Free Air Mineral 5 Dus

**KEUNTUNGAN PAKET**

- Lebih Hemat
- Lokasi Strategis
- Ruang Duka Lebih Luas 6x dari Rumah Duka lain
- Tempat Parkir Luas (Indoor dan Outdoor)
- Pedang Pora (Satu-satunya yang Hanya Ada di Rumah Duka Grand Heaven Surabaya)

**KEUNTUNGAN KREMASI DI GRAND HEAVEN SURABAYA**

- Hemat biaya Sewa Bus, Pengawalan dan bayar Tol bagi keluarga Duka
- Kremasi di Tengah Kota (Go Green)
- Ruangan Upacara Kremasi termodern
- Proses Kremasi Cepat

**(031) 6001 0666**  
**0811 3108 886**

\*Harga sewaktu-waktu bisa berubah \*Syarat dan ketentuan berlaku



[www.heaven.co.id](http://www.heaven.co.id)

**Gambar 3.12 Flyer Daftar Paket Grand Heaven Surabaya (Sumber: heaven.co.id)**

Merujuk pada web resminya, Grand Heaven Surabaya juga memberikan kemudahan melalui program angsuran melalui cicilan 0% dengan kartu kredit dan Heaven Charity Selain itu, pembayaran dapat dilakukan dengan cara mengangsur maupun menggunakan Heaven Charity semacam asuransi yang dikelola oleh Grand Heaven Surabaya.

## C. Layanan atau Service Grand Heaven Surabaya

### 1. One Step Funeral Service

One Step Funeral Service adalah salah satu keunggulan yang tidak dimiliki oleh rumah duka lainnya. One Stop Funeral Service merupakan layanan yang melayani kebutuhan kedukaan dari awal penjemputan hingga akhir yakni ke peristirahatan terakhir guna mempermudah keluarga yang berduka.<sup>64</sup> Layanan tersebut ditunjang dengan adanya layanan 24 jam penuh dan adanya fasilitas lengkap yang disediakan dalam satu atap perusahaan.

### 2. Universal Service

Berbeda dengan rumah duka kebanyakan, Grand Heaven Surabaya memiliki layanan Universal Service, dimana Grand Heaven Surabaya memberikan layanan kedukaan dalam segala bentuk upacara keagamaan yang ada di Indonesia.<sup>65</sup> Hal ini ditunjukkan dalam salah satu video Youtube yang diunggah oleh Channel resmi Heaven yang berjudul *Prosesi Kedukaan Tradisi India - Grand Heaven Surabaya* yang memberikan layanan kedukaan dengan tradisi India.<sup>66</sup>

### 3. Upacara Pedang Pora

Upacara Pedang Pora merupakan salah satu layanan eksklusif yang hanya dimiliki oleh Grand Heaven Surabaya. Istilah Pedang Pora berasal dari kata pedang pura atau gapura pedang. Upacara pedang pora sendiri

---

<sup>64</sup> “4 Tips Memilih Rumah Duka Terbaik Untuk Keluarga,” accessed May 30, 2023, <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-jakarta-dan-grand-heaven-surabaya/>.

<sup>65</sup> “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik.”

<sup>66</sup> *Prosesi Kedukaan Tradisi India - Rumah Duka Heaven*, accessed March 9, 2023, <https://youtu.be/nTRfoAUKlxM>.

melambangkan solidaritas, persaudaraan, dan permohonan berlindung pada Tuhan. Selain itu, Pedang Pora juga disimbolkan sebagai penghormatan tertinggi untuk jenazah. Diketahui bahwa upacara pedang pora ini sudah dilakukan secara turun-temurun dan prosesnya diawali dengan formasi baris saling berhadapan, kemudian pasukan pedang pora yang terdiri atas 12 orang berseragam lengkap ini akan mengiringi dengan rangkaian pedang yang membentuk gapura. Bagi keluarga duka yang menginginkan adanya upacara ini, terdapat pilihan paket khusus yang sudah termasuk layanan Upacara Pedang Pora.

#### **4. Layanan 24 Jam**

- a. Transportasi penjemputan dan pengantaran jenazah, dimana di Grand Heaven Surabaya menyediakan berbagai macam model kendaraan. Layanan ini tersedia 24 jam, sehingga siapa pun yang membutuhkan transportasi dapat langsung menghubungi dan segera ditindaklanjuti.
- b. Security Service, dengan memberikan rasa aman dalam melaksanakan prosesi kedukaan melalui penjagaan ketat selama 24 jam.
- c. Cleaning Service, dimana crew rumah duka selalu rutin menjaga kebersihan area sehingga keluarga maupun tamu yang berkunjung melayat dapat merasakan kenyamanan saat proses kedukaan.
- d. Customer Service dan Marketing Office, selalu *stanby* 24 jam untuk memberikan informasi kepada keluarga yang membutuhkan.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik.”

## 5. Heaven Charity

Selain memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap, Grand Heaven Surabaya juga memiliki program yang dinamakan Heaven Charity. Heaven Charity merupakan salah satu program yang dikelola oleh Grand Heaven Surabaya yang bekerja sama dengan pihak asuransi. Program ini memberikan kemudahan bagi keluarga yang tertanggung.

Berdasarkan pengalaman-pengalaman yang ada, sebagian keluarga tidak mempersiapkan terlebih dahulu secara finansial. Hal ini akan mengakibatkan kesulitan untuk membayar biaya proses kedukaan kerabat atau keluarga yang meninggal. Adanya permasalahan tersebut kemudian memotivasi Grand Heaven Surabaya untuk membuat program Heaven Charity. Sesuai dengan visi dan misi Grand Heaven Surabaya untuk peduli terhadap sesama khususnya bagi keluarga yang berduka, maka Grand Heaven Surabaya menyediakan kemudahan tersebut untuk membantu keluarga mempersiapkan finansial yang dibutuhkan dalam proses kedukaan.

Terdapat beberapa keuntungan bagi keluarga yang mengikuti program ini. Berikut keuntungannya:

### a. Proses Klaim Cepat

Kebanyakan pihak asuransi-asuransi lainnya memerlukan waktu cukup lama dalam proses klaim. Dan membutuhkan waktu 1-2 bulan untuk menyelesaikan dokumen-dokumen pendukung terlebih dahulu. Namun dengan menjadi member dari Heaven Charity, keluarga yang terdaftar dan memiliki sertifikat dari Heaven Charity dapat secara



c. Jangka waktu pembayaran singkat

Berbeda dengan beberapa sistem yang terdapat pada asuransi-asuransi lainnya yang mengharuskan melakukan pembayaran secara terus menerus agar polis yang sudah dibayar akan tetap aktif. Heaven Charity memberikan solusi dengan menabung maksimal selama 5 tahun, dan setelah 5 tahun polis akan tetap aktif dan sudah dapat memproteksi tertanggung hingga usia 99 tahun.

d. Langsung Terproteksi

Bagi tertanggung yang sudah menyelesaikan pembayaran dan sudah memiliki fotokopi dan sertifikat dari Heaven Charity, maka tertanggung akan langsung mendapatkan proteksi sesuai dengan santunan yang didapat dari polis yang sudah dibayarkan. Dalam artian, santunan yang didapatkan akan langsung dipotong dengan jumlah tagihan yang diberikan oleh Grand Heaven Surabaya. Apabila jumlah tagihan kurang dari jumlah santunan yang diberikan, maka sisanya akan diberikan kepada ahli waris. Sedangkan apabila tagihan lebih dari santunan yang diberikan maka ahli waris cukup membayar selisihnya.<sup>68</sup>

## 6. Event Tahunan

Selain memberikan layanan doa harian, Grand Heaven Surabaya juga mengadakan sebuah event tahunan yakni ritual yang dilaksanakan setiap tahunnya bagi almarhum atau almarhumah yang disemayamkan di

---

<sup>68</sup> "Heaven Charity: Kedukaan Bukanlah Sesuatu Yang Ditakutkan," accessed February 22, 2023, <https://heaven.co.id/news/heaven-charity-rumah-duka-heaven-suwito-muliadi/>.



Heaven Columbarium atau dimakamkan di Heaven Memorial Park atau Heaven Memorial Garden. Ada tiga event yang sudah dilaksanakan yakni Ritual Cheng Beng atau Qing Ming, Cioko atau Ulambana, dan Misa Arwah. Event-event ini dilaksanakan pertama kalinya pada tahun 2015 dan dilaksanakan dengan waktu yang berbeda sesuai dengan penanggalan tradisinya masing-masing.

a. Cheng Beng/Qing Ming

Cheng Beng atau Qing Ming merupakan salah satu festival yang dikenai oleh masyarakat China Kuno. Konon, tradisi ini sudah berumur sekitar 4000 tahun. Cheng Beng ini memiliki beberapa sebutan lain seperti menyapu kuburan, hari ziarah kubur, hari peringatan musim semi, hari raya makanan dingin. Cheng Beng sendiri merupakan penamaan posisi matahari di kalender Tionghoa. Pada penanggalan itu, Cheng Beng jatuh pada hari ke 14 setelah titik balik matahari di musim dingin atau hari pertama dari lima terminologi matahari. Yang mana pada tahun kabisat, Cheng Beng jatuh pada tanggal 5 April atau 4 April.

Pada saat perayaan ini, biasanya orang-orang akan pergi bertamasya dan mengunjungi makam para leluhurnya, berkeliling kota, mengunjungi danau, bermain layang-layang, makan telur dan meminum arak. Untuk memberikan kepuasan layanan bagi keluarga duka, Grand Heaven Surabaya mengadakan event ini secara umum agar dapat bersama berdoa untuk almarhum atau almarhumah. Event ini diadakan

pada Maret atau April dan dapat diikuti tanpa memungut biaya sepeser pun.

b. Cioko/Ulambana

Cioko merupakan salah satu tradisi yang berasal dari Shamanisme China Kuno. Pada tradisi ini, para shaman yang diyakini dapat berkomunikasi dengan para roh suci atau roh leluhur. Shaman memohon petunjuk untuk meminta berbagai nasehat untuk cucunya yang masih hidup di dunia. Pada penanggalan Lunisolar, sembahyang Cioko jatuh pada tanggal 15 bulan ke 7, yakni sekitar bulan Agustus-September. Cioko sendiri biasa dikenal dengan perayaan hantu, dimana yang masih hidup mendoakan yang keluarga atau kerabat yang sudah meninggal.

Menurut kepercayaan masyarakat China, selama bulan ketujuh, para arwah akan pulang menemui keluarganya. Maka, para keluarga yang ditinggalkan akan membereskan rumah, menata altar dan menyajikan sesajian untuk menyambut kedatangan arwah para leluhur. Di Indonesia, sembahyang Cioko dikenal dengan sembahyang Rebutan di tanah Jawa biasa disebut dengan Sedekah Bumi. Mereka akan berkumpul di klenteng berdoa untuk para leluhur dan arwah-arwah yang tidak memiliki sanak keluarga. Di akhir acara, semua sesajian menjadi rebutan masyarakat sekitar. Selain itu, terdapat beberapa pertunjukan tradisional seperti wayang kulit dan wayang potehi.

c. Misa Arwah

Misa Arwah atau Peringatan arwah semua orang beriman diperingati setiap tanggal 2 November. Peringatan ini bertujuan untuk mendoakan setiap arwah umat Kristen yang telah dibaptis dan sedang berada di Api Penyucian. Api Penyucian menurut Katekismus Gereja Katolik adalah suatu kondisi yang dialami oleh orang-orang yang meninggal dalam keadaan rahmat dan dalam persahabatan Tuhan, namun belum suci sepenuhnya, sehingga memerlukan proses pemurnian selanjutnya setelah kematian.. pemurnian tersebut tentu sangat berlainan dengan siksa neraka yang kita kenal. Api penyucian berfungsi untuk memurnikan dosa umat beriman sebelum mereka masuk ke Surga. Maka, dalam proses itulah, perlu adanya doa-doa untuk membantunya, terutama dengan mempersembahkan Ujud Misa Kudus bagi mereka.<sup>69</sup>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>69</sup> “Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home: Event Heaven,” accessed February 22, 2023, <https://heaven.co.id/rumah-duka-heaven-event-tahunan>.

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### A. Metode dan Strategi Komodifikasi Agama di Grand Heaven Surabaya

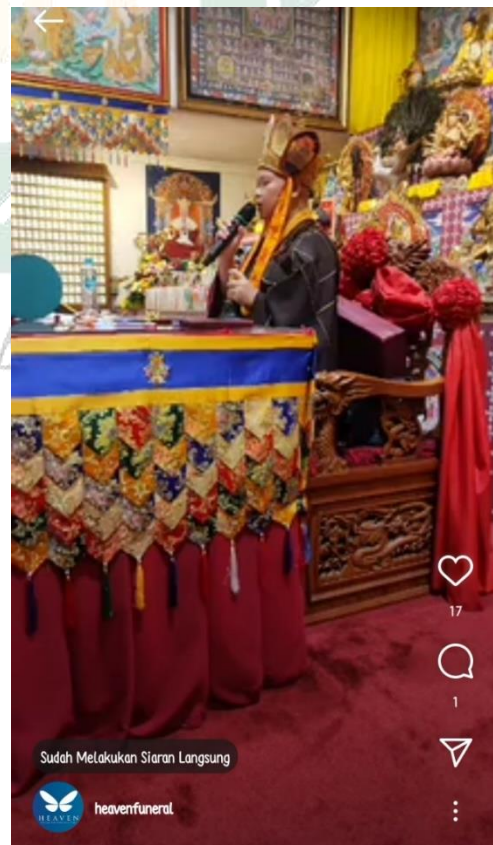
Dibalik terbentuknya komodifikasi agama terdapat beberapa metode dan strategi yang dihimpun oleh Pattana Kitiarsa. Dalam hal ini metode dan strategi tersebut menjadi hal penting pendorong terwujudnya komodifikasi agama. Berdasarkan temuan peneliti, terdapat setidaknya dua metode dan strategi yang digunakan Grand Heaven Surabaya. Keduanya sejalan dengan apa yang dikemukakan Pattana Kitiarsa.

*Pertama*, dengan melakukan penyiaran pesan-pesan keagamaan dan acara melalui media massa seperti televisi, radio, surat kabar, internet, dan media daring lainnya. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya bahwa keberadaan Grand Heaven Surabaya sudah tidak asing lagi bagi masyarakat. Terutama Rumah Duka Grand Heaven Pluit Jakarta dan Grand Heaven Surabaya yang sedang diteliti. Keunikan bangunan dan kemewahan fasilitas yang dimiliki memiliki daya tarik tersendiri. Banyak sekali *content creator* membuat konten yang memperkenalkan dan memperlihatkan isi dari rumah duka tersebut.

Grand Heaven Surabaya juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan rumah dukanya. Seperti yang dikemukakan Pattana Kitiarsa, bahwa pelaku komodifikasi melakukan penyiaran pesan-pesan keagamaan sebagai metode dan strateginya. Dilihat dari akun sosial mediana,

Grand Heaven Surabaya melalui akun utamanya sangat aktif mempromosikan layanannya dengan membagikan postingan-postingan yang berkaitan dengan kedukaan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, mereka memanfaatkan beberapa media seperti web resmi (heaven.co.id), media sosial seperti Instagram (heavenfuneral) dan Youtube Channel (Heaven Funeral – Official Channel). Tidak sedikit postingan yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan di dalamnya. Meskipun terdapat postingan video atau gambar di sosial medianya. Setidaknya terdapat beberapa postingan selingan dengan pesan-pesan keagamaan.

Mereka juga sering kali melakukan siaran langsung di akun Instagramnya. Dan hal tersebut biasa dilakukan ketika menemui hari-hari penting seperti ritual rutin yang dilakukan oleh agama-agama tertentu. Misalnya pada momen sakral seperti event tahunan yakni Cheng Beng, Cioko, Misa Arwah, dan hari-hari sakral lainnya.



**Gambar 4.1 Siaran Langsung Hari Waisak  
(Sumber: Instagram/heavenfuneral)**

Penyiaran pesan-pesan keagamaan maupun acara-acara yang terdapat pada sosial media mereka tentunya bukan sekedar pesan keagamaan. Namun, di dalamnya tetap mengandung tujuan pemasaran atau marketing. Misalnya dalam postingan di bawah ini.



**Gambar 4.2 Postingan tentang Pesan-Pesan Keagamaan (Sumber: Instagram/heavenfuneral)**

Postingan ini ingin menunjukkan bahwa Grand Heaven hadir untuk menjadi solusi pada saat-saat kedukaan dalam keluarga. Dengan demikian, secara tidak langsung dalam pesan-pesan keagamaan mereka juga mempengaruhi emosi mereka dalam pertimbangan memilih bentuk ritual kematian yang akan mereka selenggarakan.

*Kedua*, dengan mengadopsi strategi usaha atau pemasaran (*marketing*) dari badan usaha modern. Sudah seharusnya badan usaha atau sebuah perusahaan memiliki strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya guna mendapatkan keuntungan lebih banyak lagi. Kita ketahui bahwa pasar menjadi salah satu poin penting komodifikasi agama. Berkaitan dengan itu, pasar selalu berorientasi pada pemasaran (*marketing*) atau metode memasarkan. Begitu pula

Grand Heaven Surabaya, tidak dapat dipungkiri bahwa sejatinya rumah duka tersebut merupakan sebuah perusahaan. Mereka membutuhkan strategi dan metode untuk tetap mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya.

Seperti yang sudah dibahas pada bab sebelumnya mengenai sejarah Grand Heaven bahwa pada awalnya rumah duka tersebut bermula dari yayasan yang kemudian semakin berkembang dengan beberapa layanan kedukaan yang dihadirkan di beberapa kota besar di Indonesia. Untuk mencapai pada titik tersebut terdapat sebuah proses di setiap tahunnya melalui inovasi-inovasi baru dalam bidang kedukaan. Untuk mempromosikan tentu menggunakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Metode dan strategi tersebut adalah penggunaan iklan. Selain menyiarkan pesan-pesan keagamaan, web resmi dan media sosial dari Grand Heaven juga digunakan sebagai media pengiklanan. Mereka mengunggah berbagai macam postingan berupa gambar maupun video yang berisi fasilitas-fasilitas dan layanan yang mereka miliki. Hal ini dimaksudkan untuk mengenalkan jasa mereka kepada khalayak guna menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Berikut merupakan postingan video dan gambar yang di *upload* oleh Grand Heaven melalui akun Instagramnya.





mendapatkan gaji dengan bekerja di perusahaan, kemudian perusahaan semakin maju karena dapat berkembang melalui pembangunan fasilitas-fasilitas baru yang lebih menarik masyarakat. Mengingat kembali motivasi atau alasan pemilik yakni Bapak Suwito dalam mendirikan usaha rumah duka salah satunya adalah membantu memudahkan keluarga yang ditinggalkan dan mengurangi kesedihan keluarga saat ditinggalkan. Sehingga, dengan berhasilnya rumah duka melayani masyarakat maka pemilik akan mendapatkan kepuasan tersendiri karena tercapainya tujuan tersebut. Selain itu, dengan kepuasan tersebut juga dapat menarik konsumen untuk kembali menggunakan jasa layanan kedukaannya lagi di kemudian hari.

#### **B. Tahapan Komodifikasi Agama di Grand Heaven Surabaya**

Komodifikasi agama sebenarnya sudah terjadi sejak zaman pramodern, namun saat ini komodifikasi agama menjadi fenomena yang banyak diperbincangkan. Terjadinya komodifikasi agama bukan serta-merta tanpa sebab. Terdapat tiga premis yang dikemukakan oleh Pattana Kitiarsa melalui tulisannya. Ketiganya dipengaruhi oleh kondisi masyarakat postmodern. Dimana kondisi tersebut mampu melahirkan fenomena sosiologis komodifikasi agama dan menjadikannya semakin berkembang.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan juga dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menemukan adanya kondisi yang merujuk pada premis yang telah dikemukakan oleh Pattana Kitiarsa. Secara singkat terdapat tiga hal yang mendorong terjadinya komodifikasi agama secara tidak langsung. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya ketiga hal tersebut adalah adanya

pengaruh karakteristik spesifik kehidupan masyarakat postmodern, identitas konsumen atau individu-individu pencari kesenangan, dan adanya konvergensi agama dan pasar.

*Pertama*, karakteristik spesifik kehidupan masyarakat postmodern. Komodifikasi merupakan suatu produk dan kondisi dari postmodern. Kehidupan masyarakat postmodern yang dicirikan sebagai masyarakat yang sangat tidak menentu dan terkotak-kotak. Kehidupan masyarakat yang dinamis membuka ruang kepercayaan bilamana pesan-pesan dan barang-barang keagamaan dapat dikonsumsi dengan bantuan teknologi yang relevan. Diketahui bahwa masyarakat postmodern sendiri diartikan dengan masyarakat konsumen.<sup>70</sup>

Dalam ranah ini, hadirnya jasa layanan kedukaan yang disediakan oleh Grand Heaven Surabaya merupakan suatu bentuk respons dari karakteristik masyarakat postmodern saat ini. Dimana masyarakat tersebut cenderung melakukan kegiatan konsumsi ketimbang produksi barang atau jasa.<sup>71</sup> Dengan demikian, masyarakat postmodern diartikan sebagai masyarakat konsumen. Pengguna jasa layanan kedukaan di sini digambarkan sebagai masyarakat konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh pengalaman yang disampaikan Saudara MSA atau disebut dengan S sebagai keluarga pengguna jasa layanan kedukaan Grand Heaven Surabaya,

---

<sup>70</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Modernisme* (Jakarta: Kencana, 2013), 107.

<sup>71</sup> Suyanto, 107.

“Kalau menurut keluarganya oma saya itu pengen cariin tempat terakhir yang terbaik buat oma, jadi kan dulu kan ada di Adijasa, Adijasa kan layanannya ya biasa-biasa aja gitu ya. Di Grand Heaven itu mereka punya beberapa paket dari yang paling murah itu sekitar 30 juta paling mahal sampe 100 berapa gitu. Keluarga saya itu kalo gak salah ambil paket yang 70 juta-an. Jadi, tante saya itu bayar uang muka itu 65 juta DP dulu.”<sup>72</sup>

Dalam wawancaranya, S mengatakan bahwa keluarganya menginginkan tempat terakhir yang terbaik untuk neneknya. Sehingga mereka memilih Grand Heaven Surabaya ketimbang Rumah Duka Adijasa di Surabaya. Untuk mendapatkan layanan kedukaan dari Grand Heaven Surabaya, keluarganya harus mengeluarkan uang sebanyak 70 juta rupiah. Terdapat beberapa paket yang ditawarkan, namun keluarga S menyanggupi untuk memilih paket dengan harga 70 juta. Sebelum dilakukannya prosedural layanan kedukaan, keluarga S melakukan pembayaran uang muka terlebih dahulu sebesar 65 juta kemudian melakukan pelunasan setelahnya. Sesuai dengan daftar harga yang tertera di poster, keluarganya menggunakan paket kedukaan Titanium. Paket tersebut memberikan layanan dengan berbagai macam fasilitas dan servis mulai dari penjemputan jenazah sampai dimakamkan di pemakaman.

“Ya itu diambil kan dikirim petugas dari Grand Heaven diambil ke rumah duka di Kendangsari dibawa ke Grand Heaven, dirias di kasih peti mati, disiapkan tempat, terus dikasih konsumsi untuk ibadah selama dua hari kalau gak salah itu. Oh tiga hari mbak. Ya itu udah, dan itu ada sama peti mati juga, jadi di Grand Heaven itu ada beberapa ruangan itu ya, nah itu ruangan panjang, disitu ada tempat persemayaman jenazah dan dibelakangnya itu ada kamar gitu ada pintu. Kalau dibuka itu ada tempat tidur, ada sofa kamar mandi, ada dapur, wes mirip kayak hotel lah, buat nungguin si jenazah itu, buat keluarga inti lah”<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> MSA, Wawancara, Surabaya, March 25, 2023.

<sup>73</sup> MSA.

Setelah dilakukan pembayaran, pihak Grand Heaven Surabaya langsung menjemput jenazah di rumah duka yakni di Jalan Kendangsari Surabaya. Kemudian dibawa ke Grand Heaven Surabaya untuk dilakukan berbagai rangkaian proses kepada jenazah. S mengatakan bahwa disana neneknya dimandikan dan dirias rapi untuk selanjutnya ditempatkan di peti mati yang sudah disediakan. Setelah itu, peti diletakkan di ruang duka yang telah didekorasi sesuai dengan paket yang dipilih. Nenek S disemayamkan di tempat tersebut selama 3 hari. Pada 3 hari tersebut, dilakukan beberapa rangkaian upacara kematian seperti menyanyikan lagu rohani dan lain sebagainya.

S mengatakan bahwa di ruangan duka tersebut sudah termasuk tempat untuk melayat dengan kursinya serta kamar keluarga di dalamnya. Kamar tersebut digunakan keluarga duka yang hendak beristirahat. Di dalamnya memuat tempat tidur, sofa, kamar mandi, dapur yang dapat digunakan yang persis dengan kamar hotel kebanyakan. Selain itu, pihak Grand Heaven juga menyediakan konsumsi untuk para pelayat baik itu berupa makanan maupun minuman. Sehingga keluarga yang sedang berduka tidak perlu menyiapkan sendiri dan dapat fokus dengan keluarga maupun tamu yang datang melayat.

“Iya, itu juga udah termasuk upacara kayak satpam dikei seragam koyok pedang pora ngono lo mbak. Ada patwal nya juga pas nganter ke TPU, dan peti mati dapet dari sana juga. Sesuai paketnya, 70-80 juta itu udah termasuk semua, peti mati, konsumsi, rias, memandikan gitu, semua upacara. Semua orangnya dari Grand Heaven sampe petugas yang nurunin peti mati itu juga dari Grand Heaven semua, pokoknya dari kita dari keluarga terima beres aja.”<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> MSA.

Setelah 3 hari disemayamkan, sesuai dengan pilihan pakatnya yakni dilakukan upacara pedang pora untuk jenazah. Hal ini sebagai simbol penghormatan tertinggi bagi jenazah. Setelah itu, jenazah disiapkan untuk dihantarkan menuju pemakaman. Pihak Grand Heaven Surabaya menyiapkan transportasi dengan pengawalan (patwal) menuju tempat pemakaman yakni TPU Kembang Kuning Surabaya. Sesampainya disana, jenazah dimakamkan oleh petugas dari Grand Heaven Surabaya juga. Selesai pemakaman maka berakhirlah juga layanan kedukaan tersebut. S mengatakan bahwa keluarganya hanya terima beres saja dan hanya fokus dengan upacara kematian.

Dari pengalaman yang disampaikan oleh keluarga S menunjukkan bahwa terdapat unsur masyarakat konsumen dalam terjadinya komodifikasi. Keluarga S merupakan konsumen dari Grand Heaven Surabaya. Untuk memenuhi kebutuhan mengurus upacara kematian neneknya dan keinginan memberikan tempat terakhir yang terbaik, maka mereka membutuhkan jasa layanan kedukaan yang terbaik juga. Kemudian Grand Heaven menawarkan produknya berupa jasa layanan kedukaannya. Dengan adanya jasa layanan kedukaan Grand Heaven yang dianggap sesuai dan relevan dengan kebutuhan mereka serta cocok dengan gaya hidup mereka, maka hal tersebut mendorong mereka untuk melakukan konsumsi jasa.

*Kedua*, identitas konsumen dan individu-individu pencari kesenangan. Dimana komodifikasi lahir dari tanah konsumerisme. Hal ini menunjukkan bahwa premis ini berkaitan dengan premis sebelumnya yakni karakteristik masyarakat postmodern yang berorientasi pada masyarakat konsumen. Dimana

pada kondisi ini dimanfaatkan sebagai kesempatan untuk merancang ulang konsep komodifikasi agama yang kemudian disesuaikan dengan kebutuhan moral dan spiritual sosial postmodern.

Seperti yang sudah dibahas, bahwa Grand Heaven Surabaya memiliki tarif jasa layanan yang cukup tinggi. Biaya jasa layanan dipatok mulai dari kisaran 6 juta – 70 juta rupiah. Hal ini menjadi sebuah pertanyaan mengapa tetap ada keluarga yang menggunakan layanan kedukaan yang cukup mahal. Sedangkan pada hakikatnya, kewajiban seorang keluarga hanya sebatas menyelenggarakan upacara kematian. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, ditemukan alasan yang melatarbelakangi mereka bersedia mengeluarkan biaya sebanyak itu. S menyampaikan alasannya,

“Soalnya itu rumahnya gak seberapa besar dan sempit mbak, banyak barang, Itu kan yang meninggal istri opa saya. Opa itu kan kakek. Yang meninggal kan istrinya ya oma atau nenek saya. Berhubung opa saya itu orang hukum, orang terpandang, profesor jadi dia khawatir kalau disemayamkan di rumah itu tamunya banyak, akhirnya dibawalah ke Grand Heaven, waktu itu Grand Heaven baru jadi”<sup>75</sup>

S menyampaikan bahwa rumah keluarga neneknya dirasa sempit karena terdapat banyak barang. Selain itu, status kakeknya yang merupakan seorang profesor hukum, dikhawatirkan kondisi rumahnya yang sempit tidak dapat memuat pelayat yang banyak hadir. Hal itu menjadi alasan mengapa keluarganya memilih Grand Heaven Surabaya.

Di masyarakat postmodern, identitas kini tidak ditentukan oleh ras, gender, ideologi politik, melainkan dalam banyak hal yang justru ditentukan

---

<sup>75</sup> MSA.

oleh apa yang mereka kenakan atau konsumsi. Singkatnya, apa yang mereka konsumsi sesungguhnya adalah refleksi dari kelas sosial mana mereka berasal, dan bagaimana masyarakat akan mengapresiasi mereka.<sup>76</sup> Status kakek S yang merupakan seorang profesor menjadikan salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi disini. Karena status profesor hukum yang disandang, hal itu menyebabkan kakeknya memiliki reputasi yang tinggi dan relasi yang luas seperti orang-orang penting. Sehingga apabila persemayaman dilaksanakan di rumah pribadi, maka dirasa kurang sesuai dengan status yang disandang oleh kakeknya. Dan hal ini dirasa kurang pantas untuk menjamu pelayat yang datang.

Keluarga S juga tidak merasa dirugikan dengan biaya jasa yang tinggi. Menurutnya, bagi keluarga dengan status ekonomi menengah ke atas, biaya tersebut sudah *worth it* dengan fasilitas dan layanan yang diterima. Berbeda dengan kalangan menengah ke bawah yang mereka merasa heran dengan biaya yang semahal itu. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan dalam membayar pihak penyedia jasa yakni Grand Heaven Surabaya. Karena status ekonomi menengah ke atas menjadikannya lebih leluasa memilih pihak penyedia jasa layanan kedukaan mana yang akan mereka gunakan yang menurutnya terbaik dan lebih berkualitas demi kebutuhannya.

Dari yang diungkapkan S menunjukkan bahwa keluarganya memilih Grand Heaven Surabaya bukan serta merta untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan dibalik itu terdapat keinginan atau khayalan yang tersembunyi untuk

---

<sup>76</sup> Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Modernisme*, 125.

tampil beda sesuai dengan persepsi mereka tentang dari kelas sosial mana mereka berasal.<sup>77</sup> Sehingga mereka rela mengeluarkan uang puluhan juta rupiah. Hal ini yang kemudian menjadi fakta bahwa terjadinya komodifikasi agama juga didorong oleh kebutuhan untuk pemenuhan pengakuan identitas konsumen tersebut dan mencari kesenangan.

Di samping itu, pihak Grand Heaven Surabaya mampu dalam mengonsept ulang praktik penyelenggaraan upacara kematian melalui jasa layanan kedukaan yang disediakan. Layanan tersebut kemudian dikemas dan disesuaikan agar cocok dengan kebutuhan moral dan spiritual masyarakat postmodern. Dimana upacara kematian yang biasa dilakukan, dirancang dengan sebaik mungkin melalui penggunaan fasilitas mewah dan layanan yang rapi tanpa mengurangi rangkaian-rangkaian upacara kematian pada agama masing-masing. Hal ini kemudian menjadi daya tarik bagi masyarakat postmodern khususnya kalangan menengah ke atas untuk menggunakan jasa layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya.

*Ketiga*, konvergensi antara pasar dan agama. temuan bersama institusi agama, kekuatan pasar, dan permintaan kesenangan konsumen-agama dari pencari identitas. Institusi agama yang dimaksud adalah Grand Heaven Surabaya di bawah naungan Heaven Group yang hadir bersamaan dengan kekuatan pasar. Keduanya didukung dengan adanya permintaan konsumen atau pasar yang berharap adanya solusi dalam membantu permasalahan dalam menyelenggarakan upacara kematian. Dari pertemuan beberapa unsur tersebut

---

<sup>77</sup> Suyanto, 126.



yang kemudian melahirkan adanya komodifikasi agama. Pada kondisi ini, upacara kematian sudah ditempatkan sebagai suatu komoditas atau produk. Sebagaimana sebuah produk yang memiliki merek sebagai identitasnya. Untuk lebih memudahkan masyarakat mengenal tempat yang menyediakan jasa layanan kedukaan, maka diberilah nama Heaven. Heaven memiliki beberapa anak perusahaan yang bergerak dalam rumpun layanan kedukaan. Misalnya rumah duka Grand Heaven Pluit Jakarta dan Grand Heaven Surabaya yang sedang diteliti, krematorium, kolumbarium, dan pemakaman seperti Heaven Memorial Park Bogor, dan Heaven Memorial Garden Banten.

Heaven juga memiliki logo berbentuk kupu-kupu biru. Logo tersebut disebut dengan *The [88] Wing of Heaven* yang memiliki beberapa elemen yang terangkum di dalamnya. Logo tersebut melambangkan misi perusahaan yang mengutamakan layanan terbaik dengan sepenuh hati sekaligus melambangkan tekad perusahaan untuk mengukuhkan identitasnya sebagai penyedia layanan kedukaan dengan label ‘terbesar dan terlengkap’ di Indonesia.

Pada pertemuan agama dan pasar, pemasaran memainkan perannya untuk menjadikan Grand Heaven Surabaya semakin berkembang. Hal itu menjadikan pemasaran agama menjadi lebih subur karena adanya konsumerisme di dalam pasar. Dengan demikian, adanya hubungan antara pasar dan agama melahirkan komodifikasi agama. Layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya menunjukkan bahwa Agama dan pasar sangat berkaitan lebih dari yang kita bayangkan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Bentuk layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya adalah berupa fasilitas-fasilitas mewah dan servis untuk membantu penyelenggaraan upacara kematian. Fasilitas tersebut meliputi ruangan duka, *family rest room*, krematorium, kolumbarium, ruang jenazah, *heaven gallery* yang menyediakan perlengkapan kedukaan, kafetaria dan *lounge*, musala, transportasi, dan pemakaman. Selain itu, terdapat servis yang memudahkan keluarga duka meliputi layanan *One Step Funeral Service* yakni layanan kedukaan mulai dari penjemputan sampai ke peristirahatan terakhir, *Universal Service* layanan kedukaan yang menerims segala bentuk upacara keagamaan, *Upacara Pedang Pora* sebagai simbol penghormatan tertinggi untuk jenazah, layanan 24 jam, *Heaven Charity* yakni program layanan kedukaan dengan angsuran, Event Tahunan yakni ritual kirim doa bersama setiap tahunnya seperti Cheng Beng, Cioko, dan Misa Arwah bagi keluarga yang disemayamkan di Grand Heaven Surabaya.
2. Terjadinya komodifikasi agama dalam layanan kedukaan di Grand Heaven Surabaya didasari oleh tiga hal, antara lain: *Pertama*, adanya karakteristik masyarakat postmodern yang diartikan dengan masyarakat konsumen.

Grand Heaven Surabaya hadir menawarkan jasa layanan kedukaan. Karena jasa yang ditawarkan relevan dan cocok dengan gaya hidup mereka maka hal tersebut mendorong terjadinya tindakan konsumsi jasa oleh masyarakat. *Kedua*, dibalik konsumsi jasa yang dilakukan oleh pengguna jasa layanan kedukaan Grand Heaven Surabaya yang terbilang mahal, ternyata terdapat kebutuhan untuk pemenuhan pengakuan identitas konsumen itu sendiri. Dengan melakukan konsumsi tersebut (menggunakan jasa), maka keinginan tersembunyi untuk tampil beda sesuai dengan persepsi mereka tentang darimana kelas sosial mereka berasal secara tidak langsung akan terpenuhi. *Ketiga*, pertemuan antara agama dan pasar. Dimana penyelenggaraan upacara kematian kemudian ditempatkan sebagai suatu komoditas atau produk pasar melalui jasa layanan kedukaan. Layanan tersebut kemudian dipasarkan melalui Grand Heaven Surabaya untuk memenuhi permintaan konsumen yang membutuhkan solusi atas permasalahan kedukaan. Hal tersebut kemudian menjadikan hubungan antara agama dan pasar menjadi semakin erat sehingga melahirkan komodifikasi agama.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menyebabkan kurang maksimalnya hasil penelitian ini. Keterbatasan tersebut mencakup beberapa hal, antara lain:

1. Keterbatasan referensi literatur yang membahas terkait teori yang digunakan. Hal ini dikarenakan teori yang digunakan merupakan teori yang terbilang baru dan belum banyak dibahas pada literatur lain.

2. Keterbatasan data yang diperoleh dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan peneliti tidak mendapatkan izin untuk melakukan observasi maupun wawancara secara langsung dengan subyek dan obyek penelitian yakni Grand Heaven Surabaya. Selain itu, minimnya informan yakni pengguna jasa layanan kedukaan Grand Heaven Surabaya yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini menjadikan hasil penelitian dirasa kurang maksimal.

### **C. Saran**

Dengan keterbatasan yang ada, diperoleh beberapa saran mengenai penelitian ini, antara lain:

1. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan mendapatkan izin observasi dan wawancara secara langsung dari subjek maupun objek penelitian dan dapat menambah informan lain yang berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan data yang lebih lengkap.
2. Diharapkan adanya peneliti berikutnya yang membahas komodifikasi agama di dalam layanan kedukaan dari perspektif lainnya. Selain itu, diharapkan terdapat peneliti berikutnya yang meneliti layanan kedukaan lain seperti jasa kremasi, jasa dekorasi ruang duka, jasa dokumentasi kedukaan, kolumbarium, pemakaman mewah, dan lain sebagainya dengan perspektif sosiologis.

## DAFTAR PUSTAKA

- “4 Tips Memilih Rumah Duka Terbaik Untuk Keluarga.” Accessed May 30, 2023. <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-jakarta-dan-grand-heaven-surabaya/>.
- “30th Rumah Duka Heaven ‘Heaven Always Care For Your Loved Ones.’” Accessed February 8, 2023. <https://heaven.co.id/news/30th-rumah-duka-heaven-suwito-muliadi/>.
- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Atmadja, Nengah Bawa, and Tuty Maryati. “GERIA PUSAT INDUSTRI BANTEN NGABEN DI BALI PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMODIFIKASI AGAMA.” *Jurnal Kawistara* 4, no. 2 (August 17, 2014). <https://doi.org/10.22146/kawistara.5670>.
- Budiarti, Setyana. “Komodifikasi Simbol Keagamaan (Studi Pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok).” Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, 2017.
- “Cuma Di Grand Heaven Pluit Ada Perawatan Jenazah Yang Super Maksimal | BROWNIS (14/6/22) P2.” *BROWNIS*, February 8, 2023. <https://youtu.be/GXI34--aRF4>.
- “Fakta-Fakta Unik Pemakaman Heaven Memorial Park.” Accessed March 9, 2023. <https://heaven.co.id/news/fakta-fakta-unik-pemakaman-heaven-memorial-park-suwito-muliadi/>.
- “Grand Heaven Jakarta, Rumah Duka Dengan Fasilitas Terbaik.” Accessed February 22, 2023. <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-jakarta-suwito-muliadi/>.
- Hakam, Saiful, Cahyo Pamungkas, and Erni Budiwanti. “Komodifikasi Agama-Agama Di Korea Selatan.” *Jurnal Kajian Wilayah* 7, no. 2 (2016): 159–68.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- “Heaven Charity: Kedukaan Bukanlah Sesuatu Yang Ditakutkan.” Accessed February 22, 2023. <https://heaven.co.id/news/heaven-charity-rumah-duka-heaven-suwito-muliadi/>.

- “Heaven Kolumbarium / Heaven Columbarium.” Accessed March 9, 2023. <https://heaven.co.id/rumah-duka-heaven-columbarium-suwito-muliadi>.
- Instagram. “Kolumbarium Heaven,” January 10, 2023. <https://www.instagram.com/p/CnLiWDIBWYP/>.
- Instagram. “Papan Bunga Digital Rumah Duka Heaven,” February 6, 2023. [https://www.instagram.com/p/CoT6j\\_rB139/](https://www.instagram.com/p/CoT6j_rB139/).
- Karim, Abdul. “Makna Ritual Kematian dalam Tradisi Islam Jawa.” *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (December 1, 2017): 161.
- Keyes, Charles. “TLC-the Passing of Dr. Pattana Kitiarsa,” January 9, 2013. <https://www.newmandala.org/wp-content/uploads/2013/01/Pattana-Kitiarsa.pdf>.
- Kiti’āsā, Phatthanā, ed. *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. Routledge Studies in Asian Religion and Philosophy. London ; New York: Routledge, 2008.
- Koderi, M. *Banyumas Wisata Dan Budaya*. Purwokerto: CV. Metro Jaya, 1991.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Djambata, 1990.
- Koentjaraningrat. *Sejarah Teori Antropologi*. Cet. 2. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1987.
- Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Laungaramsri, Pinkaew. “Remembering Pattana Kitiarsa.” In *Thailand in the World*. Sydney: University, 2014. [https://www.academia.edu/19224540/Remembering\\_Pattana\\_Kitiarsa](https://www.academia.edu/19224540/Remembering_Pattana_Kitiarsa).
- “Layanan Rumah Duka Hadir Untuk Membantu Keluarga Yang Sedang Berduka – Rumah Duka Bintaro.” Accessed October 16, 2022. <https://www.rumah-duka.id/2020/11/20/layanan-rumah-duka-hadir-untuk-membantu-keluarga-yang-sedang-berduka/>.
- Little Story Logo Heaven Animated*. Accessed February 22, 2023. <https://youtu.be/pnFh1Vuo6Ws>.
- MSA. Wawancara. Surabaya, March 25, 2023.
- “Pemakaman Dengan Konsep Garden Pertama Di Indonesia, Heaven Memorial Garden.” Accessed March 9, 2023. <https://heaven.co.id/news/pemakaman-dengan-konsep-garden-pertama-di-indonesia-heaven-memorial-garden/>.

- Prosesi Kedukaan Tradisi India - Rumah Duka Heaven*. Accessed March 9, 2023. <https://youtu.be/nTRfoAUklxM>.
- Rafi, Muhammad Ijlal. "Komodifikasi Spiritual Dalam Agama (Studi Kasus Jasa Pembaca Do'a Ziarah Kubur Di Tempat Pemakaman Umum Karet Bivak Jakarta Pusat)." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rohmatillah, Yuni Putri. "Komodifikasi Agama Pada Hijrah Fest Di Indonesia Ditinjau Dari Teori Kapitalisme." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- "Rumah Duka Fasilitas Internasional, Grand Heaven Surabaya." Accessed March 9, 2023. <https://heaven.co.id/news/rumah-duka-grand-heaven-surabaya-suwito-muliadi/>.
- "Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home." Accessed January 16, 2023. <https://heaven.co.id/>.
- "Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home: About Us." Accessed January 16, 2023. <https://heaven.co.id/about>.
- "Rumah Duka Heaven / Heaven Funeral Home: Event Heaven." Accessed February 22, 2023. <https://heaven.co.id/rumah-duka-heaven-event-tahunan>.
- Segara, I Nyoman Yoga. "'Bade Beroda': Transformasi Dan Komodifikasi Budaya Dalam Upacara Ngaben Di Bali." *MUDRA Jurnal Seni Budaya* 35, no. 1 (February 2020): 94–102.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Syam, Nur. *Islam Pesisir*. Yogyakarta: LKIS, 2005.
- "Transportasi Rumah Duka Heaven." Accessed May 30, 2023. [https://www.instagram.com/p/Cnd8Vd1Bbhl/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cnd8Vd1Bbhl/?utm_source=ig_web_copy_link).
- Turner, Bryan S., ed. *Sosiologi Agama*. Translated by Daryatno. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.