

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik hegemoni dalam pemasaran Tarekat Sulthoniyah berlangsung melalui proses pembentukan kesadaran, kepercayaan, dan penerimaan jamaah terhadap nilai-nilai spiritual, ajaran tarekat, serta otoritas mursyid yang dilakukan secara persuasif dan berkelanjutan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa hegemoni tidak hadir dalam bentuk dominasi yang bersifat memaksa atau represif. Dominasi dipahami sebagai bentuk kekuasaan yang bekerja melalui paksaan sehingga individu tunduk karena adanya tekanan dari pihak yang berkuasa, sedangkan hegemoni bekerja melalui persetujuan, yaitu ketika individu menerima dan mengakui suatu nilai, pandangan, atau kepemimpinan sebagai sesuatu yang benar dan layak diikuti. Dalam konteks Tarekat Sulthoniyah, temuan penelitian ini menegaskan bahwa proses hegemoni berlangsung melalui relasi antara mursyid dan jamaah, kegiatan dakwah, majelis zikir, pembinaan keagamaan, pemanfaatan media sosial, serta jaringan sosial antarjamaah yang secara konsisten membentuk cara pandang, keyakinan, dan orientasi spiritual jamaah. Proses tersebut menunjukkan bahwa penerimaan jamaah terhadap ajaran tarekat terjadi secara sukarela karena nilai-nilai yang ditawarkan dianggap relevan dengan kebutuhan spiritual mereka. Dengan demikian, temuan utama dalam aspek ini menunjukkan bahwa pengaruh Tarekat Sulthoniyah tidak

bertumpu pada kekuatan struktural atau paksaan, melainkan pada kemampuan membangun legitimasi religius, kepercayaan, dan kesepakatan kolektif yang mengikat jamaah secara sadar.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pemasaran produk spiritual Tarekat Sulthoniyah dilakukan dengan menekankan manfaat spiritual yang diyakini oleh jamaah dapat memberikan keberkahan, kemudahan, dan kelancaran rezeki dalam kehidupan mereka. Temuan penting penelitian ini menunjukkan bahwa produk yang dipasarkan tidak hanya berupa ajaran atau pengalaman spiritual, tetapi juga berbentuk barang-barang yang memiliki makna religius, seperti tasbih, air, cincin, kalung rezeki, dompet penglaris, serta berbagai produk spiritual lainnya yang dilekatkan dengan amalan dan praktik keagamaan tarekat. Strategi pemasaran tersebut dilakukan melalui dakwah, majelis zikir, kegiatan keagamaan, media sosial, serta rekomendasi dari jamaah yang telah mengalami dan merasakan manfaat dari produk maupun aktivitas tarekat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan jamaah terhadap manfaat spiritual produk menjadi faktor utama yang mendorong minat, loyalitas, serta partisipasi mereka dalam kegiatan tarekat. Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa produk spiritual tidak dipahami hanya sebagai benda material, melainkan sebagai media simbolik yang diyakini memiliki kekuatan spiritual dan menjadi sarana ikhtiar untuk memperoleh keberkahan serta kelancaran rezeki. Oleh karena itu, pemasaran yang dilakukan tidak sekadar berfungsi sebagai aktivitas distribusi produk, tetapi juga sebagai mekanisme penyebaran keyakinan, penguatan

nilai-nilai tarekat, dan pembentukan hubungan emosional serta spiritual antara tarekat dan jamaah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa praktik hegemoni dan pemasaran spiritual dalam Tarekat Sulthoniyah saling berkaitan dan saling menguatkan. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa pemasaran spiritual berfungsi sebagai media utama dalam menyebarluaskan nilai-nilai, ajaran, dan produk spiritual tarekat, sedangkan hegemoni bekerja sebagai mekanisme yang memungkinkan nilai-nilai tersebut diterima, diyakini, dan direproduksi secara sukarela oleh jamaah. Dalam konteks ini, kekuasaan tarekat menjelma menjadi kekuasaan kultural dan simbolik, yaitu kemampuan untuk membentuk cara jamaah memahami kehidupan spiritual, memaknai ajaran agama, serta memberikan makna religius terhadap produk dan praktik yang dikembangkan oleh tarekat. Melalui proses tersebut, keyakinan terhadap manfaat spiritual produk yang dipasarkan tidak hanya menjadi bagian dari praktik keagamaan individu, tetapi juga menjadi bagian dari reproduksi nilai, kepercayaan, dan legitimasi sosial tarekat di tengah jamaah. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Tarekat Sulthoniyah tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah jamaah atau intensitas penggunaan produk spiritual, tetapi juga dari terbentuknya loyalitas, komitmen, dan kesadaran kolektif jamaah yang menerima nilai-nilai tarekat sebagai pedoman utama dalam kehidupan keagamaan mereka.

B. Saran

1. Bagi jamaah atau masyarakat umum, diharapkan dapat lebih kritis, selektif, dan bijak dalam menerima informasi terkait produk spiritual maupun klaim manfaat yang menyertainya, khususnya yang dikaitkan dengan keberkahan dan kelancaran rezeki. Masyarakat juga perlu menyeimbangkan antara keyakinan religious dengan usaha rasional dalam kehidupan sehari-hari, sehingga praktik keberagamaan tetap berada dalam koridor yang sehat, proporsional, dan tidak mengarah pada ketergantungan yang berlebihan terhadap produk tertentu.
2. Media sosial, diharapkan dapat berperan secara lebih bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan praktik keagamaan dan produk spiritual. Media sosial hendaknya tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga ruang edukasi yang memberikan informasi secara berimbang, objektif, dan tidak menyesatkan. Pengelola konten dakwah di media sosial juga diharapkan dapat mengedepankan etika komunikasi digital, sehingga pesan-pesan spiritual yang disampaikan tetap sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan tidak bersifat manipulatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai hegemoni dan pemasaran spiritual dengan memperluas fokus penelitian, baik dari aspek relasi kekuasaan dalam lembaga tarekat, dampak sosial-ekonomi dari praktik pemasaran produk spiritual, maupun peran media digital dalam membentuk persepsi dan keyakinan jamaah. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih beragam, seperti

etnografi, fenomenologi, atau sosiologi digital, agar dapat menggali pengalaman subjektif jamaah serta dinamika hegemoni secara lebih mendalam.