

ISLAM KAFE VS ISLAM KAFAH: EKSRESI MEMAKNAI ISLAM DALAM RUANG PUBLIK DI KALANGAN MILENIAL SUMENEP

ISLAMIC CAFE VS ISLAMIC KAFAH: AN EXPRESSION OF MEANING ISLAM BY SUMENEP MELENIAL IN PUBLIC SPHERE

Damanhuri

Dosen INSTIKA Guluk-Guluk
dmanhuri@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini berupaya mendeskripsikan pemaknaan terhadap Islam oleh kalangan milenial di ruang publik, dengan memfokuskan pada tiga hal, yaitu bagaimana munculnya, respons dan resiliensi oleh kalangan milenial tersebut dalam mengekspresikan keberislamannya di ranah kafe dan masjid. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data diperoleh berdasarkan observasi, wawancara kepada pengelola dan jamaah serta dokumen terkait dan dianalisis secara kritis-deskriptif maka penelitian ini menemukan beberapa hal penting bahwa ekspresi Islam di kafe lahir karena persoalan kapitalisme ekonomi yang *market-oriented* dan tidak mengedukasi untuk kemaslahatan umat yang lebih luas sehingga pengelola berusaha menghimpun modal melalui investasi dari kalangan alumni pesantren sebagai modalitas ekonomi dan sosial sekaligus dengan menawarkan menu sorogan kitab, selawatan, dan kegiatan ilmiah sebagai *priority marketing* untuk menjaring konsumen. Strategi ini juga menjadi resiliensinya dalam menguatkan *profile compony* dari kafe ini. Sementara ekspresi Islam di masjid atas tujuan menghidupkan rumah Tuhan, takmir mendatangkan para ustaz Nasional seperti UAS, Sugik Nur dan Hanan Attaki untuk menjaring jamaah sekaligus agar memperkenalkan Islam lebih radikal untuk masyarakat kota. Kajian-kajian Islam yang lebih berorientasi pada akidah dan ubudiah menjadi rutinitas selepas magrib dan subuh belum lagi program sajadah fajar untuk membina masjid-masjid di sekitarnya.

Kata kunci: Ekspresi beragama, Kapitalisme Ekonomi, Konservatisme Agama, Islam Kafe, Islam kafah.

Abstract

This article seeks to describe the meaning of Islam by millennials in the public sphere, by focusing on three things, they are how the emergence, response, and resilience of millennials in expressing their Islam in public cafes and mosques. By using a qualitative approach, recollecting data were based on observations, interviews with managers and staff/follower as well as important documents. This data, then, is analyzed critically and descriptively. This study obtains two main findings. First, Islamic expressions in public cafes caused the problem of market-oriented economic capitalism and not educating for the benefit wider community, so managers try to raise capital through investment from pesantren alumni as an economic and social modality as well as by offering a menu of sorogan kitab (pesantren book), selawatan, and scientific activities as priority marketing to attract consumers. This strategy is also resilient in strengthening the company profile of the cafe. Second, the expression of Islam in the mosque is aimed at reviving the house of God, takmir joint with national ustadz (preacher) such as UAS, Sugik Nur, and Hanan Attaki to recruit worshipers as well as to introduce Islam more radically to urban communities. Islamic learning focused on faith and ubudiyah holding on routinely after maghrib and subuh prayer, and "sajadah fajar" (down mat) program for shaping others mosques the same as theirs.

Keywords: Religious expression, economic capitalism, religious conservatism, Islamic café, Islamic kafah.

Pendahuluan

Keberadaan kafe dan tempat ibadah bagi kalangan remaja memiliki nuansanya sendiri apalagi dikaitkan dengan aktivitas keagamaan. Gairah keagamaan ini, beberapa tahun terakhir, semakin masif di kalangan remaja untuk menunjukkan identitas kesalehan dan totalitas dalam memaknai ajaran agama.

Kafe sebagai sebuah industri budaya baru bagi kalangan remaja dalam tiga tahunterakhir sejak 2016 menunjukkan angka yang fantastis. Hasil riset yang dilakukan Toffin menunjukkan angka 2.950 gerai hingga bulan Agustus 2019.¹ Pertumbuhan ini salah satunya dipicu oleh kebiasaan kalangan remaja untuk nongkrong dan menghabiskan waktu berlama-lama untuk sekedar bertemu teman, mengerjakan tugas, diskusi, berkumpul

¹ Lihat, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riiset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>. akses tanggal, 7 Oktober 2021.

keluarga, reuni dan lainnya.² Gaya hidup baru ini menjadikan budaya kafe menjadi sub-kultur dari kebudayaan setempat. Simbol-simbol budaya yang ditampilkan berasosiasi padajawa muda, produktivitas, dinamis, gaul, mapan, cerdas, elegan, dan sukses. Sehingga fenomena ini dapat memunculkan tiga hal penting, *pertama*, kebutuhan para pekerja urban akan tempat atau ruang kerja. *Kedua*, dapat memunculkan “masyarakat tontonan”. Dan *ketiga*, menjadi tujuan untuk panjatsosial.

Hal lain yang menarik untuk dicermati dari fenomena kafe ini adalah munculnya kafe-kafe berbau syariah. Misalnya, Cafe Bisnis Syariah di Bogor, 99 Café Surabaya, Ukhti Danti Café di Sulawesi Selatan, Daksi Coffee di Malang, dan Silaturrahim Café & Resto di Bandung.³ Kafe-kafe tersebut menjadi fenomena baru di mana kalangan remaja menjadi penggerak utamanya.

Di sisi yang lain, tempat ibadah seperti masjid juga menjadi perhatian yang serius dalam beberapa tahun terakhir ini. Hasil survei yang dilakukan oleh P3M pada Oktober 2017 terkait masjid di kementerian, lembaga negara, dan BUMN disinyalir terpapar paham radikal⁴ menjadi perhatian publik sehingga memunculkan gagasan sertifikasi dai/khatib dari kementerian agama RI terkait paham radikalisme dan intoleransi waktu itu dan didorong kembali oleh Wapres Ma'ruf Amin setahun terakhir ini. Karena masjid dianggap bukan semata tempat beribadah tapi juga penanaman ideologi tertentu yang efektif. Menariknya, keterlibatan kalangan remaja dalam kegiatan

² Riefky Krisnayana, “Realitas Budaya Ngopi di Café Pada Remaja”, *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 7. No. 1, Maret 2020, 51-64.

³ Lihat. <https://www.islampos.com/ini-6-kafe-yang-mengusung-konsep-islami-167617/>. Akses tanggal 7 Oktober 2021.

⁴ Dari 100 masjid yang di survei sebanyak 41 masjid terindikasi paham radikal. Indikasi tersebut ditemukan dalam muatan isi khotbah saat salat Jumat, bahan bacaan seperti buletin, brosur, kalender, dan majalah dinding, yang beredar di masjid tersebut. Lihat, <https://republika.co.id/berita/pifsg1409/penjelasan-survei-p3m-masjid-disusupi-radikalisme>. Akses tanggal 7 Oktober 2021.

masjid ini menjadi budaya baru yang semakin banyak diminati guna menunjukkan diri sebagai muslim kafah dan identitas kesalehan.

Berdasarkan konteks di atas, penelitian ini berupaya mengangkat isu lokal terkait fenomena kalangan remaja di kafe dan di tempat ibadah di Sumenep Madura dalam mengekspresikan sikap beragama melalui aktivitas yang dilakukan. Kafe yang menjadi fokus penelitian yaitu Kancakona Kopi. Kafe yang dirintis oleh kalangan santri para alumni pesantren Annuqayah Guluk-Guluk Sumenep. Sementara lainnya adalah masjid yaitu masjid Nur Muhammad yang digerakkan kalangan ustaz dari Islam kota dengan membawa misi Islam kafah dalam segala aktivitasnya. Dengan memfokuskan pada tiga hal berikut ini:

- a. Apa latar belakang yang mendorong lahirnya fenomena Islam kafe dan Islam Kafah dalam ruang publik Sumenep, Madura?
- b. Bagaimana respons masing-masing kelompok dalam memaknai Islam diruang publik?
- c. Mengapa Islam kafe dan Islam Kafah dapat bertahan (*resiliency*) dan terus menguat dalam ruang publik Sumenep, Madura?

Kajian tentang Islam Kafe vs Islam Kafah dalam ruang publik masih sedikit yang melakukan penelitian dalam pengertian bagaimana hal tersebut diekspresikan. Namun dalam kajian yang parsial, misalnya budaya kafe dan Islam Kafah banyak dilakukan. Sejauh yang dapat diamati terkait tema tersebut terdapat dalam beberapa tulisan baik buku maupun artikel jurnal.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, dan Gede Kamajaya (2017) tentang “Budaya *Nongkrong* Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di

Kota Denpasar)". Tulisan ini mendeskripsikan tentang keterkaitan antara merebaknya kafe-kafe di kota Denpasar dengan minat-anak muda mengunjunginya. Temuannya menyebutkan bahwa motif atau minat itu adalah sebagai pendakuan eksistensial akan kesenangan, hasrat sekaligus untuk membedakan dari kelas sosial yang lain.⁵ Berbeda dari penelitian Ahmad Faizi dkk., penelitian ini lebih memfokuskan pada kalangan muda santri atau alumni pesantren yang berkunjung guna menemukan makna beragama yang lebih kompleks.

Berikutnya tulisan Salendra (2014), *Coffee Shop as a Media for Self- Actualization Today's Youth* mendeskripsikan kebiasaan kalangan remaja *nongkrong* di kafe atau kedai kopi. Budaya *nongkrong* ini dianggap sebagai bentuk aktualisasi diri remaja, yaitu dengan berselfe-ria dan mengupdate status atau foto di berbagai media sosial. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada sisi aktualisasi-diri yang ditemukandi ruang kafe.⁶

Hampir sama dengan tulisan di atas, penelitian Elly Herlyana (2012) mengenai *Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda* juga menceritakan tentang gaya hidup baru di kalangan kaum muda yang senang menghabiskan waktunya di *coffee shop* (warung kopi). Suasana, desain tempat dan hal-hal yang berbau modern menjadi daya tarik baru mereka untuk bercengrama dan berbagi cerita. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada niat atau motif dari datang ke warung kopi, yaitu sekedar

⁵ Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, Gede Kamajaya, "Budaya *Nongkrong* Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar)", *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, Vol 1 No 1 (2017).

⁶ Salendra, "Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth". *Jurnal Messenger*, Volume VI, Nomor 2, Juli 2014.

ingin dikatakan menikmati suasana yang lebih berkesan.⁷

Dan buku Rahayu Kusasi (2010: 132-136) yang berjudul *Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi* menceritakan tentang fenomena merebaknya Starbucks di beberapa kawasan Indonesia membangkitkan suatu budaya baru menikmati kopi yang berkelas multinasional dengan menu yang ala Eropa. Budaya *ngopi* ini menjadi gaya hidup baru di kalangan masyarakat Indonesia untuk bersosialisasi dan berkomunikasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada terciptanya sebuah budaya baru di Indonesia, yaitu pergi ke warung kopi untuk bersosialisasi dan berkomunikasi, namun bedanya terletak pada segmentasi pengunjung dan aktivitas yang dilakukan.⁸

Pada tema-tema mengenai Islam Kafah, beberapa penelitian baik berupa buku atau artikel jurnal cukup banyak juga yang melakukan. Beberapa diantaranya yang dapat disebutkan adalah berikut ini:

Desti Annor (2019), *The Kaffah Muslimah* mengulas tentang bagaimana menjadi seorang Muslimah yang *perfect* sesuai dengan tuntunan syariat Islam yaitu sempurna penampilan luarnya juga baik akhlaknya. Kesempurnaan ini didorong tidak semata untuk diri sendiri tapi juga dapat memberikan manfaat untuk orang lain, menghormati orang lain. singkatnya, buku ini mengulas tentang tata cara berakhlak dengan baik mulai soal pakaian, mengikuti kajian hingga adab-adab yang lain.⁹ Jika buku ini menekankan pada bagaimana menjadi Muslimah yang kaffah berdasar pembentukan perilaku yang baik luar-dalam dalam mengikuti aktivitasnya, maka penelitian ini lebih

⁷ Elly Herlyana, "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda". *Jurnal THAQĀFIYYĀT*, Vol. 13, No. 1 Juni 2012.

⁸ Rahayu Kusasi, *Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi* (Depok: KepikUngu, 2010).

⁹ Desti Annor, *The Kaffah Muslimah* (Tinta Medina, 2019)

menyoroti aktivitas kalangan muslim kafah yang berfokus di tempat ibadah baik masjid maupun musala.

Selanjutnya tulisan Riana Ratna Sari (2019), *Islam Kaffah Menurut Pandangan Ibnu Katsir*, mendeskripsikan tentang Islam Kaffah dari sisi konseptual yaitu mengungkap tafsir ayat Alquran dengan memasukkan pandangan tokoh Islam Ibnu Katsir. Ada tiga temuan yang diperoleh, yaitu bahwa *pertama*, Islam kaffah itu adalah Islam yang komprehensif yang mencakup segala aspek kehidupan. *Kedua*, Islam Kaffah dielaborasi dari dua unsur; Iman yang kuat, dan Syariat Islam yang benar. Dan *ketiga*, Islam Kaffah adalah agama yang terbuka untuk beragam kebudayaan.¹⁰ Perbedaan tulisan ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini sangat konseptual sementara penelitian ini lebih melihat pada sisi praktiknya.

Sementara penelitian Fuaduddin TM, Muchtamil K, dan Wakhid Khozin (2003), *Mencetak Generasi Muslim Kaffah (Studi Tentang Sistem Pendidikan, Paham dan Jaringan Keagamaan Pondok Pesantren Islam "Al-Islam" (PPII) Tenggulun, Lamongan)* menggambarkan secara detail dan proporsional tentang sistem pendidikan, paham keagamaan, dan jaringan yang dibangun oleh Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Islam Al-Islam. Dan temuan dari penelitian ini mengungkap tentang sistem Pendidikan pondok yang diarahkan pada bagaimana mencetak generasi muslim yang *bertafaquh fiddin*, berakhlak mulia dan sanggup menerima Islam secara kaffah. Guna merealisasikan hal tersebut, Pesantren ini menjalin kerja sama dengan pesantren al-Mukmin Ngruki.¹¹ Persamaan penelitian tersebut

¹⁰ Riana Ratna Sari, "Islam Kaffah Menurut Pandangan Ibnu Katsir", *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*. Vol. 1 No. 2, Desember 2019

¹¹ Fuaduddin TM, Muchtamil K, dan Wakhid Khozin, "Mencetak Generasi Muslim Kaffah (Studi Tentang Sistem Pendidikan, Paham dan Jaringan Keagamaan Pondok Pesantren Islam "Al- Islam" (PPII) Tenggulun, Lamongan)", *EDUKASI: Jurnal*

dengan yang akan dilakukan adalah adanya paham dan jaringan yang terbentuk dalam komunitas Islam Kaffah.

Dari beberapa penelitian yang telah disebutkan di atas yang berkaitan dengan budaya kafe dan Islam kafah tampak jelas perbedaan dan fokus utama penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mencari tahu: *Pertama*, mengapa Islam Kafe vs Islam Kafah ini lahir dan bagaimana proses pembentukannya sehingga menjelma menjadi sebuah entitas identitas baru di kalangan generasi muda di ruang publik Madura. *Kedua*, bagaimana respons kalangan Islam kafe dan IslamKafah dalam menemukan makna keberislamannya dalam ruang publik Madura sehingga selanjutnya, *ketiga*, mereka dapat bertahan dari gesekan sosial yang terjadi.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mendasarkan datanya pada realitas empiris melalui observasi, wawancara dan dokumen dengan memfokuskan pada kegiatan-kegiatan dan konstruksi berpikir dari komunitas kafe di Kancakona Kopi dan jamaah masjid di masjid Nur Muhammad. Kedua komunitas ini semuanya berlokasi di kabupaten Sumenep Madura. Kedua lokasi ini dipilih karena dianggap strategis untuk melihat ekspresi beragama di kalangan milenial saat ini. Kafe merupakan tempat *nongkrong* yang terkesan jauh dari aspek religiositas ternyata dalam faktanya dijadikan wadah edukasi dan menempa kesalehan oleh kalangan santri di ruang publik. Sementara masjid yang sudah jamak diketahui sebagai tempat ibadah sering kali sepi peminat karena jamaah lebih tertarik menghabiskan waktunya di luar tempat tersebut. Karena faktor inilah takmir masjid berupaya keras mengelola

tempat ini dengan melakukan inovasi kegiatan-kegiatan dan kajian-kajian keagamaan.

Analisis data kualitatif model Miles dan Haberman¹² dilakukan melalui hasil wawancara kepada dua komunitas tersebut yang semuanya berjumlah sebelas orang. Enam orang untuk komunitas kafe dan lima orang untuk komunitas masjid. Selebihnya diperoleh dari beberapa kali observasi dan dokumen-dokumen yang tersedia. Penentuan informan dilakukan secara purposif pada tokoh-tokoh kuncinya. Apakah pada pengelola (manajer), karyawan dan pengunjung ataupun pada takmir dan jamaahnya. Pengambilan data baru dilakukan selama dua bulan terhitung dari bulan November dan Desember 2022. Berikut data informan dari kedua komunitas tersebut:

Tabel 1
Subjek Penelitian

Komunitas	Informan	Keterangan
<i>Kancakona Kapi</i>	6	1 orang manajer laki-laki
		1 orang laki-laki perumus kafe
		2 orang karyawan kafe, laki-laki dan perempuan
		2 orang pelanggan, laki-laki dan perempuan
		Total : 4 laki-laki, 2 perempuan
<i>Masjid Nur Muhammad</i>	5	1 Orang Ketua Takmir laki-laki
		2 Orang anggota Takmir
		2 Orang jamaah lelaki dan perempuan
		Total: 4 laki-laki, 1 orang perempuan
Total	11 informan	

Ruang Publik Milenial: Kafe dan Masjid

¹² M.B Miles dan A.M Haberman, *An Expended Sourcebook: Qualitative Data Analysis* (London,Sage Publications), 21.

Untuk mencermati model kontestasi, keterlibatan ranah atau arena menjadi penting diungkap. Keberadaan kafe dan masjid sebagai arena utama dalam memaknai Islam menentukan pola kontestasi yang dimainkan. Keberadaan kafe dalam beberapa tahun terakhir sejak 2016 menjadi arena baru kalangan milenial untuk berkumpul dan membincang hal penting terkait kehidupan mereka. Selain mendatangkan keuntungan secara ekonomi untuk mengelolanya, di sisi lain arena ini menjadi pusat diskursus publik mengenai narasi-narasi yang berkembang. Persis awal mula gerakan literasi yang dimulai dari kedai-kedai kopi ataupun individu-individu yang menjalin komunikasi untuk membincang sesuatu yang menjadi perhatian publik.¹³ Dalam konteks pengelolaan, muncullah model-model kafe yang disesuaikan dengan selera pasar publik. Ada pasar publik ekonomi, ada pasar publik edukasi, dan ada juga pasar publik agama. Dalam konteks pasar publik agama ini, lahirlah kafe-kafe bernuansa syariah untuk mencitrakan dirinya dan mendekatkannya dengan konsumen. Fasilitas seperti musala, nama menu produk yang ‘tampak’ religius, jenis musik yang dipilih, dan penamaan kafe sendiri dibuat se-islami mungkin. Maka dalam konteks ini, kafe bernuansa religi menjadi suatu mazhab tersendiri dalam ruang publik yang menawarkan cara bermuamalah secara benar dan halal sekaligus menunjukkan aspek kesalehan dalam beragama.

Sementara masjid sebagai tempat ibadah, tempat berkumpul dan membincang soal agama sudah jamak diketahui. Bahkan era Rasulullah, masjid menjelma menjadi pusat peradaban Islam karena seluruh aktivitas sosial-keagamaan Nabi diselenggarakan di sana.¹⁴ Artinya, posisi

¹³ F. Budi Hardiman (ed), *Ruang Publik Melacak “Partisipasi Demokrasi” dari Polis sampai Cyberspace*, (Yogyakarta: Kanisius, 2014)

¹⁴ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 1994), 87.

strategis masjid sebagai ruang publik telah terbentuk sejak mula didirikan. Di saat, narasi keagamaan mulai mengeras pasca reformasi 1998, di tambah pembelahan wacana keagamaan pasca Gerakan 212 maka mimbar-mimbar masjid pun oleh beberapa kalangan dijadikan arena efektif untuk menyampaikan narasi-narasi intoleransi, melawan pemerintah tagut dan isu-isu radikalisme lainnya. Sehingga hal ini menginisiasi P3M pada Oktober 2017 melakukan riset yang menghasilkan temuan penting bahwa masjid di bawah naungan BUMN terpapar paham-paham radikalisme.¹⁵ Di sisi lainnya, Gerakan-gerakan hijrah yang dalam banyak hal memiliki misi serupa **yang** bagaimana menjadi muslim yang lebih saleh dan lebih baik sering sekali menyelenggarakan kegiatannya di masjid-masjid sebagai upaya menghidupkan rumah Tuhan tersebut. Dengan tema-tema yang dikemas secara santai dan lebih *marketable* kegiatan ini mendapat banyak atensi masyarakat terutama kalangan milenial yang haus akan informasi keagamaan.

Ekspresi Kesalehan di Ruang Publik

Beragama tidak semata meyakini tentang keberadaan Tuhan, namun bagaimana menafsir dan mengekspresikan ajaran agama itu dalam kehidupan nyata. Untuk melihat pemaknaan Islam dalam ruang publik, maka penting mengetahui bagaimana menjadi saleh secara agama. Secara sederhana, kesalehan beragama dapat didefinisikan sebagai tingkat pengabdian seseorang terhadap ajaran agamanya. Namun untuk memahami kesalehan dalam kerangka analitis-praktis, perlu diidentifikasi beberapa indikatornya. Dalam

¹⁵ lihat, <https://republika.co.id/berita/pifsg1409/penjelasan-survei-p3m-masjid-disusupi-radikalisme>. Akses tanggal 7 Oktober 2021.

konteks ini menarik melihat analisa Thomas Pepinsky¹⁶ mengenai ukuran kesalehan di Indonesia dengan mengemukakan indeks kesalehan relatif di antara individu melalui campuran indikator yang mewakili kepatuhan pada aspek *ritual* keagamaan, persepsi *orientasi* keagamaan, dan praktik *perilaku* keagamaan yang tidak wajib (sunah). Sementara ada sarjana lainnya yang masih mengukur indeks kesalehan itu hanya pada indikator tunggal saja, yaitu misalnya hanya pada aspek ritual, orientasi, dan perilaku seperti “keterlibatan di masjid”, “kehadiran untuk beribadah”, atau “mendukung pelaksanaan hukum Syariah”.

Berdasarkan indeks kesalehan yang dirilis, maka perilaku seberapa sering orang pergi ke masjid, seberapa banyak orang membaca Alquran ataupun seberapa sering mengerjakan amalan sunah menjadi kredit poin melihat aspek kesalehan di ruang publik. Sehingga hari ini banyak orang berlomba-lomba untuk mencapai target tersebut. Padahal dalam riset yang dilakukan oleh Alif Satria¹⁷ menunjukkan bahwa pelaku tindakan intoleransi dan radikalisme umumnya dilakukan oleh mereka yang secara statistik rajin mempraktikkan beberapa hal di atas. Catatan lainnya yang menarik dari riset tersebut adalah bahwa fenomena radikalisme agama saat ini bukan disebabkan oleh “radikalisasi Islam” (*radicalisation of Islam*), melainkan lebih pada “islamisasi radikalisme” (*Islamisation of radicalism*). Artinya, akar penyebab kekerasan agama belum tentu keyakinan agama itu sendiri, tetapi kecenderungan dan perilaku kekerasan yang sudah ada dan berkembang sebelum keyakinan agama tersebut.

¹⁶ <https://aalims.org/uploads/measuring%20piety.pdf>. Diakses pada 28 Desember 2022.

¹⁷ <https://www.newmandala.org/distinguishing-piety-fundamentalism-indonesian-muslims/>. Diakses pada 28 Desember 2022.

Kapitalisme Ekonomi dan Konservatisme Agama: Sebagai Konteks

Penelitian ini menemukan dua faktor utama terkait dengan latar belakang munculnya Islam kafe dan Islam kafah yaitu adanya paham kapitalisme ekonomi dan konservatisme agama.

1) Kancakona Kopi

Kapitalisme ekonomi yang melahirkan suatu paham ekonomi yang memberi ruang tak terbatas pada individu-individu untuk memenuhi keinginan (*want*) dan kebutuhannya (*need*) sehingga menumpuk kekayaan sejauh yang dapat diperoleh. Mendorong kalangan alumni pesantren mendirikan *coffee shop* atau *business corner* yang bernuansa Islam dengan berdasarkan pada aktivitas ekonomi pada penguatan masyarakat atau berbasis gotong-royong untuk melakukan investasi bersama sehingga dapat memberi manfaat pada banyak orang dan mendatangkan keuntungan materi dengan model *lose and profit sharing*. Dalam istilah Kancakona Kopi bisnis yang memiliki nilai edukasi sesuai dengan tagline nya; *Ngopi, Ngaji, dan Berbagi*.

2) Masjid Nur Muhammad

Sementara konservatisme agama yang menekankan pada suatu paham keagamaan yang mengombinasikan sisi praktis dan normatif yang bersumber dari teks-teks Islam serta mempromosikan suatu kepatuhan literal dan eksklusif terhadap syariah, berlawanan dengan interpretasi ajaran Islam yang kontekstual dan inklusif dianggap oleh takmir masjid Nur Muhammad sebagai dakwah strategis untuk menghidupkan masjid sekaligus menampilkan kesalehan diri terutama bagi masyarakat perkotaan dan milenial. Masyarakat kota dan kalangan milenial perlu diberikan

paham-paham keagamaan yang menguatkan akidah dan doktriner agar menjadi muslim yang lebih baik.

Respons dan Strategi Islam Kafe dan Islam Kafah

Berikutnya, dalam menjelaskan respons masing-masing kalangan terhadap isu dan misi keberislamannya maka masing-masing di antara mereka memanfaatkan, *pertama*, tokoh publik (kiai lokal dan dai nasional). *Kedua*, kajian Islam (sorogan kitab dan ceramah agama). Ketiga, membentuk koloni jaringan (kafe dan masjid).

1) Kancakona Kopi

Sebagai refresentasi Islam Pesantren yang berwajah aswaja, kancakona kopi berusaha menerjemahkan sebaik mungkin nilai-nilai pesantren dalam profil bisnisnya. Secara tidak langsung pengelola menginginkan ranah bisnis ini adalah miniatur dan refresentasi tradisi pesantren dalam wajah kafe. Oleh karena itu, beberapa kegiatan diselenggarakan secara rutin yaitu, sorogan kitab yang langsung disampaikan oleh kiai muda pesantren yang sekaligus tokoh publik lokal. Beberapa kitab yang disampaikan adalah: kitab *Khutbah Jumat* karya Muhammad Ilyas, kitab *Al-Busyro* karya Sayyid Muhammad bin Alawiy al Maliki al Hasani, dan kitab *Al-Shobru 'ala al-Dzaujaat wa al-Hilm 'alaihinna* karya Yusuf Abjik al-Suusy. Sorogan kitab tersebut dilaksanakan setiap Rabu minggu ketiga sebulan sekali. Untuk menguatkan tradisi pesantren, Kancakona Kopi juga mengadakan salawat Nabi dan pembacaan puisi religi selain juga menjadi tempat bagi diskusi ataupun seminar tentang nilai-nilai kepesantren dan keislaman.

Selain mempromosikan tokoh dan kajian Islam, kancakona kopi juga membentuk jaringan usaha baik sejenis ataupun beda usaha. Pada bulan september 2019 telah dibuka kancakona kopi cabang Jember yang beralamat di

jalan Basuki Rahmat Nomor 230, Muktisari, Kelurahan Tegalbesar Kaliwates Jember. Sebagai cabang, profil kafe yang dibuat secara konsep tidak jauh beda yaitu kafe yang berwajah pesantren dengan nilai-nilai tradisinya. Sementara bisnis lainnya yang dikembangkan adalah berbentuk ritel, sejenis indomart, Alfa Mart dengan mencantumkan nama Kancakona sebagai nama bisnisnya. Bisnis yang bergerak di bidang pelayanan kebutuhan sembako bagi masyarakat umum dengan konsep dan pengelolaan bisnis berbasis alumni (komunitas pesantren). Saat ini telah dibangun empat ritel di kabupaten Sumenep.

2) Masjid Nur Muhammad

Tantangan yang dihadapi takmir dalam upaya menghidupkan masjid Nur Muhammad tidaklah mudah. Agar menjadi tempat yang nyaman dan kondusif maka dilakukanlah renovasi besar-besaran hingga menelan biaya milyaran. Tidak cukup dengan renovasi fisik, orientasi keagamaanpun dirumuskan yaitu memberikan konsep Islam yang kafah; penguatan akidah, tafsir literal atas teks, dan dapat mengamaliahkan ajaran itu dalam tindakan praktis. Dikomandani oleh salah seorang pengurus Muhammadiyah dan selebihnya ASN dan pensiunan PT Garam. Kegiatan masjid diupayakan senantiasa semarak dan jamaah salat rawatib membludak. Karena itu, guna mempromosikan masjid kepada khalayak, didatangkanlah dai/ustaz nasional sekelas Ustaz Abdul Somad, Sugik Nur dan Hanan Attaki. Kedatangan para ustaz tersebut dijadikan momentum strategis untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang kafah sekaligus menarik jamaah untuk berdonasi demi kepentingan masjid. Untuk menguatkan apa yang disampaikan oleh para dai tersebut, setiap hari setelah Magrib dan Subuh diadakan kajian keagamaan untuk

menguatkan akidah dan bagaimana mengamaliahkan Islam secara baik. Ustaz pengisi kajian umumnya bukan kiai pesantren tapi tokoh-tokoh muda Islam non-pesantren. Program lainnya, setiap hari Jumat setelah salat berjamaah, takmir masjid menyiapkan makan siang bagi jamaah yang dinamakan dengan Jumat Barakah. Keberadaan program ini mendatangkan atensi jamaah untuk datang hingga tidak muat (*overcapacity*).

Selain mendatangkan dai/ustaz dan kajian keagamaan, takmir juga menyelenggarakan program sajadah fajar yaitu program mendatangi masjid-masjid di beberapa tempat di kabupaten Sumenep untuk ikut berbagi pengelolaan dan merawat masjid. Hal ini dilakukan seminggu sekali setiap hari Minggu atau Sabtu.

Tabel II
Respons dan Strategi Kancakona Kopi dan Masjid Nur Muhammad

Aktor	Respons dan Stategi
Islam Kafe (Kancakona Kopi)	1. Mendatangkan Kiai Pesantren untuk Penguatan Ajaran Islam
	2. Sorogan Kitab Pesantren dan Pembacaan Selawat Nabi
	3. Koloni Jaringan Bisnis Kafe dan Ritel
Islam Kafah (Masjid Nur Muhammad)	1. Mendatangkan Dai/Ustaz Nasional untuk Penarik Jamaah Sekaligus Penguatan Islam
	2. Kajian Islam Tematik Penguatan Akidah dan Ubudiah
	3. Koloni Jaringan Ke Masjid Sekitar Dalam Program Sajadah Fajar

Resiliensi Kancakona Kopi dan Masjid Nur Muhammad

Dua komunitas ini memiliki daya tahan (*resilience*) yang kuat karena didukung oleh modal sosial dan kemampuan komunitasnya. Koneksi sosial itu berupa *social bonding*

(keterikatan sosial) yaitu adanya rasa memiliki dan keterikatan dengan orang-orang yang sama identitasnya. *Social bridging* (keterhubungan sosial secara horizontal), yaitu kemampuan membangun koneksitas lintas identitas. Dan *social linking* (keterhubungan sosial secara vertikal), yaitu kapasitas dalam membangun link dengan institusi pemerintah.

1) Kancakona Kopi

Dalam hal ini membangun daya tahan (resiliensi) Kancakona Kopi menggantungkan, *pertama*, kepada alumni dan santri yang secara identitas sama, yaitu para alumni dan santri pesantren Annuqayah. Jumlah santri aktifnya saja ada diangka 7000 santri. Dan alumninya yang tersebar, umumnya, di Jawa Timur (Madura dan Jember) sudah puluhan ribu jumlah, karena pesantren ini telah berdiri sejak 1887. Artinya hingga kini telah berusia 135 tahun, sudah seabad lebih. *Kedua*, alumni pesantren yang berbentuk klaster-klaster apakah itu LSM, komunitas profesi, organisasi masyarakat (NU), organisasi mahasiswa dan alumni perguruan tinggi juga ikut menopang daya tahan lainnya. Dan *ketiga*, alumni pesantren juga banyak yang menjadi pejabat penting di daerah. Saat ini wakil bupati merupakan alumni pesantren, beberapa dewan legislatif dan ASN di kabupaten. Sehingga ketiga simpul tersebut menjadi kekuatan yang besar untuk menjamin keberlangsungan Kancakona Kopi dalam senantiasa mencitrakan wajah kafe yang mengekspresikan Islam pesantren berwajah Aswaja. Belum lagi pelanggan umum dari kalangan remaja dan mahasiswa yang klasternya di luar ketiga konteks di atas.

2) Masjid Nur Muhammad

Sementara daya tahan Masjid Nur Muhammad ditopang oleh, *pertama*, para pembelajar Islam yang terdiri dari kalangan ASN dan pensiunan ASN, mantan PT Garam dan

pengusaha yang secara istiqomah (konsisten) memberikan donasi kepada masjid. Mereka disatukan karena merasa sama-sama ingin belajar Islam dan bukan dari kalangan pesantren. *Kedua*, keberadaan masjid yang bersih dan terawat karena dikelola secara baik ditopang oleh program-program yang menarik minat mendorong jamaah umum untuk datang dan ikut berdonasi sambil lalu belajar Islam dalam kajian-kajian yang diselenggarakan. Bahkan tidak jarang para remaja datang untuk mencari komunitas baru dan berdiskusi dengan para ustaz dalam kajian yang disampaikan. Dan *ketiga*, untuk koneksi ke instansi pemerintah, masjid Nur Muhammad hingga kini belum pernah bekerja sama kecuali hanya pada ASN ataupun pensiunan ASN sebagai person bukan sebagai instansi. Dan bisa jadi keengganan untuk bekerja sama karena mereka menganggap pemerintah sebagai instansi yang kurang dianggap Islam.

Tabel III
Tingkat Resiliensi Kancakona Kopi dan Masjid Nur Muhammad

Komunitas	Resiliensi
Islam Kafe (Kancakona Kopi)	1. Santri dan Alumni Pesantren Annuqayah
	2. Klaster alumni yang terdiri dari LSM, Ormas NU, Organisasi mahasiswa, Asosiasi Perguruan Tinggi (ikatan alumni)
	3. Eksekutif (wakil bupati) dan legislatif (DPRD)
Islam Kafah	1. Para pembelajar Islam yang terdiri dari ASN dan pensiunan, mantan Pegawai PT Garam, Pengusaha.
	2. Jamaah umum dari kalangan yang merasa nyaman dan tenang

(Masjid Nur Muhammad)	beribadah dan juga dari kalangan remaja yang haus pengetahuan Islam untuk berdiskusi dengan para ustaz
	3. Secara instansi tidak terkait langsung dengan pemerintah, hanya secara person melalui ASN.

Kesimpulan

Kontestasi Islam kafe dan kafah terjadi secara implisit dan satu sama lainnya saling berkompetisi untuk memaknai Islam dalam tafsir agama yang berbeda. Di satu sisi lebih menampilkan Islam yang *soft* dengan menghadirkan nilai-nilai pesantren dalam arena bisnis, sementara di sisi lain, ingin menampilkan Islam yang lebih tegas dengan menghadirkan Islam secara literal yang lebih menekankan penguatan akidah dan ubudiah.

Kedua komunitas dianggap berhasil mencitrakan dirinya masing-masing dalam memperkenalkan wajah Islam yang berbeda karena konteksnya juga berbeda, di satu sisi hadir karena kapitalisme ekonomi, sementara yang lain karena *support* dari konservatisme agama. Kedua variabel itu menjadi katalisator penggerak untuk mengekspresikan Islam dalam pemahaman mereka.

Respons terhadap pemahaman dan pemaknaan agama, seperti yang tampak di atas, melahirkan beberapa strategi yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan tokoh agama yang satu kiai pesantren sementara lainnya dai/ustaz level nasional. Ditambah lagi kajian keagamaan baik dengan sorogan kitab kuning ataupun kajian tematik keislaman yang dikemas secara baik agar konsumen ataupun jamaah semakin tertarik.

Agar tetap eksis dan bertahan, maka Islam kafe dan Islam kafah sama-sama berusaha membuat modal sosial dan

kemampuan komunitas untuk dikoneksikan dengan potensi jaringan yang tersedia baik melalui ikatan identitas yang sama atau lintas identitas dan pemanfaatan kerja sama dengan pihak pemerintah.

Daftar Pustaka

- Annor, Desti, *The Kaffah Muslimah*, Tinta Medina, 2019.
- Fauzi, Ahmad, I Nengah Punia, Gede Kamajaya, "Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar)", *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, Vol 1 No 1 (2017).
- Fuaduddin TM, Muchtamil K, dan Wakhid Khozin, "Mencetak Generasi Muslim Kaffah (Studi Tentang Sistem Pendidikan, Paham dan Jaringan Keagamaan Pondok Pesantren Islam "Al- Islam" (PPII) Tenggulun, Lamongan)", *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Volume 1, Nomor 4, Oktober 2003.
- Hardiman, F. Budi (ed), *Ruang Publik Melacak "Partisipasi Demokrasi" dari Polis sampai Cyberspace*, Yogyakarta: Kanisius, 2014.
- Herlyana, Elly, "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda". *Jurnal THAQĀFIYYĀT*, Vol. 13, No. 1 Juni 2012.
- Krisnayana, Riefky, "Realitas Budaya Ngopi di Café Pada Remaja", *Dialektika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 7. No. 1, Maret 2020, 51-64.
- Kusasi, Rahayu, *Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi*. Depok: Kepik Ungu, 2010.
- Miles, M.B dan A.M Haberman, *An Expeded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*, London, Sage Publications.
- Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta: Kalam Mulia, 1994.
- Salendra, "Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth". *Jurnal Messenger*, Volume VI, Nomor 2, Juli 2014.
- Sari, Riana Ratna, "Islam Kaffah Menurut Pandangan Ibnu Katsir", *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*. Vol. 1 No. 2, Desember 2019
- <https://aalims.org/uploads/measuring%20piety.pdf>. Diakses pada 28 Desember 2022.
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>.

<https://republika.co.id/berita/pifsg1409/penjelasan-survei-p3m-masjid-disusupi-radikalisme>.

<https://republika.co.id/berita/pifsg1409/penjelasan-survei-p3m-masjid-disusupi-radikalisme>.

<https://www.islampos.com/ini-6-kafe-yang-mengusung-konsep-islami-167617/>.

<https://www.newmandala.org/distinguishing-piety-fundamentalism-indonesian-muslims/>.