

Sufisme dan Warung Kopi: Dialog “Pengajian Sufi” dengan “Masyarakat Warung Kopi” di Yogyakarta

Aflahal Misbah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

aflahalmisbah@gmail.com

Abstract

This paper seeks to depict a reciprocal dialogue between the religious gathering of Sufism that is typical with piety and the social activities in the coffeehouse given to take pleasure and leisure occurring in one place in Yogyakarta. This depiction intends for reconsidering deeply how Sufism influences to society. Despite the gathering going on weekly, the everyday life of coffeehouse society from January to July in 2018 will present here to support the picture of dialogue. In result, there is a change of social formation in the coffeehouse by virtue of an encounter between piety and pleasure and leisure. However, this change is not as simply as Misbah (Misbah, 2018b) sketch before consisting of *followers (Jama'ah), coffee drinkers, and visitors*. It is due to the main characteristics of coffeehouse society that tends to be freely from what social status is, thereby becoming difficult enough to formulate precisely. Of this, there is thus a question in relation with what the harmonious landscape in coffeehouse described by Misbah (Misbah, 2018b) is completely generated from Sufism or a product of the social life of coffeehouse.

Keywords: Sufism, religious gathering, coffeehouse, society, dialogue.

Abstrak

Tulisan ini berusaha memotret dialog “pengajian Sufi” (yang identik dengan *piety*) dengan “aktivitas masyarakat warung kopi” (yang lazim dicirikan dengan *pleasure* dan *leisure*) yang berlangsung di satu lokasi di Yogyakarta. Penggambaran ini dimaksudkan untuk meninjau kembali bagaimana pengaruh sufisme di masyarakat. Kendati pengajian berlangsung rutin mingguan, data yang akan disajikan juga di dukung hasil pengamatan setiap hari terhadap kehidupan sosial di warung kopi dari Januari hingga Juli 2018. Hasilnya, terjadi perubahan formasi sosial di warung kopi sebagai hasil pertemuan antara *kesalehan* dengan *kenikmatan* dan *waktu luang*. Namun, perubahan ini tidaklah sesederhana seperti pemetaan Misbah (Misbah, 2018b) sebelumnya; *pengikut*, *pengopi*, dan *pengunjung*. Karakteristik masyarakat warung kopi yang pada dasarnya cenderung “bebas” dari status sosial menyebabkan cukup sulit untuk memformulasikannya secara akurat. Dari sini, muncul persoalan apakah lanskap harmoni yang digambarkan oleh Misbah (Misbah, 2018b) memang pengaruh dari sufisme atau produk dari karakteristik masyarakat yang cenderung tidak membawa status sosial ke warung kopi.

Kata Kunci: Sufisme, Pengajian, Warung Kopi, Masyarakat, Dialog

Pendahuluan

Tulisan ini berusaha memotret dialog yang terjadi antara “pengajian Sufi” yang identik dengan kesalehan (*piety*) dengan “aktivitas masyarakat warung kopi” yang lazim dicirikan dengan kenikmatan (*pleasure*) dan kesantiaian (*leisure*) yang berlangsung di salah satu warung kopi di Yogyakarta. Dalam sejarahnya, bahkan hingga saat ini, dua aktivitas sosial ini masih tampak berlangsung secara terpisah dan bertentangan dari sisi ruang maupun bentuk aktivitasnya itu sendiri; jika pengajian sufi identik dengan aktivitas religius, maka berbeda dengan aktivitas masyarakat di warung kopi yang cenderung dianggap amoral karena sifat hedonisnya yang demikian kuat (baca Hattox, 1985; Kasnaeny, Sudiro, Hadiwidjojo, & Rohman, 2013; Syam, Muslem, & Usman, 2017). Barangkali, pandangan ini masih sebatas hipotesis, atau mungkin hanya berlangsung dalam ruang geografis tertentu. Sebab dalam lanskap “kebangkitan Islam” (Howell, 2001) seperti saat ini, dua aktivitas kelompok ini ternyata mampu berjalan secara beriringan dalam ruang dan waktu yang sama, kendati bentuk aktivitas keduanya dapat dikatakan masih berbeda bahkan bertentangan secara prinsipil.

Aktivitas sufisme, meski hanya dalam bentuk pengajian, saat ini mampu berlangsung secara berdampingan dengan aktivitas masyarakat di warung kopi seperti yang terjadi di Yogyakarta. Fenomena semacam ini, yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah (baca al-Jazirī al-Ḥanbalī, 1826), memberikan pemahaman atas adanya ‘perkembangan relasi’ antara Sufi dan kopi, yang kini meluas ke warung kopi sebagai salah satu ruang dakwahnya (Misbah, 2018b). Memang, masih cukup lemah untuk mengatakan adanya perkembangan relasi antara sufi dan kopi sebab minimnya literatur yang membahas hal ini. Karenanya, tidak berlebihan apabila dikatakan relasi keduanya –sufi dan kopi- tampak pudar dan seolah tidak membentuk diskursus tersendiri di masyarakat muslim.

Sejauh ini, perhatian terhadap kopi di masyarakat muslim lebih banyak diarahkan pada soal kontroversi kopi di era awal popularitasnya, sejarah awal kopi, dan pengenalan naskah-naskah kopi karya intelektual Muslim dengan cara menerjemahkan dan menyalin ulang (Al-Arnā’ūt, 2012; Hattox, 1985; Sweetser, 2012). Demikian pula tentang sufisme, arah perhatian para peneliti umumnya lebih banyak menyoroti sejarah dan literatur sufisme (Mas’ud, 2011), relasi sufisme dengan politik (Ichwan, 2016), konfrontasi kelompok Sufi dengan kelompok modernis (Laffan, 2007) yang kini dianggap mulai luntur (Beck, 2014; Howell, 2010), kelompok tarekat dengan berbagai perubahan internalnya (Makhasin, 2015), serta perwujudan sufisme dalam institusi-institusi baru yang bukan tarekat (Zamhari, 2009, 2010, 2013; Zamhari & Howell, 2012). Atas dasar temuan terdahulu tersebut, tulisan ini hadir untuk mengisi kekosongan yang ada, baik untuk menampilkan fenomena keagamaan baru dalam lanskap kebangkitan Islam atau menampilkan adanya “perkembangan relasi” antara sufi dan kopi yang sudah lama tampak meredup.

Hadirnya tulisan ini juga secara khusus dimaksudkan untuk meninjau kembali asumsi dan tesis tentang peran sufisme, yang dipandang memiliki peran penting untuk membangun formasi sosial moral di masyarakat (Bano, Sohail, & Hussain, 2015; Heck, 2006; Makhasin, 2015; Rabasa, Benard, Schwartz, & Sickle, 2007, hal. 73–74; Zamhari, 2010, hal. 3–4). Lebih spesifiknya, beberapa hal yang ada di “*Potret Lanskap Harmoni dalam Proses Propagasi Sufisme di Warung Kopi Yogyakarta*” (Misbah, 2018b), akan coba direfleksikan ulang dalam tulisan ini, dengan mengajukan pertanyaan, bagaimana pengaruh sufisme terhadap masyarakat warung kopi? Pertanyaan ini merujuk pada

simpulan teoritiknya yang memandang interelasi harmonis di warung kopi disebabkan pengaruh sufisme yang didakwahkan. Penarikan simpulan yang terlalu cepat dan cenderung simplistik karena tidak melihat karakteristik utama masyarakat warung kopi.

Tentu saja, pertanyaan di atas tentang pengaruh sufisme terhadap masyarakat warung kopi tampak sulit dijawab dalam tulisan ini mengingat keterbatasan data yang diperoleh. Karenanya, tulisan pendek ini lebih memfokuskan untuk melakukan penggambaran atas dialog yang terjadi antara “pengajian Sufi” dengan “masyarakat warung kopi”. Dialog yang terjadi dalam satu ruang ini bukan merujuk pada adanya sesi “tanya jawab” yang diberikan oleh para Sufi kepada jamaahnya, atau kepada masyarakat warung kopi. Dialog yang ingin ditangkap dalam tulisan ini adalah bagaimana pemakaian simbol-simbol dari kedua belah pihak, atau media dakwah jika merujuk “pengajian Sufi”, yang kemudian memunculkan ekspresi yang ditampilkan oleh keduanya. Pertemuan dari kedua aktivitas kelompok sosial -Sufi dan masyarakat warung kopi- yang berjalan secara beriringan dalam satu ruang publik dan berbeda satu sama lain menjadi penting untuk dipahami dalam konteks perkembangan dan perubahan masyarakat muslim di Indonesia, dan secara tidak langsung berusaha memasuki tahapan awal untuk menjawab pertanyaan di atas.

Metode

Tulisan ini berbasis pada data penelitian yang dikumpulkan dari Januari hingga Agustus 2018 yang berlangsung di salah satu warung kopi di Yogyakarta, yaitu, Kafe Basabasi. Kendati secara formal warung tersebut memakai nama “kafe”, penulis lebih memilih menggunakan “warung kopi” merujuk pada pemakaian keseharian yang sering diucapkan oleh masyarakat. Pengamatan setiap hari dilakukan menjadi modal utama dalam tulisan ini untuk menggambarkan dialog yang terjadi antara “pengajian Sufi” dengan “masyarakat warung kopi”. Memang, kegiatan Sufi tersebut hanya berlangsung secara rutin satu Minggu sekali setiap hari Rabu dari Jam 20.00-22.00, namun penangkapan terhadap karakter sosial yang ada di warung kopi menjadi sesuatu yang fundamental sifatnya. Melalui penangkapan ini, pengambilan simpulan teoritik atas peran sufisme dapat dilakukan secara hati-hati dan lebih cermat, tidak seperti Misbah (2018b) sebelumnya. Di samping itu, penggambaran kehidupan sosial warung kopi yang lebih berbasis pada data keseharian juga dapat mempermudah untuk menangkap

prosesi dialog yang hanya berlangsung dalam waktu yang cukup singkat, kurang lebih dua jam setiap Minggunya.

Lebih lanjut, tulisan ini juga didukung dengan data-data penguat lain seperti foto, rekaman video, obrolan santai, pamflet, media sosial Kafe Basa-Basi, dan beberapa data lain yang mendukung untuk analisis. Beberapa data tersebut akan dinarasikan dalam tulisan ini secara sistematis untuk menangkap beberapa unsur material-sosial yang terlibat dalam peristiwa dialog Sufi dan masyarakat warung kopi. Beberapa unsur itu penting dipahami sebagai cara untuk melihat bagaimana proses dialog berlangsung dan kemungkinan-kemungkinan yang muncul dari hasil dialog tersebut, atau lebih tepatnya bagaimana peran dan kontribusi sufisme terhadap masyarakat Indonesia, khususnya yang berada di warung kopi.

Sebelum masuk ke pembahasan inti, penulis akan mencoba memaparkan lebih dulu tentang *trends* dari fenomena proliferasi sufisme saat ini. Pemahaman terhadap hal ini akan menjadi pengantar yang bisa memudahkan untuk masuk ke dalam pembahasan dakwah sufisme di warung kopi. Pembahasan dilanjutkan dengan narasi singkat tentang kecenderungan karakter utama dari kehidupan sosial di warung kopi. Pemahaman terhadap karakter ini diharapkan dapat menimbulkan kecermatan dan ke hati-hatian dalam memahami “dialog” yang berlangsung antara “pengajian Sufi” dengan “aktivitas masyarakat warung kopi”, sehingga proses penarikan simpulan teoritik bisa lebih akurat.

Wajah Baru Sufisme dan Masyarakat Muslim Indonesia

Dari awal masuk dan berkembangnya Islam, sufisme sudah menjadi salah satu elemen penting dalam menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk memeluk Islam (Jones, 1961). Posisi dan peran yang demikian bukan berarti tidak ada tantangan yang muncul terhadap eksistensi sufisme itu sendiri. Bentuk awal dan perkembangannya yang mayoritas cenderung berupa institusi tradisional, *tarekat*, terus menerima tantangan dari masa ke masa, terutama semenjak hadirnya kaum modernis pada Abad 19 (Howell, 2001, hal. 705–707). Beruntungnya, pesantren sebagai pusat pendidikan Islam masih mampu menjadi salah satu benteng yang kokoh untuk keberadaan sufisme (Zulkifli, 1994).

Terlepas dari berbagai faktor yang ada, jelasnya, sufisme masih hidup dan terus aktif hingga sekarang, bukan hanya di Indonesia namun juga di negara-negara mayoritas Muslim lainnya (Bruinessen, 2009). Sufisme hadir dengan tumpuan banyak orang yang demikian besar. Pembentukan formasi moral menjadi salah satu hal yang dianggap sebagai tuntutan yang paling sesuai terhadap sufisme dilihat dari doktrin dan praktek ajaran yang ada di dalamnya (Bano et al., 2015; Heck, 2006; Rabasa et al., 2007, hal. 73–74), meskipun logika harapan ini juga masih mendapat penolakan bagi sebagian sarjana (lihat Woodward, Umar, Rohmaniyah, & Yahya, 2013).

Harapan dan tuntutan yang muncul dari sebagian besar masyarakat terhadap sufisme menjadikannya mengalami perubahan penampilan yang lebih baru dan segar yang berbeda daripada sebelumnya, bahkan konten sufisme itu sendiri. Perubahan ini terjadi tidak disebabkan oleh doktrin dan praktek sufisme yang harus menyesuaikan zaman, melainkan lebih kepada kebutuhan masyarakat terhadap sufisme. Dapat dikatakan, luas dan melimpahnya pengetahuan dan praktek sufisme tidaklah sebanding dengan kebutuhan itu sendiri. Kebutuhanlah yang mengubah penampilan sufisme, karena tidak semua orang memiliki kebutuhan yang sama. Dari sisi penampilan, perubahan yang terjadi sebenarnya dan sederhananya hanya meliputi “jangkauan sufisme” dan “wadah yang mengakomodasinya”. Dua hal ini sebenarnya tidak dapat dipisah secara ketat karena keduanya selalu berjalan secara beriringan. Kedua perubahan inilah yang pada akhirnya mengantarkan sufisme menjadi salah satu kontributor besar terhadap fenomena keagamaan dewasa ini, yang biasa disebut dengan “Kebangkitan Islam” (Howell, 2001).

Dalam kondisi ini, “jangkauannya” mampu menunjukkan perubahan yang cukup signifikan dan kompleks yang belum pernah terjadi sebelumnya. Perubahan “jangkauan” yang dicapai olehnya tampak semakin melebar meliputi berbagai kategori, dari mulai latar belakang sosio-geografis, pendidikan, pekerjaan, kelas dan status sosial, bahkan usia: anak-anak muda kota, orang nakal, orang ruwet, orang pinggiran, Islam KTP, sampah masyarakat, preman, bahkan non-muslim, semuanya mampu menjadi objek dakwah selama beberapa dekade terakhir ini (misalnya, lihat Zamhari, 2009, 2010, 2013). Cakupan dakwah yang demikian luas tidak dapat dilepaskan dari peran seorang pemimpin yang bertanggung jawab terhadap penyebaran ajaran dan praktek sufisme yang diyakini dan diaplikasikan dalam kelompoknya. Kecerdasan dan kecermatan

pemimpin dalam melihat kebutuhan masyarakat terhadap dimensi spiritual yang fundamental sifatnya di tengah arus modernitas ini, menimbulkan beberapa dampak yang tidak bisa dihindari, seperti halnya medan jangkauan dan kelunturan relasi konfrontatif antara kaum tradisional dan modern.

Sehubungan dengan medan jangkauan, persebaran sufisme tidak hanya menempati masjid dan pesantren seperti yang berlaku umum sebelumnya. Sasaran dakwah yang demikian luas menimbulkan banyak ruang yang perlu dimanfaatkan untuk mempercepat dan mensukseskan diseminasi sufisme itu sendiri. Seperti halnya kampus-kampus yang mampu dijadikan sebagai tempat potensial untuk kegiatan dakwah, seperti yang dilakukan oleh Jamaat Tarbiyah atau “Santri Global”, organisasi Islam yang dipengaruhi oleh sufisme Hassan al-Banna (Machmudi, 2006, hal. 165–190). Tentu saja, penempatan ruang-ruang baru juga tidak bisa dilepaskan dari faktor-faktor lain yang juga mendukung kesuksesan penempatan ruang tersebut. Pemanfaatan media cetak, new media, musik, televisi, bahkan hingga pertunjukan seni lokal seperti *jaranan*, *reog*, *orkes melayu*, *leang-leong*, *ruwatan*, mampu berubah menjadi media alternatif untuk memperluas medan jangkauan (lihat Makhasin, 2015; Zamhari, 2010).

Dampak lain yang muncul adalah berkenaan dengan pertentangan kaum tradisional –yang biasa menjadi rumah besar tumbuh suburnya sufisme- dengan kaum salafi modern –yang populer dengan oposisi terhadap sufisme-, yang secara perlahan semakin melemah dan mulai luntur ditandai dengan munculnya pertukaran paham dari keduanya. Semenjak 1995, kaum modernis, dari organisasi Muhammadiyah khususnya, mulai menampilkan wajah baru dalam memandang sufisme. Penerimaan terhadap sufisme perlahan mulai ditunjukkan dengan catatan mengajarkan moralitas dan tidak bertentangan dengan syariat (Beck, 2014). Sebelum tahun itu, sebenarnya sudah muncul tokoh intelektual Muslim modernis yang sangat masyhur, Haji Abdul Malik Karim Amrullah atau lebih dikenal dengan Hamka, dan kemudian disusul oleh M. Arifin Ilham. Howell (2010) menyebut kedua figur ini dengan “Sufi Salafi”. Bukan hanya dalam organisasi Muhammadiyah, beberapa organisasi kelompok modernis lain seperti Jama’ah Tarbiyah juga menampilkan hal yang tidak jauh berbeda dengan Muhammadiyah. Kaum modernis gaya baru ini -sintesis antara gerakan reformasi Islam purifikatif dengan akomodatif- secara jelas terdeteksi terpengaruh oleh paham Sufinya

Hassan al-Banna. Mereka juga tidak menolak sufisme pada umumnya selama doktrin dan praktek yang diajarkan tidak berlawanan dengan syariat (Machmudi, 2006).

Yang perlu dicatat, bukan berarti penerimaan kelompok modernis terhadap sufisme menunjukkan pula adanya penerimaan terhadap wujud sufisme dalam bentuk tarekat. Banyak kelompok modernis yang masih “alergi” dengan perwujudan tasawuf dalam bentuk institusi tradisional ini (Howell, 2001, hal. 712, 2007, hal. 232). Dalam situasi demikian, Yayasan, Institusi, Seminar-Seminar, Kursus Intensif, atau Workshop Spiritual, semakin bermunculan di area perkotaan untuk melayani kebutuhan kaum urban terhadap spiritualitas (Howell, 2001, hal. 718–722, 2007). Keadaan demikian semakin menampilkan fleksibilitas sufisme dalam menghadapi arus modernitas saat ini. Sufisme mampu mewujudkan, meresap, dan menyatu bersama bentuk-bentuk baru yang diajukan atau muncul sebagai hasil dari kebutuhan manusia. Ada negosiasi antara manusia sebagai individu yang berkebutuhan dengan sufisme itu sendiri.

Bentuk atau “wadah” lain yang cukup populer dan bukan berupa tarekat adalah Majelis Zikir dan Shalawat. Arif Zamhari (2009, 2010, 2013) menjadi salah satu motor utama dalam mengangkat, mendeskripsikan, dan meneguhkan adanya kesesuaian dengan ajaran Islam -meskipun tidak berupa tarekat- sehubungan dengan doktrin dan praktek sufisme yang diadopsi dan disebarkan oleh Majelis Zikir dan Shalawat. Empat Majelis -Shalawat Wahidiyah, Dhikr al-Ghafilin, Istighasah Ihsaniyah, dan Nurul Mustafa- yang dikajinya sekaligus menandai adanya popularitas sufisme non-tarekat di Indonesia mengingat sasaran dakwah dari keempatnya meliputi area rural maupun urban. Selain Zamhari, ada Ebrima (2016) yang juga menghadirkan Majelis Shalawatan yang dipimpin oleh Habib Syekh. Majelis yang dipimpinnya sangat populer dan hampir semua masyarakat Indonesia familiar dengannya, mengingat jam terbang dakwahnya yang terbilang sudah lama dan hampir di setiap kota di Indonesia sudah disinggahnya untuk berdakwah dan bershalawatan.

Kendati muncul banyak wadah-wadah baru sebagai media untuk mempelajari dan menyebarkan paham sufisme, bukan berarti tarekat mengalami kemunduran atau bahkan hilang. Pada masa transisi ke Abad 21, tarekat tetap memainkan peran pentingnya di masyarakat dengan fungsi yang tidak terbatas pada persoalan keagamaan lagi. Problem-problem sosial dan psikologis yang banyak muncul di masyarakat modern

juga menjadi bagian penting dalam kinerja tarekat. Masyarakat urban mulai banyak tertarik untuk bergabung di dalamnya, tidak lagi hanya masyarakat rural (Bruinessen, 1994). Gaya rekrutmen baru yang ditunjukkan oleh kelompok-kelompok tarekat menjadi faktor penting dalam ketahanan eksistensi ini. Tidak mengejutkan juga ketika perubahan gaya ini juga menimbulkan partisipasi wanita dan anak-anak yang mulai meningkat jumlahnya dan menjadi hal yang umum di era modern, demikian juga partisipasi kelas menengah dan kelas atas terdidik (Howell, 2001, hal. 715–718).

Secara kelembagaan, tarekat juga mengalami perubahan dengan mengadopsi bentuk organisasi modern, salah satunya ditandai dengan munculnya struktur organisasi di dalamnya. Contoh paling jelas bisa dilihat pada gerakan transnasional tarekat Naqshbandi-Haqqani, kelompok tarekat yang berbasis di Amerika dan mempunyai asal-usul dari Damaskus, Syria. Tarekat yang menjadi subjek disertasi Luthfi Makhasin ini mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap pembentukan karakter kesalehan Muslim dan moralitas publik di Indonesia. Makhasin memandang bahwa peran kelompok tarekat seperti Naqshbandi-Haqqani sangat penting dalam konteks negara demokrasi seperti di Indonesia. Kehadiran kelompok ini dapat berkontribusi terhadap terciptanya *Cosmopolitan Pietism* (kesalehan kosmopolitan) yang mana hal ini bisa menjadi fondasi kultural yang kuat untuk membangun budaya demokrasi di Indonesia (Makhasin, 2015).

Paparan singkat di atas memberi gambaran bagaimana eksistensi sufisme yang masih bertahan, hidup dan aktif hingga saat ini. Banyak perubahan yang terjadi di dalamnya sebagai akibat tuntutan dan harapan yang muncul dari kebutuhan manusia modern terhadap dimensi spiritual. Efeknya, sufisme juga menjadi salah satu kontributor terhadap terciptanya fenomena keagamaan dewasa ini, atau biasa disebut dengan “Kebangkitan Islam” (Howell, 2001). Dalam konteks ini, “jangkauan” dan “wadah” menjadi dua perubahan penting yang patut diperhatikan dalam wajah sufisme dewasa ini. Perhatian terhadap hal ini bisa menjadi pengantar yang lebih mudah untuk memahami bagaimana fenomena sufisme yang terus menerus tumbuh di berbagai daerah dan tempat, seperti dakwah sufisme yang terjadi di warung kopi yang akan dibahas dalam tulisan ini.

Warung Kopi BasaBasi, Sufi Cak Kus, dan *Senandung Cinta*

Dalam beberapa literatur akademis, gambaran tentang warung kopi belum menunjukkan adanya penampungan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan keagamaan, dalam bentuk dakwah ataupun sekadar diskusi keagamaan (misalnya, baca Hattox, 1985). Namun, jika menyebutnya sebagai pusat informasi yang murah dan mudah bagi masyarakat, ini bukan lagi hal asing. Masa-masa awal -kira-kira Abad 17 dan 18- berdirinya warung kopi di Eropa, Inggris misalnya, telah mampu menambah fungsi warung kopi dari yang awalnya sebagai ruang sosial untuk minum dan melihat koleksi barang antik milik kaum elit, bertambah menjadi sebagai pusat belajar, tempat mendapatkan informasi, atau penyedia teks-teks berita terbaru atau koran (Cowan, 2005). Kondisi demikian tampak terjadi secara kontinu dan hampir setiap negara, khususnya area perkotaan, yang mempunyai warung kopi selalu saja menampilkan lanskap ini. Pada periode awal berdirinya Republik Turki, penolakan halus oleh pemerintah terhadap eksistensi warung kopi justru berdampak pada meningkatnya fungsi warung kopi itu sendiri, dari mulai kegiatan belajar mengajar, seminar-seminar, hingga penyebaran paham revolusi politiknya Kemal Attaturk (Öztürk, 2008). Kesamaan-kesamaan fungsi ini sekilas juga terjadi di Indonesia, *BasaBasi* khususnya, namun juga menyuguhkan perbedaan yang cukup menonjol dengan warung-warung kopi yang sudah dijelaskan.

Resmi dibuka pada akhir tahun 2017, berlokasi di Jalan Sorowajan Baru No. 11, Yogyakarta, *BasaBasi* menjadi salah satu Kafe (selanjutnya ditulis “warung kopi”) yang paling berbeda dari warung-warung kopi di sekitarnya, seperti *Blandongan*, *Joglo*, *Kopas*, *Nusantara*, *Kebon Laras*, *Gebol*, mungkin juga berbeda dengan seluruh warung kopi di Yogyakarta. Selain menawarkan kopi dan beberapa menu lain, warung kopi ini juga menawarkan “nuansa keagamaan” yang khas bagi para pengunjung. Banyak sekali fasilitas yang sengaja disediakan oleh pihak warung, misalnya; program Buka Puasa Gratis bagi yang berpuasa sunah Senin dan Kamis, perlengkapan Shalat yang selalu dikirim ke tempat cuci setiap bulan, Mushalla yang bersih, musik religius yang sering dinyalakan setiap pukul 13.00-15.00 WIB. Selain fasilitas, aturan juga diberlakukan kepada setiap pengunjung seperti halnya larangan minum alkohol di area warung – ruangan terbuka maupun tertutup-, meski penulis pernah menjumpai sekali ada yang

minum alkohol di ruangan terbuka (29 Maret 2018). Tentu saja, beberapa fasilitas dan aturan yang diterapkan sangat mendukung sekali bagi para pengunjung untuk mengekspresikan kepercayaan agamanya masing-masing, terutama yang beragama Islam. Lebih jauh, *BasaBasi* juga menyediakan kegiatan keagamaan berupa pengajian rutin setiap hari Rabu, di samping juga beberapa acara keagamaan lain seperti program Takjil gratis dan khataman al-Quran selama bulan Ramadhan (Mei-Juni).

Disediakannya fasilitas, aturan dan program di atas tidak bisa dilepaskan dari figur Edi Mulyono alias Edi AH Iyubenu alias Edi Akhiles sebagai pemilik warung, CEO Diva Press Group, juga kandidat doktor *Islamic Studies* di UIN Sunan Kalijaga. Latar belakangnya sebagai seorang santri menjadi tidak aneh apabila dorongan *ngalap* berkah dan menjaga kontinuitas relasi guru-murid (Misbah, 2018b, hal. 99) menjadi faktor utama atas munculnya fasilitas dan aturan tersebut.

Memang, tidak bisa dinafikan jika muncul asumsi tentang faktor lain bahwa semua agenda keagamaan di *BasaBasi* adalah bagian dari strategi pemasarannya mengingat warung ini baru berdiri akhir tahun 2017. Dan, bagaimanapun juga, warung kopi tetaplah ruang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat awam, kopi khususnya. Sementara berbagai peristiwa yang muncul di dalamnya, tidak lain atas pengaruh dari pemilik warung juga para pengunjung itu sendiri. Kembali ke soal bisnis, penulis belum bisa mengafirmasi kebenarannya karena data yang di dapat masih kurang begitu kuat.

Terlepas berkaitan dengan strategi bisnis atau tidak, yang paling jelas, ada pemberian ruang yang lebar bagi Kuswaidi Syafiie atau akrab disapa Cak Kus mulai awal tahun 2018 untuk menyampaikan pesan-pesan agama, terutama sufisme Jalaluddin Rumi (Misbah, 2018b, hal. 100–101), di warung kopi *BasaBasi*. Dukungan dari pemilik warung sebagai seorang santri –paling tidak adalah santrinya Cak Kus- menjadi faktor sentral atas terselenggaranya pengajian. Sebab tampaknya tidak semua staf yang bekerja setuju atas acara tersebut. Entah serius atau bercanda, manajer kedua *Basabasi*, Dani, pernah berucap kepada penulis menjelang pengajian, “*seharusnya Cak Kus libur dulu aja ya, ada timnas [Indonesia] main kan [kafe] sudah ramai. Cak Kus kan udah sering, timnas jarang-jarang.*” (15 Agustus). Karenanya, tanpa adanya dukungan ini, mungkin bisa jadi mendapat penolakan dari pihak warung, seperti yang terjadi di Mesir



Gambar 1
Dakwah Cak Kus dan Santrinya di *BasaBasi*



Gambar 2
Jama'ah/Pengikut Cak Kus yang sedang khusyuk mendengarkan ceramah Cak Kus di *BasaBasi*

(“Dakwah di Warung Kopi, Ketika Bersyiar tak Hanya di Masjid,” 2017), atau mungkin tidak begitu teratur dengan baik susunan acaranya dan cenderung mencari sendiri waktu yang tepat.

Pengajian itu sendiri menjadi salah satu agenda dakwah rutin *Majelis Sholawat & Tasawuf* yang dipimpin oleh Cak Kus di Yogyakarta. Sebagai seorang Sufi masyhur, juga prolific dalam menulis, lelaki kelahiran Sumenep ini memang tampak aktif sekali melakukan dakwah. Tercatat ada 10 agenda dakwah rutin dengan enam lokasi yang berbeda, mulai Pesantren, Masjid, Kampus, Keraton Yogyakarta, hingga Warung Kopi. Dari aktivitas ini pula, dia mampu menarik perhatian dari banyak lapisan masyarakat mulai dari santri, mahasiswa, pengusaha, elit keraton, hingga masyarakat warung

kopi. Untuk tempat yang terakhir ini, dapat dikatakan berangkat dari kejelian Cak Kus dalam membaca psikologi masyarakat warung kopi sebab bagaimanapun juga, dakwah yang dilakukannya di warung cukup singkat sekali, kurang lebih dua jam selama pengajian berlangsung. Kejelian ini dapat dikatakan hasil dari pengalaman *ngopininya* di beberapa warung kopi sebelum *BasaBasi* resmi buka, seperti di *Blandongan* dan *Mato* (obrolan santai dengan Kholis, murid Cak Kus, 4 Mei 2018, Ainur, Pengopi Sejati Sorowajan, 28 April 2018). Kendatipun tidak dapat dinafikan juga jika hal ini disebabkan atas kedalaman ilmunya tentang tasawuf, yang sangat kental sekali dengan pengetahuan sisi kejiwaan manusia.

Sebagai bentuk kesalehan “bagian dalam” atau non-legalistik (Howell, 2001), sufisme yang didakwahkan Cak Kus di *BasaBasi* bukanlah aktivitas yang dilakukan tanpa ada bantuan lainnya. Penyair sekaligus pengasuh Pondok Pesantren “Maulana Rumi” ini selalu didampingi para santrinya, dilengkapi dengan seperangkat elemen

material-sosial lain yang mampu mendukung tumbuhnya atensi masyarakat warung kopi terhadap sufisme, terutama kepada pengajian yang sedang berlangsung. Pengajian bertema *Senandung Cinta: Qasidah dan Kajian Burdah Imam Busyri, Ngolah Roso lan Jiwo*, dilengkapi dengan tarian sufi, vokalis wanita, grup musik, dan *fashion*.

Tarian sufi, vokalis wanita, sekaligus grup musik dalam sesi dakwah Cak Kus di warung kopi, selain menjadi bagian komponen instrumental penarik perhatian, semuanya juga menandai adanya pertalian Cak Kus dengan beberapa institusi lain di luar warung kopi. Hal ini dapat dilihat pada dua penari Sufi yang dibawa oleh Cak Kus. Memang, yang wanita adalah putri dari Cak Kus sendiri akrab dipanggil Datik, namun yang lelaki adalah santri dari pondok lain, Pesantren Wahid Hasyim, yang saat ini masih kelas 3 SMA bernama Kholis. Sama halnya dengan vokalis wanita, Nida Zahwa misalnya, selain aktif di media sosial seperti Youtube dengan *subscriber* yang sudah mencapai lebih dari 500, dia juga seorang mahasiswi UIN Sunan Kalijaga yang aktif di JQH Al-Mizan. Grup ini pula yang kerap kali mengikuti dakwah Cak Kus di berbagai daerah. Di *BasaBasi*, grup ini tampil tampak cukup ramping dengan alat musik yang tidak terlalu banyak, seperti *keyboard*, gitar dan beberapa alat lain (Penulis kurang begitu paham dengan alat-alat musik). Kendati semua elemen yang disebut di sini berasal dari institusi yang berbeda, semuanya tampak mampu melebur menjadi satu di bawah instruksinya Cak Kus. Instruksi yang muncul biasanya hanya dengan cara membunyikan nada awal dari *shalawat* atau lagu yang akan dinyanyikan, bukan aturan atau perintah tegas dari awal.

Lebih jauh, ada satu hal penting yang perlu dicermati lebih dalam tentang pengajian yang dipimpin oleh Cak Kus, yaitu *fashion*. Selain memakai baju kemeja pendek atau pun panjang, kadang kala Cak Kus memakai “kaos oblong” ditambah sorban di lehernya dengan bawahan sarung dan atasan peci (lihat Gambar 1). Sangat sederhana sekali dan mirip dengan para *pengopi* pada umumnya. Dari sini, tampak sekali ada upaya Cak Kus untuk menampilkan dirinya bahwa dia tidak jauh berbeda dengan masyarakat warung kopi dan menjadi salah satu bagian di dalamnya. Penampilan yang demikian dapat dikatakan sebagai salah satu hasil pembacaan psikologis Cak Kus terhadap masyarakat warung kopi, namun asumsi ini masih terlalu jauh, perlu tambahan data yang lebih kuat. Demikian juga apabila dikatakan proses

“intensifikasi keakraban” yang dibangun oleh pemimpin dalam berhubungan kepada masyarakat (Misbah, 2018a), data selama tujuh bulan masih kurang begitu kuat untuk melabeli gaya dakwah semacam ini, apalagi jika hanya berbasis literatur.

Semua elemen material-sosial di atas merupakan sebagian dari banyak perangkat penting lain yang turut membantu menumbuhkan perhatian dari masyarakat warung kopi. Dalam praksisnya, hadirnya berbagai elemen-elemen ini menjadikan aktivitas diseminasi sufisme yang awalnya berupa komunikasi eksklusif antara Cak Kus dengan Jamaahnya di warung kopi, kemudian semakin melebar kepada masyarakat warung kopi. Untuk melihat bagaimana Cak Kus mampu menarik perhatian masyarakat di warung secara general, dan bagaimana respons yang diberikan oleh masyarakat, bagian berikut akan menjadi pengantar penting untuk melihat lebih cermat dialog yang berlangsung dari keduanya.

Kehidupan Sosial di Warung Kopi *BasaBasi*

Untuk mengungkap aktivitas sosial yang berlangsung di warung kopi, perlu kiranya melihat dahulu apa saja yang ditawarkan oleh warung kopi *BasaBasi*. Penglihatan terhadap hal ini akan semakin mempermudah pemahaman terhadap beberapa aktivitas sosial yang muncul. Sebab bagaimanapun juga, masyarakat tidaklah masuk tanpa ada dialektika dengan beberapa elemen material yang ada di lingkungannya, warung kopi khususnya. Jelasnya, pertemuan individu dengan lingkungan akan memunculkan *penampilan diri* partikular dan temporal (baca Marranci, 2008). Masyarakat yang sangat beragam, memiliki latar belakang dan tingkat daya pikir yang berbeda, selalu menampilkan diri dan sikap yang berbeda satu sama lain. Meskipun tidak ada keseragaman dalam merespons lingkungan sekitar, bukan berarti keadaan demikian tidak memberi pemahaman lebih tentang kecenderungan utama yang muncul dari aktivitas atau kehidupan sosial di warung kopi, *BasaBasi* khususnya.

Meskipun terbilang masih sangat muda sejak resmi dibuka pada 18 November 2017, warung kopi ini mempunyai karakteristik yang unik dan berbeda dari warung kopi lainnya. Selain memiliki nuansa keagamaan yang khas, seperti yang diuraikan dalam sub-bab sebelumnya, *BasaBasi* juga mendesain tempatnya sebagai ruang yang

sangat mendukung untuk penyebaran informasi dan pengetahuan, terutama sastra dan literasi.

Desain ruangan yang menyediakan dua area tanpa kursi dan meja setinggi kira-kira 50 cm lebih dan luas kira-kira 3x3 meter persegi, membuat *BasaBasi* tidak pernah sepi dari acara publik mulai Januari hingga bulan Agustus, baik hasil kerja sama dengan institusi lain atau pun kerja sama dengan induk perusahaannya, Diva Press Group. Jika tidak salah hitung, tercatat lebih dari sebelas acara publik selama tujuh bulan berlalu, ditambah agenda rutin setiap hari Selasa (Musik) dan Rabu (Pengajian). Semua acara itu dapat diakses secara gratis oleh masyarakat umum. Beberapa figur prominan juga sering dihadirkan dalam acara-acara itu, seperti Goenawan Mohammad (2 Februari), Ulil Abshar Abdalla (4 Februari), dan Ivan Lanin (24 Maret). Menariknya, warung ini menolak jika diajak bekerja sama untuk menyelenggarakan agenda politik dan aktivitas yang berbau SARA. Kiki mengatakan, “*di sini kalau mau ngadain acara itu bebas, tapi kalau berbau politik dan SARA itu ya mohon maaf*”, (18 Juli 2018). Pernyataan ini memang di dukung oleh absennya agenda-agenda politik yang secara resmi diselenggarakan oleh pihak warung atau pun dari pemerintah selama penelitian ini berlangsung. Kondisi ini jelas berbeda dengan sejarah warung kopi di periode awal Republik Turki. Meskipun mempunyai fungsi yang sama sebagai pusat pendidikan nonformal, fungsi ini tidak lain adalah proyek jangka panjang pemerintah untuk menutup semua warung kopi yang ada. Semua aktivitas sosial di warung yang dianggap merugikan coba diganti dengan peningkatan literasi dan secara bersamaan juga dijadikan media alternatif pemerintah untuk menyebarkan ideologi revolusi Kemal Attaturk (Öztürk, 2008).

Desain ruangan yang memang mendukung untuk tumbuhnya iklim pendidikan nonformal menjadi wajar apabila muncul berbagai diskusi independen yang muncul di kalangan anggota masyarakat warung kopi, tanpa harus menunggu acara-acara yang ditawarkan oleh *BasaBasi*. Pemanfaatan buku di perpustakaan yang dapat dipinjam secara gratis dengan syarat meninggalkan KTP, teman yang berada semeja bersamanya, atau orang-orang asing yang baru dikenalnya, adalah beberapa variabel penting dari sekian banyak variabel lain yang sering kali mampu mendorong terciptanya konversasi dan interaksi timbal balik secara spontan dengan tema dan waktu yang tidak terbatas, tergantung kesepakatan tidak resmi yang dibangun oleh mereka yang terlibat. Sebagian

variabel ini memberi afirmasi terhadap apa yang dikatakan oleh Oldenburg (2013), bahwa pertukaran informasi dan pengetahuan dapat terjadi tidak selalu berkaitan dengan buku.

Umumnya, tema-tema yang dibahas berkaitan dengan sufisme, perkembangan politik, sejarah, isu agama, persoalan wanita, karya sastra, urusan pekerjaan, dan urusan *ke-jombloan*. Ekspresi muka serius dan tegang, bahagia dan tertawa, selalu muncul saat diskusi berlangsung dan berakhir dengan kosongnya konflik, meski semua yang terlibat di dalamnya berasal latar belakang sosial, pendidikan, geografis, pekerjaan, agama, daya pikir dan sikap yang tidak seragam. Mahasiswa dan dosen, tua dan muda, pengusaha dan pemimpin agama, Islam dan Kristen, dan berbagai lintas status sosial lainnya, semuanya mampu menampilkan dialog yang cukup dinamis, santai, mengalir, serius, tegang, bercanda, tanpa harus memunculkan konflik.

Terbebasnya latar belakang dan status sosial saat berbincang di warung kopi, adalah faktor utama absennya perseteruan. “*Di depan kopi, semua sama*”, tegas Fajri, pengopi rutin, kepada penulis (15 Maret 2018). Latar belakang dan status sosial seolah tidak bernilai sama sekali dalam persepsi masyarakat warung kopi, namun bukan berarti tidak ada penghargaan dan penghormatan. Dua hal ini seperti sudah tertanam kuat dalam diri masyarakat warung kopi dan tampaknya muncul hanya karena yang di depannya adalah manusia, tidak lebih.

Dari paparan di atas, bukan berarti jika desain “nuansa keagamaan” dan “pusat pendidikan nonformal” yang telah di *setting* sebagai pembeda utama *BasaBasi* dengan warung kopi lainnya, ruang publik ini dapat terlepas dari label kenikmatan (*pleasure*) dan kesantiaian (*leisure*) yang selama ini kerap menjadi ciri khas utama dalam budaya



Gambar 3

Lima lelaki yang sedang main kartu

konsumsi di warung kopi (Karababa & Ger, 2011; Kasnaeny et al., 2013; Syam et al., 2017), baik itu ditawarkan oleh pengelola maupun dibentuk oleh para pelanggan sendiri, namun tampaknya keduanya saling mempengaruhi satu sama lain.

Cx Konsumsi kenikmatan dan waktu luang terus berjalan bersamaan dengan jalannya persebaran informasi dan pengetahuan di warung kopi. Beberapa elemen material-sosial dapat menjadi pendukung atas pendapat ini, seperti wi-fi, stopkontak, TV dan proyektor. Fasilitas wi-fi dengan kecepatan rata-rata lebih dari 1 Mb per detik, jika kondisi warung tidak ramai pengunjung, baik yang gratis maupun membayar, memberikan banyak keuntungan bagi para pengunjung. Ini yang perlu digarisbawahi karena tidak semua masyarakat warung kopi membentuk perbincangan dan interaksi intens. Bahkan, meski dalam satu kelompok sedang asyik melakukan percakapan satu sama lain, terkadang salah satu anggota justru sedang asyik memanfaatkan wi-fi yang ada, baik digunakan untuk *game online* di HP android, mencari bahan-bahan menulis, unduh film, jelajah media-media sosial, untuk bekerja, atau lainnya.

Kecepatan wi-fi yang baik dan cenderung stabil masih di dukung dengan stopkontak yang jumlahnya hampir sebanding dengan jumlah kursi yang ada, baik di ruangan tanpa atap maupun yang beratap. Untuk ruangan yang beratap misalnya, untuk barisan meja selatan per mejanya tersedia satu stopkontak yang memuat enam soket, sedangkan di meja barisan tengah yang jauh dari tembok terdapat tiga tiang persegi yang masing-masing mempunyai empat stopkontak dengan per stopkontakya berisi enam soket. Bagi yang duduk jauh dari stopkontak, tersedia kira-kira 25 stopkontak lepas dengan kabel yang panjangnya kira-kira 1,5-2 meter, yang bisa dibawa dan dipindah ke mana-mana. Semua fasilitas ini sangat memudahkan bagi orang-orang yang sibuk dengan dunianya sendiri, khususnya bagi yang memanfaatkan wi-fi yang ada untuk kebutuhan HP atau laptop. Hampton dan Gupta (2013) menyebut orang-orang demikian telah menciptakan "*public privatism*" atau memprivatisasikan yang publik.

Selain Wi-fi dan stopkontak, disediakannya TV dan proyektor yang dilengkapi parabola juga menjadi beberapa fasilitas yang menyenangkan bagi masyarakat warung kopi. Biasanya, kedua layar ini dinyalakan pada saat pertandingan-pertandingan bola, baik nasional maupun internasional, tergantung permintaan dari masyarakat. Warung semakin sesak penuh pada saat pertandingan bergengsi seperti final Liga Champions (Minggu, 27 Mei 2018), final Piala Dunia (Minggu, 15 Juli 2018), dan Timnas Indonesia yang paling sering. Selain bola, biasanya TV dinyalakan untuk video-video klip musik dangdut, musik religi, musik pop Indonesia, musik Barat, dan sebagainya.

Semua aktivitas yang digambarkan secara singkat di atas, dari keagamaan hingga konsumsi kenikmatan dan kesenangan, semuanya mampu berjalan secara bersamaan dalam satu ruang tanpa ada yang merasa terganggu satu sama lain, bukan hanya pada saat pengajian berlangsung. Kebebasan menjadi kecenderungan utama dari kehidupan sosial di warung kopi, *BasaBasi* khususnya, dan semuanya tampak mendapat hak yang sama untuk berekspresi apapun atribut individu yang dimiliki di luar warung. Jadi, tidak mengherankan apabila Oldenburg (Oldenburg, 2013, hal. 19–20) menggariskan salah satu fungsi warung kopi adalah mampu berkontribusi terhadap terciptanya iklim demokrasi di masyarakat.

Dialog “Pengajian Sufi” dan “Masyarakat Warung Kopi”

Uraian dua sub-bab sebelumnya, baik tentang “pengajian sufi” maupun “masyarakat warung kopi”, sangat membantu untuk memahami bagaimana proses dialog dari kedua kelompok tersebut berlangsung. Perlu ditegaskan kembali bahwa dialog yang berlangsung bukan dalam bentuk sesi “tanya jawab” atau percakapan langsung antara “pengajian sufi” dengan “masyarakat warung kopi”. Dialog yang dimaksud merujuk pada pertemuan dari pemakaian simbol-simbol oleh keduanya dalam satu ruang, atau media dakwah jika merujuk “pengajian Sufi”, yang kemudian melahirkan ekspresi yang berbeda-beda dari anggota masyarakat warung kopi.

Dalam proses dialog, tentu saja ada yang mengawali dan ada yang mengakhiri, ada yang memberi umpan ada yang merespons. Karena di dukung oleh pemilik warung, dialog bisa dibilang sudah dimulai beberapa jam sebelum pengajian berlangsung, kira-kira pukul 18.00-19.00 WIB. Dalam waktu ini, fenomena rutin mingguan selalu di performakan oleh pihak pengelola dengan menata panggung acara untuk Cak Kus dan santrinya dari pemasangan spanduk, penyiapan alat-alat musik, *sound system*, dan seterusnya, di samping juga penyiapan ruang bagi Jama'ah dengan membentangkan beberapa tikar yang membentuk huruf “L” di depan panggung.

Dalam keadaan ini, respons masyarakat mulai bermunculan bahkan sejak sore bagi yang sudah mengetahui jadwal pengajian Cak Kus, bukan dalam bentuk negatif seperti keluhan atau positif seperti pujian, namun dalam bentuk aksi yang –setidaknya- dapat dipetakan menjadi beberapa bagian. *Pertama*, sebagian mulai memberi sinyal

bahwa dirinya pindah ke ruangan terbuka, dengan melihat suasana luar dan bangku kosong, kemudian membawa kopi, stopkontak, dan barang-barang lain yang dibawanya saat di warung. *Kedua*, sebagian lain menuju ke parkirannya untuk mengambil kendaraannya dan pergi meninggalkan *BasaBasi*. *Ketiga*, sebagian juga masih ada yang tetap menikmati suasana *BasaBasi*, duduk dan berkumpul bersama teman-temannya, menikmati berbagai fasilitas yang ada seperti wi-fi dan mengambil stopkontak yang sudah ditinggal oleh pemakai yang sudah pergi. Ini yang paling besar jumlahnya. Yang ketiga ini terjadi baik di ruangan beratap atau ruangan terbuka sebelah selatan dengan kapasitas 30an orang dan barat sekitar 70an orang. Dari tiga macam reaksi ini, yang kedua yang sering kali menampilkan arus balik. Dalam artian, mereka kembali lagi ke warung dengan berganti penampilan yang lebih rapi seperti memakai celana panjang atau sarung, baju kemeja, kadang kala juga memakai peci. Tanda hendak mengikuti pengajian. Fenomena ini biasanya diisi oleh para *pengopi* rutin harian. Namun ini tidak terlalu banyak jumlahnya.

Beberapa menit sebelum acara dimulai, Cak Kus datang bersama para santri yang siap menemaninya untuk memainkan alat-alat musik yang sudah disiapkan oleh pihak warung. Meski semua sudah difasilitasi, ini juga sekaligus menandai adanya perhatian lebih dari Cak Kus terhadap warung kopi. Jama'ah yang selalu antusias dan penuh perhatian untuk mendengarkan suaranya tidak lantas menjadikan Cak Kus puas. Usaha menarik perhatian lebih luas lagi di *BasaBasi*, melampaui jumlah Jama'ah yang sudah bersamanya, masih tampak begitu menonjol. Hal ini dapat dilihat dari munculnya perbedaan yang diberikan olehnya dibandingkan dengan berbagai agenda dakwah rutin yang dijalaninya di Yogyakarta.

Jika melihat serangkaian dakwah Cak Kus, warung kopi yang paling beda. Perbedaan ini terlihat pada selain topik kajian yang disajikan, juga ada performa musik dari Gambus Al-Mizan UIN Sunan Kalijaga yang dibawa bersamanya, yang mana grup musik ini biasanya hanya dibawa saat berdakwah di tempat tertentu yang tidak rutin. Tentu saja, bukan hal aneh lagi jika disebut ruangan dan suasana berhubungan erat dengan strategi dakwah. Tidak bisa semua tempat disamakan. Apa yang dilakukan Cak Kus mirip dengan pergerakan dakwah Majelis-Majelis lain di Indonesia yang kental dengan nuansa sufisme. Studinya Zamhari (Zamhari, 2010) sudah memberi gambaran mengenai hal ini, bagaimana semua Majelis yang dikajinya menampilkan cara yang

semuanya berbeda, ada yang memanfaatkan pemakaman sebagai tempat dakwah, ada pula yang memanfaatkan berbagai kesenian tradisional sebagai medium dakwah.

Bersama musik, dakwah di *BasaBasi* juga sekaligus mengisyaratkan adanya penghapusan “upaya paksa” dari Cak Kus dan pemilik warung kepada masyarakat warung kopi. Masyarakat masih bebas melakukan aktivitas seperti biasanya, main game, *chatting-an*, baca buku, *ngobrol* dan diskusi, atau menghadap laptop masing-masing. Tidak ada kenikmatan yang terenggut atas hadirnya pengajian sufisme.

Ada satu hal penting yang perlu dicatat sehubungan dengan musik yang ditampilkan Cak Kus. Seringnya performa musik yang kurang begitu memuaskan, apakah tidak serasi antara lagu dengan alunan musik, antara nada dari instrumen satu dengan instrumen lainnya, atau antara nada musik dengan penguat suara yang ada, kadang menimbulkan beberapa keluhan dari sebagian anggota masyarakat. Pengalaman penulis duduk bersama masyarakat pada umumnya, bukan bersama *Jama'ah*, kerap menangkap suara-suara kritis ini dalam waktu yang cukup singkat dan cepat, apakah diucapkan dengan nada halus atau dengan nada kasar. Memang, suara-suara ini tidak menghentikan proses pengajian yang sedang berlangsung karena tidak banyak yang mendengarnya kecuali orang-orang di dekatnya, di samping juga memang kecenderungan karakter masyarakat warung kopi yang mana jika tidak senang atau tidak setuju terhadap anggota masyarakat lain, bukan berarti konflik solusinya.

Dalam konteks ini, kelemahan yang ada tampak sudah diantisipasi sedari awal. Hadirnya vokalis wanita yang berpengalaman seperti Nida Zahwa, memberi kesan tersendiri bagi masyarakat, khususnya para lelaki. Suaranya yang merdu dan indah kerap kali mampu lebih membius sebagian besar masyarakat dibanding suara Nisa Sabyan, Via Vallen, atau Nella Karisma. Suaranya seolah mampu membangun pelupaan terhadap performa musik yang kurang begitu enak di dengar. Namun, bagaimanapun juga, frekuensi peristiwa ini biasanya lebih banyak disebabkan saat vokalis menyanyikan lagu-lagu yang sedang populer, seperti lagu-lagu shalawat yang dipopulerkan oleh kelompok musik Gambus Sabyan. Dalam keadaan semacam ini, banyak sekali para pengunjung yang mengalihkan perhatiannya sementara waktu untuk menyimak lantunan lagu tersebut, beberapa juga ada yang mengambil *handphone* untuk mengabadikan momen itu, baik dengan cara memotret atau dengan cara merekam

video. Dengan kata lain, ada relasi antara suara dan pengalaman dengan lagu yang dinyanyikan. Semuanya tidak bisa terpisah satu sama lain, terlihat ketika vokalis melantunkan shalawat sebagaimana biasanya, hampir minim reaksi protes dari masyarakat.

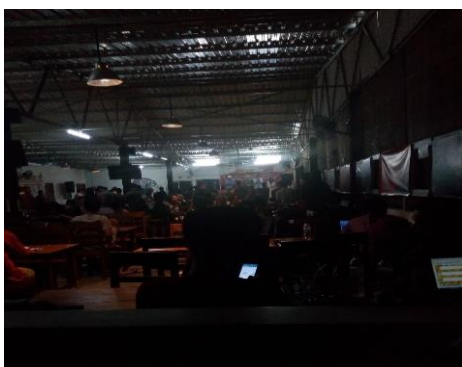
Penghadiran wanita dalam sesi dakwah yang mampu menarik banyak perhatian berhubungan erat dengan karakter sosio-psikologis masyarakat warung kopi, *BasaBasi* khususnya. “Wanita” seolah sudah membentuk diskursus tersendiri di *BasaBasi* sebagai dampak dari membludaknya *jomblo* di warung. Diskusi spontanitas tentang wanita yang menghabiskan banyak waktu, energi, dan pikiran sering kali bermunculan. Akibatnya, berbagai pengetahuan tentang “cinta” dan “wanita” cukup sering diproduksi

oleh kaum pengopi lelaki, sampai muncul berbagai konsep populer seperti “*galon*”, “*PDAM*”, “*sumber air*”. Dari konteks ini, kemungkinan besar kehadiran wanita dengan suara indah dan berpengalaman merupakan bagian dari strategi dakwah di warung. Ini masih proposisi dari penulis, bisa berubah sesuai temuan bukti-bukti baru di kedepannya.



Gambar 4

Suasana warung kopi saat pengajian berlangsung



Gambar 5

Situasi dari kejauhan saat *Mahalul Qiyam*, terlihat masyarakat yang masih asyik dengan kesibukannya

Lain halnya dengan para lelaki yang terbius oleh kehadiran vokalis wanita, para pengunjung wanita umumnya tertarik dengan kehadiran tari sufi yang diperankan oleh Datik (puteri Cak Kus) dan Kholis (santri Cak Kus sekaligus santri dari pesantren Wahid Hasyim). Tarian sufi ini biasanya memancing sinar *flash* HP dari kalangan wanita di warung kopi untuk dinyalakan dan diarahkan kepada penampilan mereka berdua. Tanda kamera berfungsi untuk memotret atau merekam.

Yang paling menarik, tentunya

respons masyarakat bersamaan dengan sesi Maulid Nabi dalam pengajian Cak Kus yang sampai pada tahapan *Mahalul Qiyam* (berdiri). Disinilah, reaksi beragam yang ditampilkan oleh masyarakat semakin tampak jelas terlihat, antara berdiri dan tidak. Yang berdiri, bukan berarti mereka semua mengikuti penuh prosesi ritual *Mahalul Qiyam*. Sebagian dari mereka banyak pula yang masih aktif dengan kesibukannya masing-masing, sembari main HP atau *ngobrol*, atau bahkan merekamnya. Demikian juga yang duduk, semua tetap melanjutkan rangkaian panjang kenikmatan yang dijalaninya tanpa ada yang terganggu satu sama lain. Sebagian dari fenomena *Mahalul Qiyam* sudah banyak digambarkan oleh Misbah (2018b) sebelumnya.

Mengenai *fashion* Cak Kus dan konten dakwah yang disampaikannya, penulis belum mampu membahas banyak di sini. Dalam sejarahnya, *fashion* memang menjadi salah satu komponen penting dalam dakwah seorang ulama (Misbah, 2018a). Namun, setiap ruang dan waktu tentunya juga memiliki kerangka penerimaan yang berbeda untuk berlakunya hal ini. Dalam konteks Cak Kus, ini masih memerlukan perhatian lebih jauh, intensif dan kontinu, tidak cukup hanya dalam tempo tujuh bulan dan hanya di warung kopi.

Demikian juga berkenaan dengan konten dakwah. Kendati Cak Kus mampu mengelaborasi antara teks (Burdah khususnya) dengan realitas di masyarakat, tetap saja masih menyisakan banyak kesulitan untuk menangkap berbagai reaksi yang muncul. Jumlah Jama'ah sekilas tampak tidak ada yang bertambah signifikan dari Minggu ke Minggu, cenderung stagnan. Lebih dari itu, setiap kali Cak Kus menyampaikan pengetahuannya, tampak belum memunculkan antusias dan rasa penuh perhatian dari masyarakat untuk mendengarkan seperti yang dilakukan para Jama'ah. Ada beberapa faktor mengapa penulis belum mampu membaca hal ini secara baik. *Pertama*, pengeras suara cukup menyulitkan untuk melihat relasi konten dakwah dengan perhatian masyarakat. Sebab kendati masyarakat masih tampak sibuk dengan aktivitasnya, kemungkinan salah satu dari mereka ada yang mendengarkan ceramah Cak Kus tanpa mengarahkan pandangan ke pengajian atau ikut bergabung langsung bersama para Jama'ah lainnya. Mata dan tangan memang fokus ke HP, namun pendengaran, hati, dan pikiran kemungkinan besar ikut menyimak pengajian yang berlangsung. *Kedua*, satu ruangan beratap yang mampu menampung lebih dari 200 orang menjadi faktor lain

yang menghambat untuk menyimak secara detail bagaimana dialog yang terjadi antara “pengajian Sufi” dengan “masyarakat warung kopi”, sebab keterbatasan penulis untuk melihat secara keseluruhan. Terlebih, pengajian hanya berlangsung dalam waktu yang sangat singkat. Melihat efek dari relasi kedua hal ini di luar pengajian bukanlah solusi yang tepat mengingat silih bergantinya para pengunjung. Demikian juga melakukan pengumpulan data cepat melalui kuesioner atau wawancara satu persatu, sama sekali bukan metode yang tepat untuk melihat fenomena rutin mingguan ini.

Simpulan

Berdasarkan paparan mengenai dialog dua kelompok sosial diatas –pengajian sufi dan aktivitas masyarakat warung kopi-, pengaruh sufisme di masyarakat, terutama dalam membangun harmoni, tampak belum begitu terlihat jelas ketika masyarakat warung kopi sebagai objeknya. Lanskap harmoni yang terjalin antar *jamaah/pengikut pengajian, pengopi, dan pengunjung*, seperti yang digambarkan oleh Misbah (2018b) sebelumnya, masih cukup lemah untuk mengatakan bahwa sufisme mempunyai kontribusi signifikan dalam menciptakan harmoni. Selain pemetaan tiga kategori sosial yang belum akurat secara sosiologis karena karakter masyarakat yang cenderung bebas dari status sosial, penguatan tesisnya tentang kontribusi sufisme juga masih lemah secara epistemologis mengingat tidak adanya perhatian khusus terhadap karakter utama masyarakat warung kopi. Tidak adanya pertimbangan ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk menampilkan relasi antara “pengajian Sufi” dengan “masyarakat warung kopi” dalam posisi yang mempengaruhi dan dipengaruhi, bukan saling mempengaruhi satu sama lain. Dalam bahasa lain, masyarakat digambarkan sebagai sekumpulan orang yang pasif, dan pengajian sebagai sekelompok orang yang aktif. Tentu ini kerangka pandang yang cukup disayangkan karena mengabaikan karakter utama dari salah satu kelompok.

Memang, ada perubahan formasi sosial yang terjadi saat pengajian berlangsung sebagai hasil pertemuan antara *kesalehan* dengan *kenikmatan* dan *kesantiaian*. Sederhananya, perubahan ini dapat dilihat pada banyaknya respons dan reaksi yang bermunculan menjelang dan pada waktu pengajian berlangsung, seperti pada waktu prosesi *Mahalul Qiyam* Maulid Nabi. Dalam kondisi ini, memang masyarakat yang bukan jama'ah ikut memberi penghormatan dan apresiasi yang tinggi terhadap

pengajian sufi. Namun fenomena semacam ini bukan berarti dapat dijadikan pijakan untuk mengatakan pengaruh sufisme. Pasalnya, tanpa adanya pengajian sufi pun, masyarakat warung kopi sudah terbiasa dengan perbedaan dan keragaman karena karakteristik utamanya yang cenderung bebas dari status sosial. Karakternya yang demikian menimbulkan kemudahan bagi anggota masyarakat untuk menjalin hubungan yang harmonis meskipun berasal latar belakang dan status sosial yang berbeda. Oleh karena itu, perlu peninjauan lebih dalam lagi sehubungan dengan kontribusi sufisme dalam membangun harmoni di masyarakat, khususnya di warung kopi.

Referensi

- Al-Arnā'ūṭ, M. (2012). *Min al-Tārīkh al-Ṣaqāfi li al-Qahwah wa al-Maqāhī*. Beirut: Jadawel.
- al-Jazirī al-Ḥanbalī, 'Abd al-Qādir ibn Muḥammad al-Anṣārī. (1826). 'Umdat al-Ṣafwah fi Ḥilli al-Qahwah. In S. de Sacy (Ed.), *Kitāb al-Anīs al-Mufīd li al-Tālib al-Mustafīd wa Jāmi' al-Syuzūr min Manzūmin wa Mansūrin* (Seconde Éd, hal. 138–169). Paris: A L'Imprimerie Royale.
- Bano, S., Sohail, M., & Hussain, S. S. (2015). Curbing Extremism through Sufism: A South Asian Perspective. *South Asian Studies: A Research Journal of South Asian Studies*, 30(1), 189–201.
- Beck, H. L. (2014). The Contested State of Sufism in Islamic Modernism: The Case of the Muhammadiyah Movement in Twentieth-Century Indonesia. *Journal of Sufi Studies*, 3, 183–219.
- Bruinessen, M. van. (1994). The Origins and Development of Sufi Orders (Tarekat) in Southeast Asia. *Studia Islamika*, 1(1), 1–23.
- Bruinessen, M. van. (2009). Sufism, 'Popular' Islam and the Encounter with Modernity. In M. K. Masud, A. Salvatore, & M. van Bruinessen (Ed.), *Islam and Modernity: Key Issues and Debates* (hal. 125–157). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Cowan, B. (2005). *The Social Life of Coffee: The Emergence of the British Coffeeshouse*. New Haven and London: Yale University Press.
- Dakwah di Warung Kopi, Ketika Bersyiar tak Hanya di Masjid. (2017). Diambil 14 September 2018, dari <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/04/04/onw60f320-dakwah-di-warung-kopi-ketika-bersyiar-tak-hanya-di-masjid>

- Hampton, K. N., & Gupta, N. (2013). Community and Social Interaction in the Wireless City: Wi-Fi Use in Public and Semi-Public Spaces. In A. Tjora & G. Scambler (Ed.), *Café Society* (hal. 147–172). New York: Palgrave Macmillan.
- Hattox, R. S. (1985). *Coffee and Coffeeshouses: The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East*. Seattle and London: University of Washington Press.
- Heck, P. L. (2006). Mysticism as Morality: The Case of Sufism. *The Journal of Religious Ethics*, 34(2), 253–286.
- Howell, J. D. (2001). Sufism and the Indonesian Islamic Revival. *The Journal of Asian Studies*, 60(3), 701–729.
- Howell, J. D. (2007). Modernity and Islamic Spirituality in Indonesia's New Sufi Networks. In M. van Bruinessen & J. D. Howell (Ed.), *Sufism and The Modern in Islam* (hal. 217–240). London: I.B. Tauris & Co. Ltd.
- Howell, J. D. (2010). Indonesia's Salafist Sufis. *Modern Asian Studies*, 44(5), 1029–1051.
- Ichwan, M. N. (2016). Neo-Sufism, Shariatism, and Ulama Politics: Abuya Syhaykh Amran Waly and the Tauhid-Tasawuf Movement in Aceh. In K. van Dijk & N. J. G. Kaptein (Ed.), *Islam, Politics and Change: The Indonesian Experience after the Fall of Suharto* (hal. 221–246). Leiden: Leiden University Press.
- Jones, A. H. (1961). Sufism as a Category in Indonesian Literature and History. *Journal of Southeast Asian History*, 2(2), 10–23.
- Karababa, E., & Ger, G. (2011). Early Modern Ottoman Coffeehouse Culture and the Formation of the Consumer Subject. *Journal of Consumer Research*, 37(5), 737–760.
- Kasnaeny, Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Rohman, F. (2013). Hedonic and Utilitarian Motives of Coffee Shop Customer in Makassar, Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 5(25), 75–81.
- Laffan, M. (2007). National Crisis and the Representations of Traditional Sufism in Indonesia: The Periodicals Salafy and Sufi. In M. van Bruinessen & J. D. Howell (Ed.), *Sufism and The Modern in Islam* (hal. 149–171). London and New York: I.B. Tauris & Co. Ltd.
- Machmudi, Y. (2006). *Islamising Indonesia: The Rise of Jemaah Tarbiyah and the Prosperous Justice Party (PKS)*. The Australian National University, Canberra.
- Makhasin, L. (2015). *The Politics of Contending Piety: Naqshabandi-Haqqani Sufi Movement and the Struggle for Islamic Activism in Contemporary Indonesia*. The Australian National University, Canberra.
- Marranci, G. (2008). *The Anthropology of Islam*. Oxford and New York: BERG.
- Mas'ud, A. (2011). *Dinamika Sufisme Jawa: Studi tentang Pemikiran Tasawuf KH. Saleh Darat Semarang dalam Kitab Minhaj al-Atqiya'*. UIN Sunan Ampel, Surabaya.

- Misbah, A. (2018a). *Fashion, Karisma dan Suara Ulama: Membaca Gaya Dakwah Kiai Shalih Darat*. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* (Vol. 9). Juli. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v9i1.2966>
- Misbah, A. (2018b). Potret Lanskap Harmoni dalam Proses Propagasi Sufisme di Warung Kopi Yogyakarta. *Harmoni: Jurnal Multikultural & Multireligius*, 17(1), 92–108.
- Oldenburg, R. (2013). The Café as a Third Place. In A. Tjora & G. Scambler (Ed.), *Café Society* (hal. 7–21). New York: Palgrave Macmillan.
- Öztürk, S. (2008). The Struggle over Turkish Village Coffeehouses (1923–45). *Middle Eastern Studies*, 44(3), 435–454.
- Rabasa, A., Benard, C., Schwartz, L. H., & Sickel, P. (2007). *Building Moderate Muslim Networks*. Santa Monica: RAND Corporation.
- Sarr, E. (2016). The Ritual of Slawatan and Neo-Sufism. *QUEST: Studies on Religion & Culture in Asia*, 1, 23–37.
- Sweetser, H. M. (2012). *A Chapter in the History of Coffee: A Critical Edition and Translation of Murtada az-Zabīdī's Epistle on Coffee*. The Ohio State University.
- Syam, H. M., Muslem, A., & Usman, B. (2017). A Survey on Young People's Purposes and Communications Activities in Coffee Shops in Banda Aceh. *Humanities & Social Science Reviews*, 5(2), 149–154.
- Woodward, M., Umar, M. S., Rohmaniyah, I., & Yahya, M. (2013). Salafi Violence and Sufi Tolerance? Rethinking Conventional Wisdom. *Perspectives on Terrorism*, 7(6), 58–78.
- Zamhari, A. (2009). The Majelis Dhikr of Indonesia: Exposition of Some Aspects of Ritual Practices. *Journal of Indonesian Islam*, 3(1), 122–147.
- Zamhari, A. (2010). *Rituals of Islamic Spirituality: A Study of Majelis Dhikr Groups in East Java*. Canberra: ANU E Press.
- Zamhari, A. (2013). Socio-Structural Innovations in Indonesia's Urban Sufism: The Case Study of the Majelis Dzikir and Shalawat Nurul Mustafa. *Journal of Indonesian Islam*, 7(1), 119–144.
- Zamhari, A., & Howell, J. D. (2012). Taking Sufism to the Streets: Majelis Zikir and Majelis Salawat as New Venues for Popular Islamic Piety in Indonesia. *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46(2), 47–75.
- Zulkifli. (1994). *Sufism in Java: The Role of the Pesantren in the Maintenance of Sufism in Java*. The Australian National University.