

Komodifikasi Islam dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan di Banten

*The Commodification of Islam in the Market Economy: Urban
Muslim Studies in Banten*

DOI 10.18196/AIJIS.2019.0096.82-112

YANWAR PRIBADI¹, ZAKI GHUFRON²

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten¹

Email : yanwar.pribadi@uinbanten.ac.id¹, zakighufron@yahoo.com²

.....

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menjelaskan hubungan timbal balik atau koeksistensi antara komodifikasi Islam dan ekonomi pasar pada masyarakat Muslim Banten. Penelitian antropologi politik ini menggunakan metode etnografi dengan fokus pada studi kasus lapangan (fieldwork case study) di Kota Serang dan Kota Cilegon, Provinsi Banten. Fokusnya adalah aktivitas-aktivitas masyarakat Muslim dan bentuk-bentuk keagamaan yang menjadi komoditas pasar di organisasi atau perkumpulan Muslim baik yang eksklusif maupun non-eksklusif dan juga pengajian di perkotaan. Argumen tulisan ini adalah bahwa upaya kelompok Muslim kelas menengah perkotaan untuk mempertahankan dan melestarikan identitas Islam yang “sesungguhnya” dengan kembali ke Alquran dan Sunnah telah terakumulasi dalam kekuatan yang menghadirkan tantangan bagi negara dan masyarakat secara luas. Di Banten, khususnya Kota Serang dan Kota Cilegon, sebagai daerah yang dipengaruhi oleh Kesultanan Banten di masa lalu, keduanya secara umum dikenal sebagai wilayah agama tradisional. Namun, kemunculan kelompok Muslim kelas menengah perkotaan baru yang kebanyakan bermigrasi dari kota-kota yang lebih besar dan lebih maju, juga munculnya generasi-generasi baru kaum Muslim di Kota Serang dan Kota Cilegon dan kota-kota lain di sekitarnya yang tinggal di perkotaan, telah secara signifikan mengubah lanskap ekspresi budaya dan agama dan tradisi Islam di kedua kota tersebut. Secara garis besar, perubahan di kedua kota tersebut salah satunya terlihat jelas pada komodifikasi agama—dalam hal ini Islam—dalam aspek ekonomi pasar di mana Islam, dalam beragam tingkat dan aspek, berinteraksi, bersaing, dan bernegosiasi dengan penetrasi ekonomi pasar yang

tak terhindarkan di mana pada akhirnya Islam dibuat menjadi komoditas dan bagaimana pemeluknya membuatnya menjadi masuk akal.

Kata kunci: Komodifikasi Islam, Ekonomi Pasar, Muslim Perkotaan, Kota Serang, Kota Cilegon, Banten

ABSTRACT

This paper aimed to explore and explain the interrelationship or coexistence between the commodification of Islam and the market economy in the Bantenese Muslim community. This study of political anthropology used ethnographic methods with a focus on fieldwork case studies in the City of Serang and Cilegon, in the Province of Banten. The focus was on the activities of Muslim communities and religious forms that became market commodities in Muslim organizations or associations, both exclusive and non-exclusive, as well as urban Islamic congregations (pengajian). This paper argued that the efforts of urban middle-class Muslim groups to maintain and preserve a "true" Islamic identity by returning to the Quran and the Sunnah had increased significantly and posed challenges to the state and society massively. In Banten, specifically the City of Serang and the City of Cilegon, as areas influenced by the Sultanate of Banten in the past, both are generally known as traditional religious territories. However, the emergence of new urban middle-class Muslim groups who mostly migrated from more prominent and more developed cities, as well as the emergence of new generations of Muslims in the City of Serang and the City of Cilegon and other surrounding towns that live in urban areas, had significantly changed the landscape of cultural and religious expressions and Islamic traditions in both cities. In general, one of the changes in the two towns was in the commodification of religion—in this case Islam—in aspects of the market economy where Islam, in varying degrees and aspects, interacts, contends, and negotiates with the inevitable penetration of the market economy wherein the end Islam turned into a commodity and how its adherents made sense of it.

Keywords: Islamic Commodification, Market Economy, Urban Muslims, the City of Serang, the City of Cilegon, Banten

PENDAHULUAN

Artikel ini mengeksplorasi dan menjelaskan hubungan timbal balik atau koeksistensi antara komodifikasi Islam dan ekonomi pasar pada masyarakat Muslim Banten di Kota Serang dan Kota Cilegon, Provinsi Banten. Penelitian antropologi politik ini menggunakan studi kasus lapangan (*fieldwork case study*) di Kota Serang dan Kota Cilegon dengan fokus pada aktivitas-aktivitas masyarakat Muslim perkotaan Banten dan bentuk-bentuk keagamaan yang menjadi komoditas pasar. Penelitian lapangan yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi dilakukan di organisasi atau perkumpulan Muslim baik yang eksklusif maupun non-eksklusif, organisasi sosial/amal Muslim, dan pengajian perkotaan yang berlokasi di Kota Serang dan Kota Cilegon. Sasarannya adalah Muslim kelas menengah yang terlibat

aktif dalam proses komodifikasi Islam dan pembentukan ekonomi pasar.

Komodifikasi (*commodification*) menurut *The Oxford English Dictionary* (1989) adalah tindakan mengubah sesuatu menjadi, atau memperlakukan sesuatu, sebagai komoditas; komersialisasi sebuah aktivitas, dan lain sebagainya yang tidak alami secara komersial. Pada mulanya komodifikasi hanya mencakup hal-hal seperti perburuhan, tanah, urusan kesehatan, dan kesenian. Namun, dalam perkembangannya agama dan simbol-simbol keagamaan juga dikomodifikasi oleh masyarakat. Oleh karena itu, secara ringkas, komodifikasi Islam berarti suatu proses di mana norma-norma dan nilai-nilai sakral keislaman telah dikembangkan menjadi komoditas yang diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui mekanisme ekonomi pasar. Menurut Pattana Kitiarsa, komodifikasi keagamaan telah membentuk dimensi krusial dalam pembentukan aspek-aspek keagamaan dan budaya di Asia saat ini. Ia telah menghasilkan keyakinan yang mendapat dukungan dari komersialisasi barang dan jasa keagamaan yang intensif yang bersifat tidak alami secara komersial. Komodifikasi telah mengubah simbol-simbol kunci agama-agama di Asia menjadi barang-barang ekonomi dalam “pasar keyakinan” (*the market of faiths*) di mana ia beroperasi di pasar yang termanifestasi dalam momen-momen ‘ekonomi simbolis’¹.

Di Indonesia, komodifikasi Islam semakin terlihat dan berkembang dengan pesat sejak Reformasi politik 1998 yang menghasilkan daerah-daerah desentralisasi baru. Desentralisasi yang dimulai secara terstruktur sejak 1999 telah menghasilkan daerah-daerah administratif baru, termasuk provinsi-provinsi baru yang merupakan hasil dari pemekaran. Hingga tahun 1998 hanya ada 27 provinsi, sementara itu, setelah pemekaran, saat ini pada tahun 2019 ada 34 provinsi di Indonesia. Daerah-daerah baru tersebut diharapkan dapat menghasilkan komoditas publik seperti infrastruktur transportasi, pekerjaan, akses pendidikan, dan pertumbuhan ekonomi pasar yang pesat yang menyediakan barang dan jasa baru. Akibatnya, terjadi kemunculan kelas menengah baru dan penguatan kelas menengah lama yang berkontribusi terhadap transformasi sosial-ekonomi dan sosial-budaya daerah-daerah baru tersebut.

Provinsi Banten yang dibentuk pada tahun 2000 merupakan daerah hasil pemekaran dari Provinsi Jawa Barat, dan merupakan dampak nyata kebijakan desentralisasi yang telah dijalankan oleh pemerintah Indonesia. Dua kota yang menjadi lokasi penelitian di Provinsi Banten adalah Kota Serang yang terbentuk pada tahun 2007 dan Kota Cilegon yang terbentuk

sebagai kota administratif pada tahun 1987 dan sebagai kota pada tahun 1999. Kota Serang adalah ibukota Provinsi Banten yang memiliki banyak pusat perdagangan dan jasa yang sedang berkembang pesat, sedangkan Kota Cilegon adalah kota industri yang juga memiliki banyak pusat perdagangan dan jasa yang perkembangannya sangat pesat setelah Banten menjadi provinsi.

Secara umum, keduanya adalah kota yang sedang mengalami pertumbuhan perekonomian yang sangat pesat dengan diringi oleh pertumbuhan kelas menengah baru. Di kedua kota tersebut, pertumbuhan perekonomian yang paling terlihat adalah bermunculannya perumahan-perumahan kelas menengah baru yang diiringi oleh berdirinya pusat-pusat perbelanjaan modern. Pertumbuhan keduanya adalah hasil dari pertumbuhan penduduk, baik pertumbuhan alami dari kelahiran maupun terutama dari pertumbuhan penduduk yang berasal dari proses migrasi, dan juga pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan penduduk tersebut memunculkan kelas menengah perkotaan baru yang mayoritas adalah Muslim. Kehadiran masyarakat Muslim kelas menengah baru tersebut akhirnya menghasilkan dampak komodifikasi Islam yang di antaranya tercermin dari kemunculan dan perkembangan organisasi atau perkumpulan Muslim baik yang eksklusif maupun non-eksklusif, organisasi sosial/amal Muslim, pengajian eksklusif, toko busana Muslim, dan restoran atau kafe 'Muslim', dan lain-lain di mana komodifikasi Islam diproduksi dalam konteks budaya spesifik yang inovatif dan melekat dalam trajektori lokal-global dari ekonomi pasar dan ekspresi keagamaan *post-modernism*.

Kemunculan Muslim kelas menengah perkotaan baru ini secara langsung dan tidak langsung membuat Islam menjadi komoditas dan juga menciptakan konsumerisme Islam dan Muslim yang konsumtif. Perubahan sosial di tingkat lokal ini juga pada akhirnya berpengaruh terhadap proses Islamisasi politik yang sedang berjalan di seluruh pelosok Indonesia, di antaranya adalah dalam proses politik elektoral di mana calon anggota badan legislatif atau eksekutif (kepala daerah) dalam upayanya untuk terpilih harus mampu menampilkan citra Muslim yang ideal. Ada dua pertanyaan utama yang diajukan dalam artikel ini, yaitu bagaimanakah koeksistensi antara komodifikasi Islam serta ekonomi pasar dan tumbuhnya Muslim kelas menengah baru di Kota Serang dan Kota Cilegon serta bagaimanakah pengaruh koeksistensi antara komodifikasi Islam dan ekonomi pasar terhadap kondisi politik, ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat Muslim Banten.

Kami berpendapat bahwa upaya kelompok Muslim kelas menengah perkotaan untuk mempertahankan dan melestarikan identitas Islam yang “sesungguhnya” dengan kembali ke Alquran dan Sunnah telah terakumulasi dalam kekuatan yang menghadirkan tantangan bagi negara dan masyarakat secara luas. Di Banten, khususnya Kota Serang dan Kota Cilegon, sebagai daerah yang dipengaruhi oleh Kesultanan Banten di masa lalu, keduanya secara umum dikenal sebagai wilayah agama tradisional. Namun, kemunculan kelompok Muslim kelas menengah perkotaan baru yang kebanyakan bermigrasi dari kota-kota yang lebih besar dan lebih maju, juga munculnya generasi-generasi baru kaum Muslim di Kota Serang dan Kota Cilegon dan kota-kota lain di sekitarnya yang tinggal di perkotaan, telah secara signifikan mengubah lanskap ekspresi budaya dan agama dan tradisi Islam di kedua kota tersebut. Secara garis besar, perubahan di kedua kota tersebut salah satunya terlihat jelas pada komodifikasi agama—dalam hal ini Islam—dalam aspek ekonomi pasar di mana Islam, dalam beragam tingkat dan aspek, berinteraksi, bersaing, dan bernegosiasi dengan penetrasi ekonomi pasar yang tak terhindarkan di mana pada akhirnya Islam dibuat menjadi komoditas dan bagaimana pemeluknya membuatnya menjadi masuk akal.

Di dalam tulisan ini kami menunjukkan bahwa organisasi-organisasi keagamaan dan pengajian-pengajian di kompleks perumahan telah menjadi tempat yang signifikan untuk mendiskusikan, mempraktikkan, dan menyebarkan kombinasi budaya pop dan Islam “sesungguhnya” oleh kelas menengah Muslim yang kebanyakan tidak memiliki latar belakang pendidikan Islam dan yang relatif baru dengan ide-ide ajaran Islam. Pembuatan otoritas keagamaan secara terus-menerus melibatkan interaksi yang rumit antara dua sisi: ekspresi lokal Islam dan pemahaman dan praktik-praktik Islam asing. Akibatnya, telah terjadi fragmentasi umat, suatu kondisi yang diperburuk oleh polarisasi politik yang merajalela sejak pemilihan presiden 2014.

Secara garis besar, kondisi seperti yang terjadi di Kota Serang dan Kota Cilegon tidaklah unik untuk kasus Indonesia karena kondisi seperti itu dapat juga kita amati di kota-kota besar lainnya, seperti di Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Medan, atau Makassar. Yang menarik adalah bahwa sebagai daerah yang dulunya pernah dikenal sebagai wilayah keagamaan tradisional yang dipengaruhi oleh sebuah kerajaan Islam, Kota Serang dan Kota Cilegon tidak luput dari pengaruh budaya pop Islam dan Islam “sesungguhnya” yang diusung oleh kelompok Muslim kelas mene-

ngah perkotaan di Indonesia. Artinya, secara garis besar komodifikasi Islam dalam ekonomi pasar yang sedang terjadi pada Muslim perkotaan Banten turut membantu menjelaskan fenomena umum yang terjadi di Asia di mana menurut Kitiarsa ada 'alur rasional' yang membuat agama-agama di Asia dapat membentuk hubungan yang intim dengan ekonomi pasar melalui proses modernisasi². Tulisan kami ini berkontribusi dalam penguatan proposisi tersebut, sekaligus berkontribusi memberikan penekanan bahwa proses koeksistensi antara komodifikasi Islam dan ekonomi pasar dapat terjadi pada masyarakat di mana mereka sebelumnya secara sangat kuat dipengaruhi oleh budaya keagamaan yang tradisional, seperti yang terjadi pada komunitas Muslim Banten di Kota Serang dan Kota Cilegon.

KOMODIFIKASI ISLAM DAN EKONOMI PASAR

Indonesia telah mengalami perkembangan yang cepat dan fundamental dalam hubungan antara Islam, ekonomi, dan politik sejak runtuhnya Orde Baru pada tahun 1998. Kondisi tersebut telah memunculkan Islamisasi politik yang diekspresikan dalam, di antaranya, penerapan hukum Islam lokal dalam konteks demokratisasi; pertumbuhan Islam politik atau Islamisme³ yaitu Islam sebagai ideologi politik, bukan Islam sebagai agama atau teologi; dan pertumbuhan fundamentalisme Islam politik modern yang mengklaim dapat menciptakan (kembali) masyarakat Islam yang sesungguhnya⁴.

Islamisasi politik di Indonesia telah memunculkan sebuah teka-teki besar. Di satu sisi, dukungan politis terhadap partai-partai Islam (dan yang secara tidak langsung bernuansa Islam) telah mengalami penurunan yang konstan sejak 1998 ketika Indonesia menjadi negara demokrasi. Di sisi lain, di Indonesia telah muncul Islamisasi politik seperti yang diekspresikan dalam penerapan peraturan daerah (perda) syariah di seluruh pelosok negeri. Selanjutnya, di satu sisi, perkembangan Islam dalam bidang hukum dan politik mengindikasikan bahwa Islam Indonesia telah menjadi sangat konservatif atau radikal. Namun, di sisi lain, perkembangan komodifikasi Islam, konsumerisme, dan pertumbuhan kelas menengah telah membentuk budaya dan pemikiran keagamaan yang lebih fleksibel⁵.

Komodifikasi keagamaan mengubah agama menjadi barang dan jasa yang dapat dipasarkan dan membawa mereka menuju skala dan mode transaksi pasar. Proses seperti itu berlawanan dengan kedudukan rasional yang diadopsi oleh para ahli teori sekularisasi yang memprediksi bahwa

agama akan mengalami penurunan yang signifikan sebagai sebuah determinan aksi sosial ketika masyarakat dan individu mengalami modernisasi dan sekularisasi, seperti yang terlihat dalam fenomena menurunnya tingkat keyakinan publik terhadap Tuhan, menurunnya kepercayaan kepada hal-hal yang bersifat mistis dan supranatural, dan berkurangnya tingkat kehadiran jemaah tempat ibadah. Dengan kata lain, modernisasi mengarahkan masyarakat kepada menurunnya tingkat keberagamaan masyarakat⁶. Menurut Peter Berger, Amerika, Asia dan seluruh dunia, dengan pengecualian Eropa Barat dan Eropa Utara, menjadi semakin religius⁷. Kini, bahkan agama sedang menjalin hubungan yang intim dengan ekonomi pasar melalui proses modernisasi. Komodifikasi menjelaskan makna agama sebagai komoditas pasar dan pertukaran dalam pasar spiritual

Studi Greg Fealy dan Sally White mendiskusikan praktik-praktik keislaman sehari-hari di luar batasan-batasan tradisional konservatif selama ini. Di buku tersebut, diskusi-diskusi tentang Islam di Indonesia dipresentasikan sebagai tiga nilai yang berbeda, yaitu ekspresi kesalehan individu (*individual expression of piety*); ekspresi politik, sosial, dan hukum Islam (*political, social, and legal expression of Islam*); dan pasar (*market*). Dalam mendiskusikan ekspresi kesalehan Islam individual, sebuah cara baru mengekspresikan Islam kini cenderung lebih berorientasi ekonomis karena hal tersebut berhubungan dengan makna tradisi Islam baru dalam hal konsumerisme dan teknologi. Di bagian terakhir buku tersebut, fokus diskusi adalah mengenai ekonomi Islam atau pembiayaan Islam dalam tingkat ekonomi mikro.

Sejauh ini, berkaitan dengan Islam sebagai produk atau komoditas, ada lima sektor yang menjadi produk yang paling banyak dikonsumsi di negara-negara Muslim. Yang paling utama adalah pembiayaan pasar Islam yang diikuti oleh makanan halal, produk kecantikan halal, pariwisata Islam, dan terakhir adalah obat-obatan halal. Mengingat pentingnya produk-produk tersebut, pengeluaran yang dibelanjakan oleh Muslim di seluruh dunia di sektor-sektor tersebut adalah sekitar satu per tiga dari total seluruh pembelanjaan dunia. Persentase ini akan terus naik setiap tahunnya di masa yang akan datang. Dengan pola-pola yang menjanjikan seperti ini, bisnis “Islami” ini diprediksi akan bertambah berkali-kali lipat di masa yang akan datang.

Di Indonesia konsumsi yang terus naik ini dimulai sejak tahun 1970 ketika pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat meningkat. Akibat pertumbuhan ekonomi, perbaikan infrastruktur dan penguatan

akses pendidikan, masyarakat terdorong untuk melakukan urbanisasi yang akhirnya membuat jumlah masyarakat yang berpendidikan meningkat. Pertumbuhan ekonomi tersebut pada akhirnya membuat produk-produk Islam diiklankan dan disebarluaskan di masyarakat. Produk-produk tersebut di antaranya adalah jasa, publikasi, kosmetika, pakaian, perjalanan (wisata) religi, dan makanan. Dalam jangka waktu dua dekade, pasar religi mencapai banyak orang, menghasilkan permintaan yang tinggi, dan menciptakan dampak yang besar⁸. Di antara budaya pasar komersialisme dan konsumerisme Islam global, pasar religi di Indonesia adalah pasar yang potensial mengingat Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia sekaligus negara demokrasi terbesar ketiga di dunia. Oleh karena itu, Indonesia benar-benar telah menjadi pasar potensial dengan potensi terus bertambahnya konsumen di masa yang akan datang.

PERKEMBANGAN POLITIK, EKONOMI, SOSIAL, DAN BUDAYA BANTEN

Banten adalah sebuah provinsi di Tatar Pasundan yang merupakan wilayah paling barat di Pulau Jawa. Provinsi ini pernah menjadi bagian dari Provinsi Jawa Barat, tetapi ia menjadi wilayah pemekaran sejak tahun 2000 dengan keputusan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000. Pusat pemerintahannya berada di Kota Serang. Pada tahun 2017, Provinsi Banten memiliki penduduk sebanyak 12.448.160 jiwa.

Secara historis, Banten memiliki budaya yang berbeda dari daerah lain di Jawa dan kepulauan Indonesia yang lebih luas. Dalam beberapa tahun terakhir, separuh bagian utara, khususnya daerah-daerah dekat Jakarta dan pesisir Laut Jawa, telah mengalami peningkatan pesat dalam populasi dan urbanisasi, sementara bagian selatan, khususnya yang menghadap Samudra Hindia, mempertahankan lebih banyak karakter tradisionalnya.

Banten terletak di dekat jalur laut strategis Selat Sunda yang menghubungkan Australia dan Selandia Baru dengan Asia Tenggara. Selain itu, Banten adalah penghubung antara Jawa dan Sumatera. Dikaitkan dengan posisi geografis dan juga pemerintahan, Tangerang (Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan) adalah daerah penyangga untuk Jakarta. Secara ekonomi, wilayah Banten memiliki banyak kawasan industri. Provinsi Banten juga memiliki beberapa pelabuhan laut yang dikembangkan sebagai antisipasi untuk menangkap kelebihan kapasitas pelabuhan di Jakarta, dan dimaksudkan untuk menjadi alternatif ke pelabuhan Singapura.

Posisinya yang terletak di ujung barat Jawa membuat Banten menjadi pintu gerbang ke Jawa dan Sumatera dan daerah-daerah yang berdekatan dari Jakarta yang merupakan ibu kota negara. Posisi strategis ini tentunya menyebabkan Banten menjadi penghubung utama jalur perdagangan Sumatera – Jawa, bahkan sebagai bagian dari sirkulasi perdagangan Asia dan internasional serta lokasi aglomerasi ekonomi dan potensi permukiman. Batas wilayah utara yang berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah barat dengan Selat Sunda, serta di bagian selatan dengan Samudra Hindia, membuat kawasan ini memiliki potensi sumber daya laut yang besar.

Di Kota Serang dan Kota Cilegon, kebangkitan Muslim perkotaan disebabkan oleh kenyataan bahwa kota ini telah berkembang pesat sejak awal tahun 2000-an dan ketika Kota Serang menjadi ibukota Provinsi Banten. Setelah jatuhnya rezim Orde Baru pada tahun 1998, Indonesia telah menyaksikan kemunculan provinsi baru dan perubahan pola politik regional. Retorika yang paling umum tentang pembentukan daerah administratif baru adalah bahwa mereka meningkatkan efisiensi ekonomi dan demokrasi. Daerah administrasi baru diharapkan dapat menyediakan barang-barang publik seperti infrastruktur transportasi, pekerjaan dan peluang, dan sistem pendidikan yang mudah diakses, sehingga daerah-daerah tersebut akan menyaksikan semakin kompleks dan terspesialisasinya penyediaan barang dan jasa. Akibatnya, muncul kelompok kelas menengah baru dan penguatan yang lama yang berkontribusi pada transformasi sosio-ekonomi dan sosial-budaya. Kelompok kelas menengah baru dan lama terutama terdiri dari umat Islam sebagai elit politik tingkat lokal, pejabat dan pegawai lembaga negara pusat dan daerah, pengusaha, pegawai negeri, dan pekerja kerah putih lainnya.

Sebelumnya sebagai sebuah kabupaten berukuran menengah dan sebagai sebuah kota administratif, Kota Serang dan Kota Cilegon telah menyaksikan pertumbuhan kaum Muslim kelas menengah dan pada gilirannya memberi kontribusi pada bangkitnya komersialisme dan konsumerisme Islam. Berbagai layanan dan barang di bawah label Islam telah ditetapkan karena tingginya permintaan, membuat citra daerah tersebut dikenal sebagai salah satu daerah yang ditandai dengan komodifikasi Islam yang kuat.

Di kota yang baru berkembang tersebut, umat Islam di Kota Serang dan Kota Cilegon telah berkontribusi terhadap peningkatan konsumsi barang-barang keagamaan yang berkisar dari berbagai layanan, publikasi, kosmetik, pakaian, perjalanan keagamaan, dan pariwisata dan makanan.

Sejak tahun 1998, pasar agama telah menjangkau banyak orang dan menciptakan dampak besar dan permintaan yang tinggi. Hal ini bisa terjadi tidak hanya di Kota Serang dan Kota Cilegon. Singkatnya, kemunculan provinsi baru telah memberi kontribusi pada pertumbuhan Muslim kelas menengah dan komodifikasi Islam.

JALINAN ANTARA KOMODIFIKASI ISLAM DAN EKONOMI PASAR DI KOTA SERANG DAN KOTA CILEGON

Bagian ini menjelaskan tentang unsur-unsur komodifikasi Islam dan ekonomi pasar di Kota Serang dan Kota Cilegon dan produk-produk serta bentuk-bentuk komodifikasi Islam dan ekonomi pasar di kedua kota tersebut. Selain itu, bagian ini juga menjelaskan tentang bagaimana sikap sosial-politik kelompok Muslim kelas menengah perkotaan yang sedang tumbuh saat ini di seluruh daerah perkotaan di Indonesia.

Sebagian besar kelompok-kelompok Muslim perkotaan, dengan latar belakang kelas menengah, pada umumnya adalah pendukung fanatik populisme Islam. Mereka cenderung merindukan sebuah dunia ideal dengan menciptakan cara hidup Islam mereka sendiri dan cenderung menolak tradisi Islam yang ada yang mereka anggap tidak sesuai untuk Muslim yang "sesungguhnya". Dalam politik, mereka percaya pada gagasan populis yang disuarakan oleh partai atau kandidat untuk jabatan resmi di mana partai-partai atau politisi-politisi tersebut melakukan pendekatan kepada masyarakat. Selain itu, mereka juga cenderung menyetujui gagasan-gagasan populis religius terbaik, seperti yang dilakukan oleh partai-partai dan politisi-politisi yang mendekati para pemimpin agama, menghadiri upacara keagamaan, atau berpartisipasi dalam perayaan keagamaan rakyat.

Di wilayah di mana tradisi budaya dan agama sering saling bertemu dan kadang bertabrakan, seperti di Banten, partai-partai dan politisi-politisi yang mampu menyesuaikan pendekatan mereka dengan keinginan masyarakat akan mendapatkan suara yang signifikan dari kaum Muslim kelas menengah perkotaan ini. Seperti yang telah diungkapkan oleh Vedi Hadiz, populisme Islam adalah manifestasi spesifik dari politik populis. Politik populis kontemporer sangat terkait dengan kontradiksi sosial yang memiliki kaitan erat dengan partisipasi dalam proses globalisasi neoliberal⁹. Sebagai pendukung populisme Islam, kelompok-kelompok Muslim kelas menengah perkotaan ini juga mempromosikan Islam yang "sesungguhnya".

Islam yang "sesungguhnya" bagi beberapa kalangan Muslim berarti

'kembali ke Alquran dan Sunnah'. Salwa Ismail mengemukakan bahwa istilah Islamisme digunakan untuk mencakup baik politik Islam maupun Islamisasi, proses di mana berbagai ranah kehidupan sosial diinvestasikan dengan tanda dan simbol yang terkait dengan tradisi Islam. Contoh dari proses ini meliputi pemakaian jilbab/hijab/kerudung, bercakap-cakap satu sama lain dalam bahasa Arab yang terpotong-potong untuk menandakan bahwa mereka adalah Muslim yang "sesungguhnya", konsumsi literatur agama dan komoditas religius lainnya, kecenderungan untuk terlibat dalam pertemuan keagamaan eksklusif, publikasi simbol identitas agama, dan pembingkaiian kegiatan ekonomi dalam istilah Islam. Karena Ismail tidak membedakan syarat-syarat Islamisme dan re-Islamisasi, ia berpendapat bahwa Islamisme bukan hanya ungkapan dari sebuah proyek politik; tetapi ia juga mencakup seruan dengan rujukan Islam di bidang sosial dan budaya¹⁰.

Sementara itu, Ernest Gellner mengusulkan dua model masyarakat Muslim: *High Islam* untuk Muslim perkotaan dan *Low Islam* untuk Muslim pedesaan. Yang pertama bergantung pada teks-teks keislaman dan menyukai kehidupan asketis, sesuai dengan karakter perkotaan, sementara yang terakhir bersifat sangat gembira, dan memenuhi kebutuhan penduduk desa. Seiring dengan urbanisasi yang semakin kuat, *Low Islam* menurun dan *High Islam* menjadi berpengaruh. Hal ini terjadi karena *High Islam* mampu menangkap keinginan strata perkotaan untuk belajar dan menunjukkan mobilitas yang tinggi. Keinginan ini terganggu oleh kelemahan negara untuk memodernisasi negara, dan karena itu Islamisme dipandang sebagai penegasan semangat berbasis teks-teks keagamaan yang mengekspresikan rasa frustrasi dengan jalan yang terhalang menuju modernisasi¹¹.

Muslim perkotaan kontemporer sering mencari dunia yang didefinisikan secara religius, yang menyediakan tatanan moral dan perlindungan spiritual bagi manusia. Dalam kata-kata Peter Berger, dunia semacam ini disebut 'kanopi suci'¹². Bagi Muslim perkotaan, Islam melambangkan berbagai kanopi suci yang menyuburkan ikatan dan kesalehan komunal serta menerapkan perintah sakral secara moral pada aktivitas duniawi kosmologis dan sehari-hari. Kita telah terbiasa melihat bagaimana masyarakat Muslim yang religius berusaha untuk mengatasi dunia yang selalu sekuler.

Di satu sisi, modernisasi telah memicu banyak sekali tren-tren yang bertentangan dengan keyakinan keagamaan sebagaimana dibuktikan oleh gerakan-gerakan kebangkitan agama di seluruh dunia¹³. Namun, di sisi lain, religiusitas sering dibangun di atas ketidakpuasan terhadap kondisi

kehidupan duniawi. Transformasi sosial yang cepat yang ditandai oleh industrialisasi, urbanisasi, dan modernisasi dapat menghasilkan gagasan-gagasan tentang ketercerabutan dan kekecewaan di antara segmen-segmen masyarakat tertentu, seperti kaum muda, borjuis kecil, dan anggota kelas menengah lain yang mengalami frustrasi untuk mobilitas sosial dan ditetapkan untuk memprotes melawan cara hidup modern¹⁴. Dalam hal pendidikan, banyak aktivis muda Islam yang berasal dari keluarga kelas menengah yang baru mengalami urbanisasi yang belum tentu mengalami pelatihan agama formal¹⁵. Sebaliknya, banyak yang telah dididik di lembaga 'sekuler' di mana perintah atas pengetahuan dan keterampilan dihormati sebagai kunci untuk kemajuan sosial meritokratis.

Kota Serang dan Kota Cilegon telah menyaksikan pertumbuhan kaum Muslim kelas menengah dan mereka pada gilirannya berkontribusi pada kebangkitan komersialisme dan konsumerisme Islam. Berbagai layanan dan barang di bawah label Islam telah didirikan karena permintaan yang tinggi, menghasilkan citra bagi kedua daerah tersebut sebagai salah satu daerah yang dicirikan oleh komodifikasi Islam yang kuat. Pada saat yang sama, kedua kota ini juga ditandai oleh banyaknya kelompok-kelompok Islam baru yang menunjukkan penguatan kesalehan komunal Islam. Baik kesalehan komunal dan komodifikasi keagamaan adalah karakteristik yang jelas dari budaya Islam pop atau apa yang disebut '*pop Islam*', perpaduan antara iman Muslim dengan budaya pop.

James Bourk Hoesterey menunjukkan bahwa konsumsi dan tampilan publik produk-produk Islam telah menjadi semakin penting melalui mana kaum kelas menengah perkotaan yang bersemangat di seluruh dunia mencari makna dan mengekspresikan kesalehan. Ia menunjukkan bahwa fenomena Islam pop di Indonesia meliputi novel dan film bertema Islami, busana Islami dan aspirasi mobilitas kelas, "seksolog Muslim", pengkhotbah selebritis, jaringan *New Age Sufism* di kalangan elit perkotaan, dan Muslim sebagai "pelatih spiritual"¹⁶. Ariel Heryanto mengusulkan bahwa perkembangan budaya Islam pop saat ini di Indonesia sebagian besar merupakan perluasan dari keberhasilan politik Islam di masa pasca Orde Baru¹⁷. Selain itu, berkembangnya Islam pop telah difasilitasi oleh perluasan teknologi komunikasi baru, seperti radio, televisi, media cetak, dan internet; proses yang telah melibatkan perampasan barang-barang keagamaan¹⁸. Dampak industrialisasi media terhadap ekspresi keagamaan yang dimediasi di Indonesia sangat substansial. Ada persimpangan antara perdagangan dan ekspresi Islam dalam narasi

menggunakan ajaran Islam untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang dialami oleh Muslim kelas menengah. Hal tersebut pada gilirannya memproyeksikan citra Islam Indonesia yang mengaburkan perpecahan politik yang ada dalam masyarakat Indonesia¹⁹.

Dalam kasus Indonesia, sebagian besar perdebatan tentang kesesuaian Islam dan modernitas menolak gagasan kelompok modernis sekuler bahwa untuk mencapai modernitas diperlukan privatisasi agama dan penghapusan wacana religius dari ranah publik. Sebenarnya, menurut Sulfikar Amir, ada kaum modernis Muslim yang menyerukan kombinasi iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi) dan imtaq (iman dan taqwa) untuk membangun bangsa Indonesia yang didukung oleh Islam yang kuat. Visi ini terlihat jelas di tangan BJ Habibie yang merupakan seorang menteri pada masa Orde Baru dan yang kemudian menggantikan Suharto sebagai presiden pada tahun 1998. Ia, melalui industri pesawat terbang di Indonesia (IPTN) dan sebuah organisasi Islam yang kuat, ICMI, mengembangkan semacam 'nasionalisme teknologi' dengan memanfaatkan wacana iptek dan imtaq. Oleh karena itu, terciptanya bangsa yang kuat harus dicapai sebagian melalui perpaduan efektif antara agama dan teknologi²⁰. Lebih jauh lagi, Daromir Rudnyckj melihat bagaimana transformasi yang cepat setelah jatuhnya rezim Suharto di dunia sosial dan ekonomi telah memicu refleksi etis yang kuat dalam masyarakat Indonesia. Globalisasi ekonomi yang dialami Indonesia dianggap oleh pekerja kerah putih sebagai masalah agama. Hal ini menunjukkan bahwa Islam disebarluaskan melalui sarana yang mencerminkan kesesuaiannya dengan modernitas²¹. Dalam konteks Asia Tenggara, Islam telah menonjol dalam kehidupan publik dengan berbagai cara. Di negara yang berpenduduk mayoritas Muslim seperti Indonesia, Islam adalah bagian integral dari ideologi pendirian, dan elemen ideologis Islam tergambar dalam partai politik dan organisasi dalam masyarakat sipil²².

Unsur-unsur komodifikasi Islam yang menonjol di Kota Serang dan Kota Cilegon adalah penggunaan busana Muslim dan umrah sebagai wisata religi. Ada banyak toko busana Muslim di kedua kota tersebut yang ramai dikunjungi oleh Muslim kelas menengah perkotaan. Pada umumnya warga yang datang adalah perempuan, walaupun ada juga sebagian kecil laki-laki yang datang untuk tujuan serupa. Perempuan yang datang umumnya mencari busana Muslim dengan model terbaru seperti yang dikenakan oleh selebriti dan tokoh-tokoh publik lainnya. Di sini tampak jelas bahwa media massa berpengaruh besar terhadap proses-

proses komodifikasi Islam di masyarakat

Tidak jarang para perempuan ini adalah mereka yang tergabung dalam organisasi-organisasi keislaman atau kelompok-kelompok pengajian yang tersebar banyak di kedua kota tersebut. Pertemuan-pertemuan mereka di organisasi-organisasi dan pengajian-pengajian tersebut sering kali diwarnai oleh pembicaraan mengenai hal-hal terkait ritual-ritual keagamaan, seperti perbincangan mengenai busana Muslim terkini dan juga produk-produk yang berkaitan, misalnya kosmetika dan produk-produk perawatan tubuh lainnya.

“Saya biasa membeli pakaian di Pasar Rau di Kota Serang, tapi ketika saya memiliki rekan baru di tempat kerja saya dari Bandung, Jakarta, atau Surabaya, saya mulai mengikuti gaya hidup mereka. Pasar Rau bukan lagi tempat bagi saya. Sepertinya saya sudah ketinggalan zaman. Kami pergi berbelanja ke mal di Jakarta atau setidaknya Tangerang untuk menemukan pakaian Muslim yang baik. Untungnya, sekarang juga ada pusat perbelanjaan atau gerai busana Muslim di Serang dan Cilegon, sehingga kami tidak perlu pergi ke Jakarta atau Tangerang untuk membeli pakaian”²³.

Selain busana Muslim, produk-produk yang juga menjadi bagian penting dari komodifikasi Islam adalah umrah sebagai wisata religi. Di kedua kota tersebut, terdapat banyak biro jasa perjalanan yang menawarkan umrah dengan harga yang bervariasi. Sasarannya adalah kelompok-kelompok kelas menengah perkotaan. Beberapa paket yang ditawarkan sering juga meliputi perjalanan ke tempat-tempat lain di luar Mekah dan Medinah, seperti Turki, Mesir, dan bahkan Andalusia di Spanyol. Selain umrah, beberapa biro jasa lainnya menawarkan paket perjalanan ziarah ke negara-negara di luar Timur Tengah, yaitu Malaysia, Singapura, dan Thailand yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan menjadi kawasan tujuan wisata religi.

Sama seperti busana Muslim, banyak masyarakat yang tergabung dalam organisasi-organisasi keagamaan dan pengajian-pengajian adalah orang-orang yang sangat menggemari perjalanan spiritual tersebut. Mereka meyakini bahwa perjalanan spiritual akan semakin mempertebal keimanan mereka. Namun, tidak dipungkiri juga bahwa ada unsur-unsur lain yang tidak terlihat, tetapi dapat dirasakan bahwa ada prestise tertentu ketika mereka dapat menjalankan ibadah mahal ini sebagai sebuah bentuk kebanggaan dan sekaligus sebagai sebuah bentuk *refreshing* dari rutinitas sehari-hari.

“Saya merasakan ada sesuatu yang luar biasa yang tidak dapat saya

jelaskan ketika saya melaksanakan panggilan Allah dalam bentuk umrah. Dapat melaksanakan salat di Mekah dan Medinah adalah suatu berkah bagi saya yang tidak sering salat di masjid karena kesibukan saya sebagai ibu rumah tangga dan pebisnis *online*. *Alhamdulillah* rezeki yang saya dapat, dan juga rezeki suami, sering membuat kami bisa melaksanakan umrah. Selain beribadah, kami juga merasa bahwa umrah memberikan waktu kepada kami untuk liburan bersama teman-teman pengajian”²⁴.

Dengan demikian nampak jelas bahwa unsur-unsur komodifikasi Islam ini berkaitan erat dengan ekonomi pasar di mana ada hubungan yang erat antara *supply* dan *demand*. Tumbuhnya Muslim kelas menengah perkotaan di Kota Serang dan Kota Cilegon membuat geliat usaha religius semakin berkembang di kedua kota tersebut. Kini, kedua kota tersebut kedudukannya sama dengan kota-kota lainnya di Indonesia yang diwarnai oleh koeksistensi antara komodifikasi Islam dan ekonomi pasar.

Di kedua kota yang baru berkembang, umat Islam di Kota Serang dan Kota Cilegon telah berkontribusi terhadap peningkatan konsumsi barang-barang keagamaan yang berkisar dari berbagai layanan, kosmetik, perawatan kecantikan, pakaian, perjalanan keagamaan, dan makanan. Di masa pasca-Orde Baru, pasar keagamaan telah mencapai banyak orang dan menciptakan dampak besar dan permintaan yang tinggi. Singkatnya, munculnya wilayah administratif baru telah berkontribusi pada pertumbuhan kelas menengah Muslim, prevalensi kesalehan komunal, dan komodifikasi Islam.

“Ketika suami saya mendapat pekerjaan baru di Serang pada tahun 2001, saya sangat sedih karena saya harus meninggalkan kelompok pengajian saya di Bogor. Saya mengalami kesulitan menemukan teman dengan siapa saya bisa belajar Islam dan berbagi pemikiran dan pengalaman religius saya. Ada beberapa kelompok pengajian yang saya temui, tetapi tidak ada yang membuat saya merasa nyaman karena perbedaan dalam ajaran, subjek, dan afiliasi kelompok. Segalanya berubah dan berjalan dengan baik ketika saya pindah ke kompleks perumahan yang baru dibangun pada tahun 2007. Saya punya tetangga baru yang memperkenalkan saya kepada kelompok pengajian di mana saya menjadi anggota aktif hingga sekarang. Kami belajar *tahsin* (konsep yang mengatur pelafalan dalam bacaan Alquran), hadis, dan ajaran Islam lainnya. Tentu saja, kami juga berbagi pemikiran kami dalam isu-isu kasual lainnya, seperti di mana menemukan toko jilbab yang bagus, agen perjalanan umrah yang direkomendasikan, dan hal-hal lain”²⁵.

Islam rupanya telah menjadi pop, *chic*, muda, dan keren di kalangan Muslim kelas menengah perkotaan. Di Indonesia, religiusitas sejak tahun 1980-an berangsur-angsur menjadi faktor penting dalam pernyataan politik yang terang-terangan terhadap pemerintahan Suharto dan sebagai simbol kebanggaan politik identitas agama setelah runtuhnya rezim otoriter. Seperti yang dikatakan Hoesterey dan Clark, budaya populer telah menjadi arena penting di Indonesia di mana umat Islam menyusun gagasan tentang Islam dan kesalehan²⁶. Di tempat lain, munculnya Islam pop telah memberi Muslim sebuah landasan penting untuk melanggar peran gender tradisional, membangun modal sosial, dan memperoleh keterampilan partisipatif yang diperlukan untuk membawa 'masyarakat sipil' ke dalam komunitas mereka sendiri²⁷.

Banyak anggota perempuan dari kelompok pengajian adalah calon ibu rumah tangga yang mencari kenyamanan duniawi dan kehidupan akhirat yang abadi. Sebagian besar dari mereka percaya bahwa pengajian berfungsi sebagai media untuk membawa mereka lebih dekat kepada Tuhan. Tidak semua peserta yang datang ke acara-acara ini dapat membaca tulisan berbahasa Arab atau memahami arti dari ayat-ayat dalam Alquran. Namun demikian, mereka tertarik oleh pahala yang menggiurkan yang mungkin mereka peroleh. Oleh karena itu, di samping pengajian biasa di lingkungan mereka, mereka juga menghadiri pengajian lain yang kadang-kadang diadakan di tempat lain, seperti di masjid tetangga atau dalam acara yang diselenggarakan oleh kantor pemerintah lokal dan organisasi massa. Dengan menghadiri banyak pengajian, para perempuan ini juga merasa perlu tampil menawan karena hal tersebut berfungsi sebagai tampilan kekayaan, kekuasaan, status, dan kelas sosial. Dalam hal ini, tidak mengherankan jika merek-merek dan produk-produk Islami dari kosmetik, perawatan kecantikan, dan fashion telah menikmati kesuksesan penjualan mereka melalui pemasaran yang merajalela dan menarik. Jelas, pengajian perkotaan adalah tampilan sempurna dari kesalehan komunal dan komodifikasi keagamaan.

"Suami saya ingin saya terlihat cantik. Saya tidak keberatan dengan hal itu. Jadi, saya selalu berusaha terlihat menarik di depannya. Menjadi cantik di depan jemaah lain dalam pengajian juga penting karena saya tidak mau mempermalukan suami saya. Tapi, menjadi cantik itu tidak murah. Perempuan Muslim membutuhkan kosmetik dan perawatan kecantikan. Saya senang bahwa saya dapat menemukan toko kosmetik dan pusat perawatan kecantikan dengan mudah. Tapi, semuanya menjadi rumit

ketika saya mulai mengenakan jilbab pada tahun 2014. Saya tidak bisa pergi ke pusat perawatan kecantikan sembarangan. Saya harus menemukan yang Islami. Awalnya saya harus pergi ke Jakarta atau Tangerang untuk mencari apa yang saya cari. Saat ini, Serang dan Cilegon juga memiliki beberapa pusat perawatan kecantikan Muslim yang bagus. Saya senang dengan hal itu”.²⁸

Seperti yang telah kita ketahui, religiusitas telah menjadi masalah yang signifikan di kalangan komunitas Muslim dalam beberapa dekade terakhir di Indonesia. Menjadi seorang Muslim berarti bahwa seseorang tidak hanya harus melakukan tugas-tugas keagamaan dan menghindari kegiatan amoral dan tidak pantas, tetapi juga dengan bangga dan gigih untuk menunjukkan identitas Islamnya. Dalam kelompok pengajian, menjadi religius dapat berarti menunjukkan dengan jelas penampilan ‘Islami’ mereka. Bagi para perempuan, pakaian khas keagamaan, seperti jilbab mahal dan jilbab yang panjang dan longgar bisa menjadi simbol utama. Bagi para lelaki, menumbuhkan janggut dan mengenakan celana cingkrang (celana dengan panjang di bawah lutut tetapi di atas pergelangan kaki yang dianggap sebagai celana paling tepat untuk pria Muslim) adalah identitas utama. Mereka rajin mengklaim bahwa mengenakan dan menunjukkan pakaian dan penampilan Islami adalah langkah pertama untuk menjadi Muslim yang “sesungguhnya”. Mereka juga lebih suka berbicara—atau sebenarnya menyebutkan istilah-istilah tertentu—dengan bahasa Arab yang terpatah-patah untuk istilah tertentu, daripada menggunakan istilah bahasa Indonesia. Selain itu, mengkonsumsi apa yang dianggap sebagai komoditas keagamaan juga sangat penting untuk ekspresi religiusitas mereka. Contohnya adalah buah kurma, *habbatus sauda* (jintan hitam), dan susu unta; semuanya adalah komoditas impor.

Bagi orang-orang ini, kebiasaan-kebiasaan tersebut, bersama dengan partisipasi dalam kegiatan keagamaan, sekarang dianggap sebagai ekspresi religius yang paling sesuai dengan identitas keislaman. Namun, kondisi ini tidak eksklusif untuk Indonesia saja. P.J. Vatikotis berpendapat bahwa tidaklah mengejutkan bahwa di dunia Muslim, agama bertindak sebagai penentu identitas politik, fokus kesetiaan, dan sumber otoritas²⁹. Singkatnya, kelompok Muslim kelas menengah perkotaan di Indonesia lebih dinamis, cenderung mengadopsi ide-ide transnasional Islam, tetapi pada saat yang sama juga lebih eksklusif dan cenderung menentang ekspresi Islam tradisional-lokal.

Di Indonesia, Islam telah menjadi bagian dari budaya konsumerisme

dan juga sebagai tanda status sosial dan afiliasi politik. Kekuatannya terletak pada fakta bahwa ia telah berkembang menjadi semacam jaringan yang memungkinkan banyak orang dari latar belakang sosial yang berbeda untuk berbagi dan membuat kontak, baik nyata maupun virtual. Melalui jaringan ini, pesan-pesan kebangkitan Islam global telah secara signifikan diperkuat, mempengaruhi banyak bidang sosio-politik dan mendorong identitas kolektif Islam yang "sesungguhnya". Beberapa identitas utamanya adalah mengenakan pakaian Islami yang tepat, menonton program televisi Islami, berkumpul di kafe Muslim dan salon kecantikan, berjilbab, menghadiri lingkaran studi dengan pengkhotbah populer, melakukan olahraga 'Islami', seperti memanah dan berkuda, atau melakukan ziarah ke Mekah, menghubungkan seorang individu, secara tidak langsung kepada kelompok sosial dan umat yang lebih besar dalam pengertian umum³⁰.

Kitiarsa menunjukkan bahwa komodifikasi membantu mendefinisikan kembali agama sebagai komoditas pasar serta pertukaran di pasar spiritual yang semakin diperluas oleh koneksi transnasional jaringan organisasi dan pasar religius³¹. Pasar untuk produk pembaruan agama dan spiritual agak beragam. Di satu sisi, banyak Muslim dengan giat memilih merek dan produk yang secara simbolis terkait dengan Islam dalam preferensi untuk yang tidak bertanda agama. Di sisi lain, beberapa program promosi kesalehan yang paling sukses secara komersial menggabungkan ajaran agama dengan elemen budaya sekuler untuk meningkatkan daya tarik mereka dan menunjukkan relevansi mereka dengan kehidupan modern.³²

RESPON YANG BERTENTANGAN DAN FRAGMENTASI UMAT

Bagian ini menjelaskan bagaimana terjadinya fragmentasi umat di masyarakat ketika kelompok Muslim kelas menengah perkotaan mencoba menawarkan Islam gaya baru mereka sekaligus di saat yang bersamaan memandang rendah tradisi keislaman masyarakat Kota Serang dan Kota Cilegon yang telah ada selama ratusan tahun. Lebih spesifik, bagian ini menjelaskan tentang sejauh mana koeksistensi antara kedua kelompok Islam yang berbeda tersebut memunculkan Islam "gaya baru" dan sejauh mana penerimaan dan resistensi masyarakat terhadap Islam "gaya baru" tersebut.

Di Kota Serang dan Kota Cilegon, promosi dan penyebaran Islam yang "sesungguhnya" disebabkan oleh munculnya gerakan keagamaan baru yang berusaha mengubah dan bahkan mengganti "Islam lokal" dengan "Islam asing". Serang, Cilegon, dan juga Banten pada umumnya, terkenal

dengan sejarah mistisisme dan sejarah orientasi Islam tradisional masyarakatnya yang panjang. Banten memiliki tradisi yang mapan untuk menjadi pusat berbagai ilmu esoteris. Di masa lalu, terutama sebelum abad ke-20, kelompok-kelompok keagamaan (kyai dan haji) memiliki reputasi tinggi dan dianggap bergengsi secara sosial di Banten, di mana hampir setiap orang adalah seorang Muslim.³³

“Saya biasa menghadiri tahlilan, yasinan, atau kegiatan bid’ah lainnya. Saya tidak sadar bahwa praktik semacam itu bisa menyebabkan syirik. Seorang teman mulai meminta saya untuk bergabung dengan kelompok pengajiannya pada tahun 2013. Sudah empat tahun, dan sekarang saya merasa telah belajar banyak dari kelompok tersebut. Para ustadz utama berasal dari Bogor, tapi ada juga ustadz lain dari Cirebon dan Madiun. Kami belajar tentang fiqh, tauhid, sunnah Nabi, dan ajaran Islam lainnya yang berbeda secara signifikan dari pengajian sebelumnya. Terkadang saya menyesal bahwa saya tidak bergabung dengan kelompok ini lebih awal. Inilah Islam yang sesungguhnya karena kita kembali ke Alquran dan Sunnah saja, bukan untuk menemukan tradisi yang sebenarnya tidak ada pada masa Nabi Muhammad. Tapi Banten masih dipengaruhi oleh Islam yang menyimpang. Ini tidak baik”.³⁴

Hartono bukanlah satu-satunya contoh seorang Muslim kelas menengah perkotaan baru di Serang dan juga di Indonesia yang memiliki pandangan serupa tentang Islam. Saat ini ada banyak umat Islam seperti Hartono yang tampaknya telah menentang kelompok Muslim lainnya secara terbuka. Kenyataannya, saat ini banyak kelompok-kelompok Muslim yang tampaknya tidak terkendali dalam menyuarakan keprihatinan mereka, dan kekhawatiran ini, beberapa telah beralih ke isu-isu politisasi yang menyebabkan masalah. Selain itu, sejumlah peraturan daerah yang diilhami oleh hukum-hukum syariah secara parsial dapat membahayakan kebebasan hak-hak perempuan dan kelompok minoritas lainnya. Namun, ternyata peraturan-peraturan ini dalam banyak kasus benar-benar didukung oleh masyarakat. Kondisi ini menjadi perhatian dari gerakan-gerakan keagamaan baru, termasuk pendukung re-Islamisasi dan pendukung populisme Islam.

Sebagaimana disarankan oleh Rachel Rinaldo, ide-ide baru tentang Islam berkisar seputar kesalehan. Sementara Muslim Indonesia, seperti Muslim lainnya di banyak negara, sering kali bersikap lebih santai dalam praktik Islam mereka, ide-ide ini menekankan bahwa menjadi Muslim yang “sesungguhnya” berarti mempraktikkan agama melalui kepatuhan terha-

dap norma-norma agama tertentu. Rinaldo berpendapat bahwa sejak akhir 1980-an, banyak orang Indonesia telah mempraktikkan ajaran-ajaran Islam secara lebih hati-hati sebagai proses penting untuk menjadi Muslim. Banyak ide-ide baru tentang kesalehan Muslim menyangkut perempuan. Ada banyak seruan bagi perempuan untuk mengenakan pakaian Muslim yang pantas dan untuk berperilaku dengan cara yang sederhana³⁵. Inilah yang juga menjadi fokus gerakan keagamaan baru, pendukung re-Islamisasi, atau pendukung populisme Islam dan Islamisme.

“Indonesia harus mendukung pembentukan negara Palestina yang bebas dan merdeka karena orang-orang Muslim di negara itu adalah saudara kita. Pemimpin kita saat ini di Indonesia tidak peduli dengan Islam, dan faktanya, mereka mengabaikannya. Jika mereka tidak memperhatikan umat Islam di negara kita sendiri, bagaimana mereka peduli tentang Muslim di negara lain? Kita membutuhkan pemimpin yang akan membawa Islam kembali ke kejayaan. Revolusi harus dimulai sekarang, sehingga seorang Muslim yang baik dapat memimpin negara, berpihak pada rakyat, dan tidak tunduk pada asing dan asing (kekuatan asing, masing-masing mengacu pada Barat dan Cina), dan dengan demikian kita dapat menjadi tuan rumah di negara kita sendiri”.³⁶

Nampak jelas bahwa sejak pemilihan presiden 2014, polarisasi politik populer di Indonesia yang membagi warga menjadi golongan ‘nasionalis-sekuler’ dan kelompok ‘nasionalis-Islami’ telah meningkat, dan ketegangan politik juga berfluktuasi. Tingkat ketegangan dipengaruhi oleh faktor politik, dan situasi yang terjadi di Jakarta sangat terasa di daerah, termasuk di Kota Serang dan Kota Cilegon. Sebagian besar anggota kelompok pengajian mengklaim bahwa mereka tidak tertarik dalam politik, dalam arti mereka bukan anggota partai politik. Namun, banyak, jika tidak sebagian besar, berbagi pendapat tentang persyaratan bahwa kepala negara, kepala daerah, dan pejabat publik lainnya harus Muslim; syariah harus diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari; perlunya pembatasan pengaruh asing; dan penghapusan komunisme, liberalisme, dan pluralisme agama.

Jelas sekarang bahwa roh-roh Islam yang “sesungguhnya” adalah faktor-faktor penentu yang memperkuat kebangkitan populisme Islam dan Islamisme di Indonesia. Ini juga merupakan tanda yang jelas bahwa Islamisasi masih terus berlangsung di negara ini. Perlu dicatat, bahwa Islamisasi tidak selalu menunjukkan kebangkitan Islamisme. Seperti yang telah disarankan oleh Andreas Ufen, dalam banyak contoh, Islamisasi di Asia

Tenggara menandakan penguatan Islam konservatif, bukan Islamis. Selain itu, ia berpendapat bahwa selama beberapa dekade, sebagian besar umat Islam di Indonesia telah menjalani Islamisasi yang diradikalisasi di beberapa daerah setelah jatuhnya Orde Baru. Perkembangan ini, sejak kemerdekaan, sebagian difasilitasi oleh negara dan oleh elit politik. Negara jelas telah membatasi kegiatan para pelaku agama tertentu. Namun demikian, sebagian besar proses ini benar-benar tampak sebagai hasil dari dinamika masyarakat. Saat ini dalam sistem partai negara, Islamisasi politik bersifat moderat, sedangkan masyarakat luas menunjukkan kecenderungan menjadi lebih konservatif.³⁷

Selanjutnya, populisme Islam yang baru jelas tidak terbatas pada benteng tradisi pedesaan atau yang disosialisasikan secara politis melalui institusi pendidikan agama konvensional, tetapi melalui struktur perkotaan dan sebagian besar informal yang sering ditemukan di universitas atau sekolah menengah atas.³⁸ Sosialisasi politik anggota kelas menengah melalui pengalaman di institusi pembelajaran, termasuk yang sekuler, bersifat sangat penting. Hadiz menyebutkan bahwa ilustrasi untuk hal ini bisa dilihat dari cara kerja sistem *usroh* yang ada pada masa Orde Baru yang otoriter di Indonesia, di mana siswa 'senior' di universitas dan sekolah menengah bertindak untuk mendisiplinkan 'junior' melalui penanaman nilai-nilai Islam. Hal tersebut adalah sarana yang menciptakan budaya ketaatan dan kesetiaan kepada berbagai pemimpin gerakan Islam. Sistem ini akhirnya menjadi basis pengembangan sumber pendukung penting bagi partai tertentu, seperti PKS pada masa pasca Suharto.³⁹

Jelas sekarang bahwa mempromosikan Islam yang "sesungguhnya" adalah cara tertentu untuk mengklaim dan memperkuat identitas Islam mereka sendiri. Semua contoh tampaknya menunjukkan bahwa sikap mereka akan bertahan lama jika mereka didukung oleh rasa identitas mereka yang kuat. Sebenarnya, mereka telah mendorong budaya kontra mereka melawan budaya tradisional Islam, yang sangat berpengaruh di masyarakat Banten. Meski demikian, orang-orang ini tidak secara terbuka menyerang budaya tradisional Islam karena pendukung utamanya, kyai, masih sangat dianggap penting oleh banyak kalangan masyarakat. Di Banten, melawan seorang kyai adalah pelanggaran etiket yang serius, dengan konsekuensi sosial dan spiritual. Pada tingkat spiritual, murid "pemberontak" memiliki risiko kualat (dikutuk dan terdampak oleh bencana).⁴⁰ Situasi ini masih berlaku di Banten.

IDENTITAS KEISLAMAN DI KOTA SERANG DAN KOTA CILEGON

Dengan memanfaatkan kemampuan dan sumber daya mereka, para ustadz dan kelompok-kelompok Muslim kelas menengah perkotaan di Kota Serang dan Kota Cilegon tampaknya, secara terbuka atau tidak, 'menantang' kyai sebagai otoritas keagamaan utama untuk mengamankan kepentingan mereka sendiri. Sementara itu, melalui jaringan pesantren dan organisasi massa Islam, kyai dengan hati-hati menanggapi tantangan itu dengan menjauhkan diri dari kegiatan-kegiatan religius yang diadakan oleh kelompok yang pertama. Kebanyakan ustadz dikenal sangat adaptif dan responsif terhadap transformasi sosio-politik. Memang, mereka dapat membentuk hubungan yang saling menguntungkan dengan negara dan kyai ketika kekuatan negara dan pengaruh kyai terlalu kuat untuk ditentang atau ketika membuat aliansi semacam itu dipandang sebagai opsi yang membantu.

Sementara banyak penduduk di kompleks perumahan elit yang mendukung sepak terjang para ustadz dan banyak penduduk di pinggiran kota menyukai gaya dakwah kyai, sebagian besar penduduk kota di kompleks perumahan non-elit dan pemukiman kota (perkampungan di tengah kota) tidak memiliki preferensi khusus dalam hal ibadah dan aliran. Para ustadz dan para pengikut mereka mewakili pengaruh-pengaruh Islam yang lebih terbuka. Area samar-samar ini telah menjadi medan terbuka bagi ustadz yang aktif dan agresif dan para pengikutnya untuk 'menginsyafkan' orang-orang dengan misi evangelikalisme mereka. Hal ini telah menciptakan situasi yang canggung, karena kebanyakan orang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang memadai sekarang dalam keadaan bimbang, mencoba untuk memutuskan siapa dan apa yang harus diikuti karena pada umumnya mereka terus menerus mencari kesesuaian agama yang tepat.

Keadaannya, bagaimanapun, tidak unik untuk Indonesia. Yanwar Pribadi berpendapat bahwa politik Muslim mendorong orang untuk terlibat dalam aliansi dan kompetisi atas interpretasi simbol-simbol Islam dan budaya, dan pengendalian negara dan lembaga-lembaga publik. Aliansi dan kompetisi dengan tujuan yang pasti untuk memastikan penegakan Islam yang telah diartikulasikan secara terus-menerus, adalah hal yang umum di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim, meskipun mereka beragam dalam konsepsi dan bentuk. Hubungan antara Islam dan politik telah sangat rumit ketika mereka diubah menjadi simbol publik, wacana, dan praktik. Namun demikian, di Indonesia, tantangan substantif terhadap

otoritas negara di bawah bendera Islam belum direalisasikan.⁴¹

Negara, di satu sisi, pada tahun 1990-an—dan sekarang terlahir kembali dalam bentuk lain—ditandai oleh keprihatinan atas gagasan *ghazwul fikri* (invasi gagasan) yang menjadi istilah yang bergairah untuk merujuk pada berbagai bentuk invasi budaya Barat, yaitu film Amerika, musik, mode, makanan, dan yang paling penting gaya pemikiran dan sikap religius tertentu, seperti sekularisme, liberalisme, dan pluralisme agama. Di sisi lain, sebagai tanggapan, banyak yang peduli pada apa yang mereka anggap sebagai upaya untuk menirukan Islam Indonesia dan menghapus praktik-praktik lokal dan interpretasi liberal.

Melawan Islam politik ala Timur Tengah ini, para intelektual terkemuka Muslim mengajukan apa yang mereka sebut 'Islam budaya', ekspresi nilai-nilai Islam dalam bentuk budaya Indonesia. Kedua belah pihak muncul untuk berbagi persepsi bahwa Islam Indonesia berada di bawah ancaman untuk ditumbangkan oleh pengaruh asing dan asumsi bahwa budaya lokal sebagian besar adalah penerima arus global yang pasif.⁴² Saat ini, justru para pendukung Arabisasi yang peduli dan secara aktif berusaha untuk menghindari gagasan Islam Nusantara yang disebarkan oleh faksi-faksi tradisional Islam Indonesia (terutama Nahdlatul Ulama) dan didukung oleh segmen luas penduduk yang menentang Arabisasi, termasuk para intelektual terkemuka yang terkait dengan sekularisme, liberalisme, dan pluralisme agama.

Saat ini sebagian besar masyarakat Muslim ditandai oleh perbedaan pendapat yang mendalam tentang siapa yang memenuhi syarat untuk berbicara sebagai otoritas agama dan tentang betapa seriusnya umat Muslim 'awam' harus mengambil pernyataan dari para ahli.⁴³ Di Indonesia, citra Islam Indonesia tetap merupakan wacana yang diperebutkan. Ini tentu saja bukan produk tanpa pengaruh asing. Seperti yang telah dinyatakan oleh Martin van Bruinessen, Islam Indonesia bukanlah produk isolasi dari pengaruh asing, tetapi ia dipengaruhi selama berabad-abad oleh unsur-unsur yang melibatkan interaksi aktif dengan aliran budaya yang sangat beragam, termasuk Timur Tengah dan Barat yang telah menjadi sumber yang dominan dan bersaing, dengan tidak mengecilkan juga pengaruh dari Cina dan Asia Selatan.⁴⁴

Rupanya, mempromosikan Islam yang "sesungguhnya" adalah sarana tertentu untuk mengklaim dan memperkuat identitas Islam kelompok Muslim kelas menengah perkotaan. Semua contoh-contoh di atas tampaknya menunjukkan bahwa sikap mereka akan berlangsung lama

jika mereka didukung oleh rasa identitas yang kuat. Bahkan, mereka telah mendorong budaya-kontra mereka *vis-à-vis* budaya Islam tradisional lokal, yang sangat berpengaruh dalam masyarakat Banten.

Kini, jelas terlihat bahwa Banten memiliki pandangan dunia Islam yang beragam. Di satu sisi, Islam tradisional yang memiliki akar di era Kesultanan masih berlaku di era kontemporer, dan dengan demikian tradisi dan adat istiadat seperti tahlilan, panjang mulud, ziarah, dan lainnya masih dipraktikkan oleh banyak Muslim di Banten. Di sisi lain, revivalisme agama di abad kesembilan belas yang menghasilkan banyak pemberontakan melawan pemerintah kolonial Belanda tampaknya telah muncul kembali dan telah menghasilkan peningkatan kegiatan keagamaan yang tidak hanya karena fakta bahwa orang Banten adalah pengikut Islam yang taat, tetapi juga karena fakta bahwa telah terjadi gangguan tatanan sosial-politik pada periode pasca-Orde Baru, dan, secara bersamaan, menghasilkan re-Islamisasi atau kembali ke Islam yang “sesungguhnya”. Sebagai kota yang sedang tumbuh, Kota Serang dan Kota Cilegon adalah tempat yang paling mencolok di mana “Islam lokal” yang diwakili terutama oleh penghuni kelas bawah Muslim bertemu dan berinteraksi dengan “Islam asing” yang kebanyakan diwakili oleh Muslim kelas menengah, dengan yang terakhir menjadi pendukung populisme Islam dan Islamisme di satu sisi dan kesalehan komunal dan komodifikasi keagamaan di sisi lain.

Tampaknya sejak tahun 1998, ada upaya terus menerus untuk mewujudkan negara-negara mayoritas Muslim atau daerah mayoritas Muslim oleh berbagai organisasi Muslim dan partai politik, seperti Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) yang dilarang secara resmi oleh pemerintah pada tahun 2017 dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) serta kelompok-kelompok lain yang diilhami Salafisme, termasuk di Banten. Sementara itu, ada upaya-upaya moderasi oleh kelompok Islam tradisional dan pendukung sekularisme, liberalisme, dan pluralisme agama terhadap ‘idealisasi’ ini. Sebagai contoh, pendukung utama dari kelompok-kelompok ini, Presiden Indonesia keempat, Abdurrahman Wahid (1940-2009) menyatakan bahwa Indonesia harus menjadi contoh dari kecocokan Islam dan demokrasi dengan melawan baik mayoritarianisme agama dan sekularisme anti-agama⁴⁵, meskipun itu bukanlah tugas yang mudah karena MUI mengeluarkan fatwa No. 7 tentang Pluralisme, Sekularisme, dan Liberalisme (2005) yang menolak tiga pemikiran Barat tersebut.⁴⁶ Pembuatan dan kontestasi untuk otoritas keagamaan jelas sedang terus terjadi, tidak hanya di tingkat pusat, tetapi juga di ranah publik daerah, termasuk di Banten.

PENUTUP

Kegagalan terpenting dalam reformasi dan hambatan terhadap konsolidasi kerangka demokrasi liberal adalah ketidakmampuan untuk memastikan peraturan hukum. Politik Muslim melibatkan kompetisi dan kontes baik interpretasi simbol dan kontrol lembaga, formal maupun informal, yang menghasilkan dan mendukung mereka. Interpretasi simbol dimainkan dengan latar belakang kerangka dasar yang umum bagi umat Islam di seluruh dunia. Sistem politik, entah di dunia Muslim atau di tempat lain, mau tidak mau melibatkan manajemen kepentingan bersaing. Keistimewaan politik Muslim dapat dikatakan mengacu pada nilai, simbol, gagasan, dan tradisi tertentu yang bersifat "Islami".⁴⁷

Upaya kelompok Muslim kelas menengah perkotaan di Indonesia untuk mempertahankan dan melestarikan identitas Islam yang "sesungguhnya" dengan kembali ke Alquran dan Sunnah telah menghasilkan kenyataan bahwa sekarang Islam benar-benar tertanam dalam aspek-aspek budaya, sosial, politik, dan ekonomi. Segmen besar dari orang-orang ini telah mampu membentuk ikatan informal dan beroperasi di dalam hierarki kewenangan mereka sendiri. Sebelumnya, perkembangan hubungan sehari-hari antara Islam dan politik dan antara negara dan masyarakat di Indonesia sebagian besar bersifat budaya daripada politik. Saat ini, identitas religius orang-orang ini telah terakumulasi dalam kekuatan yang telah menghadirkan tantangan budaya bagi negara dalam politik nasional dan lokal, terutama dalam pemilihan umum, pembangunan ekonomi dan masyarakat, dan urusan keagamaan.

Secara umum, pengelolaan identitas keagamaan dan kewargaan (*citizenship*) di Indonesia oleh negara dalam interaksi sehari-hari telah menjadi sangat kompleks karena kewargaan di Indonesia bukanlah sekadar transformasi *post-colonialism* (paska-kolonialisme) yang memandang hak-hak warga negara sebagai proses idealisasi norma yang ditetapkan dari atas ke bawah. Hal tersebut justru dirancang untuk memasukkan norma dan nilai sosio-politik ke dalam sebuah visi terpadu tentang negara-bangsa yang memiliki kepentingan bersama. Upaya negara Indonesia untuk mengkonsolidasikan kekuasaan negara dan perluasannya ke dalam hierarki administrasi yang lebih rendah umumnya didasarkan pada anggapan bahwa komunalitas di masyarakat yang lebih besar dan lebih tinggi memerlukan penciptaan warga negara yang memiliki status sosial politik. Meski demikian, di masa pasca Orde Baru, masyarakat tidak begitu banyak menerima kebijakan negara secara pasif. Proses menciptakan warga negara

tersebut secara bersamaan menghasilkan perjuangan khusus masyarakat dalam politik identitas, terutama dalam hal identitas Islam.

Sebagai daerah yang dipengaruhi oleh Kesultanan Banten di masa lalu, Kota Serang dan Kota Cilegon secara umum dikenal sebagai wilayah agama tradisional. Jelas, kekhawatiran komunal di Kota Serang dan Kota Cilegon dalam masalah agama dipengaruhi oleh lingkungan dan pengalaman budaya dan agama di sekitarnya. Namun, kedatangan kelompok Muslim kelas menengah perkotaan baru yang kebanyakan bermigrasi dari kota-kota yang lebih besar dan lebih maju, serta munculnya generasi-generasi baru kaum Muslim di Kota Serang dan Kota Cilegon dan kota-kota sekitarnya lainnya yang tinggal di perkotaan telah secara signifikan mengubah lanskap ekspresi budaya dan agama, dan tradisi Islam di Kota Serang dan Kota Cilegon.

Kelompok-kelompok Muslim kelas menengah perkotaan yang tergabung dalam organisasi-organisasi keagamaan dan pengajian-pengajian di kompleks perumahan telah menjadikan ajang tersebut sebagai tempat yang signifikan untuk mendiskusikan, mempraktikkan, dan menyebarkan kombinasi antara budaya pop dan Islam yang “sesungguhnya” di mana mereka kebanyakan tidak memiliki latar belakang pendidikan Islam dan relatif baru dengan ide-ide ajaran Islam. Tren ini telah mendapatkan popularitas sejak jatuhnya pemerintahan Orde Baru di daerah perkotaan Indonesia. Pembuatan otoritas keagamaan secara terus-menerus melibatkan interaksi yang rumit antara dua sisi: ekspresi lokal Islam dan pemahaman dan praktik-praktik Islam asing. Akibatnya, telah terjadi fragmentasi umat, suatu kondisi yang memburuk oleh polarisasi politik yang merajalela sejak pemilihan presiden 2014. Kota Serang dan Kota Cilegon hanyalah dua contoh, sementara keadaan yang sama juga terjadi di daerah perkotaan lain di Indonesia. Artinya, secara garis besar, seperti yang sudah dikemukakan di bagian pendahuluan, komodifikasi Islam dalam ekonomi pasar yang sedang terjadi pada Muslim perkotaan Banten turut membantu menjelaskan fenomena umum yang terjadi di Asia di mana menurut Kitiarsa ada ‘alur rasional’ yang membuat agama-agama di Asia dapat membentuk hubungan yang intim dengan ekonomi pasar melalui proses modernisasi.⁴⁸

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendanai penelitian ini dalam kategori Block Grant Penelitian

Kompetitif Kelompok, klaster Penelitian Dasar Interdisipliner tahun anggaran 2018 hingga akhirnya hasil penelitian tersebut dapat kami publikasikan. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada anonymous reviewers dari jurnal Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies yang telah memberikan saran dan masukan yang berharga bagi tulisan ini. Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.

CATATAN AKHIR

- 1 Pattana Kitiarsa, *Introduction: Asia's Commodified Sacred Canopies*, in *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, edited by Pattana Kitiarsa, (London and New York: Routledge, 2008).
- 2 Ibid.
- 3 Mohammed Ayoob, *The Many Faces of Political Islam: Religion and Politics in the Muslim World*, (Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2007).
- 4 Olivier Roy, *Globalized Islam: The Search for a New Ummah*, (London: Hurst & Co, 2004).
- 5 Yanwar Pribadi, *Islam, State and Society in Indonesia: Local Politics in Madura*, (London and New York: Routledge, 2018).
- 6 Pattana Kitiarsa, op. cit.
- 7 Peter Berger, *A Far Glory: The Quest of Faith in an Age of Credulity*, (New York: Doubleday, 1992).
- 8 Greg Fealy and Sally White (eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, (Singapore: ISEAS, 2008).
- 9 Vedi R Hadiz, *Islamic Populism in Indonesia and the Middle East*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2016).
- 10 Salwa Ismail, *Rethinking Islamist Politics: Culture, the State and Islamism*, (London and New York: I.B. Tauris, 2006).
- 11 Ernest Gellner, *Muslim Society*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1981).
- 12 Peter Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Social Theory of Religion*, (Garden City, NY: Doubleday, 1967).
- 13 Pattana Kitiarsa, op. cit. Florian Pohl, "Islamic Education and Civil Society: Reflections on the Pesantren Tradition in Contemporary Indonesia", (*Comparative Education Review* 50, No. 3: 389-409, 2006).
- 14 Salwa Ismail, *Rethinking Islamist Politics: Culture, the State and Islamism*, (London and New York: I.B. Tauris, 2006).
- 15 Charlene Tan, *Islamic Education and Indoctrination: The Case in Indonesia*, New York and Abingdon: Routledge, 2011).
- 16 James B Hoesterey, "Prophetic Cosmopolitanism: Islam, Pop Psychology, and Civic Virtue in Indonesia", (*City & Society* 24, Issue 1: 38-61, 2012).
- 17 Ariel Heryanto, "Upgraded Piety and Pleasure: the New Middle Class and Islam in Indonesian Popular Culture", in *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malay-*

- sia, edited by Andrew N. Weintraub, (London and New York, 2011).
- 18 Noorhaidi Hasan, "Islamizing Formal Education: Integrated Islamic Schools and a New Trend in Formal Education Institution in Indonesia", (Working Paper No. 172, S. Rajaratnam School of International Studies, Singapore, 2009)
- 19 Inaya Rakhmani, "The Commercialization of Da'wah: Understanding Indonesian Sinetron and Their Portrayal of Islam", (The International Communication Gazette 76, No. 4-5: 340-359, 2014).
- 20 Sulfikar Amir, "A Message from Ashabirin: High Technology and Political Islam in Indonesia", in *Mediating Piety: Technology and Religion in Contemporary Asia*, edited by Francis Khok Gee Lim, (Leiden and Boston: Brill, 2009).
- 21 Daromir Rudnyckij, "PowerPointing Islam: Form and Spiritual Reform in Reformasi Indonesia", in *Mediating Piety: Technology and Religion in Contemporary Asia*, edited by Francis Khok Gee Lim. (Leiden and Boston: Brill, 2009).
- 22 Hui Yew-Foong, "Introduction: Encountering Islam", in *Encountering Islam: The Politics of Religious Identities in Southeast Asia*, edited by Hui Yew-Foong, (Singapore: ISEAS, 2013).
- 23 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.
- 24 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.
- 25 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.
- 26 James B Hoesterey and Marshall Clark, "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia", (*Asian Studies Review* 36, Issue 2: 207-226, 2012).
- 27 Joyce Marie Mushaben, "Gender, HipHop and Pop-Islam: the Urban Identities of Muslim Youth in Germany", (*Citizenship Studies* 12, Issue 5: 507-526, 2008).
- 28 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.
- 29 P.J Vatikiotis, *Islam and the State*, (London and New York: Routledge, 1991).
- 30 Noorhaidi Hasan, "Islamizing Formal Education: Integrated Islamic Schools and a New Trend in Formal Education Institution in Indonesia", (Working Paper No. 172, S. Rajaratnam School of International Studies, Singapore, 2009).
- 31 Pattana Kitiarsa, op. cit.
- 32 J.D Howell, "'Calling' and 'Training': Role Innovation and Religious De-differentiation in Commercialised Indonesian Islam", (*Journal of Contemporary Religion* 28, No. 3: 401-419, 2013).
- 33 Yanwar Pribadi, *Islam, State and Society in Indonesia: Local Politics in Madura*, (London and New York: Routledge, 2018).
- 34 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan organisasi dalam tulisan ini.
- 35 Rachel Rinaldo, "Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia", (*Contemporary Islam* 2: 23-39, 2008).
- 36 Untuk kepentingan privasi, kami menyamarkan seluruh nama, tempat, dan

organisasi dalam tulisan ini.

- 37 Andreas Ufen, "Mobilising Political Islam: Indonesia and Malaysia Compared", (*Commonwealth & Comparative Politics* 47, No. 3: 308–333, 2009).
- 38 Vedi R Hadiz, *Islamic Populism in Indonesia and the Middle East*, (Cambridge: Cambridge University Press, 2016).
- 39 Vedi R Hadiz, op. cit.
- 40 M.A Tihami, *Kiyai dan Jawara di Banten: Studi tentang Agama, Magi, dan Kepemimpinan di Desa Pasanggrahan Serang, Banten*, (MA Thesis, Universitas Indonesia, 1992). Ian Douglas Wilson, "The Politics of Inner Power: The Practice of Pencak Silat in West Java", (Ph.D Thesis, Murdoch University, 2003).
- 41 Yanwar Pribadi, "Another Side of Islam in Banten: the Socio-Political Roles of Jawara during the New Order Era 1966-1998", (*Journal of Indonesian Islam* 7, No. 2: 314-336, 2013).
- 42 Martin van Bruinessen, "Ghazwul Fikri or Arabization? Indonesian Muslim Responses to Globalization", in *Southeast Asian Muslims in the Era of Globalization*, edited by Ken Miichi and Omar Farouk, (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015).
- 43 Robert W Hefner, "Introduction: Modernity and the Remaking of Muslim Politics", in *Remaking Muslim Politics: Pluralism, Contestation, Democratization*, edited by Robert W. Hefner, (Princeton: Princeton University Press, 2005).
- 44 Martin van Bruinessen, op. cit.
- 45 Myengkyo Seo, "Defining 'Religious' in Indonesia: toward Neither an Islamic nor a Secular State", (*Citizenship Studies* 16, No. 8: 1045-1058, 2012).
- 46 Mohamad Abdun Nasir, "The ζ Ulamâ^{3/4}, Fatâwâ and Challenges to Democracy in Contemporary Indonesia", (*Islam and Christian–Muslim Relations* 25, No. 4: 489-505, 2014).
- 47 Dale F Eickelman and James Piscatori, *Muslim Politics*, (Princeton: Princeton University Press, 1996).
- 48 Pattana Kitiarsa, op. cit.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Sulfikar. 2009. "A Message from Ashabirin: High Technology and Political Islam in Indonesia", in *Mediating Piety: Technology and Religion in Contemporary Asia*, edited by Francis Khok Gee Lim. Leiden and Boston: Brill.
- Ayoob, Mohammed. 2007. *The Many Faces of Political Islam: Religion and Politics in the Muslim World*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Berger, Peter. 1967. *The Sacred Canopy: Elements of a Social Theory of Religion*. Garden City, NY: Doubleday.
- Berger, Peter. 1992. *A Far Glory: The Quest of Faith in an Age of Credulity*, New York: Doubleday.
- Bruinessen, Martin van. 2015. "Ghazwul Fikri or Arabization? Indonesian Muslim Responses to Globalization", in *Southeast Asian Muslims in the Era of Globalization*, edited by Ken Miichi and Omar Farouk. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Eickelman, Dale F. and James Piscatori. 1996. *Muslim Politics*. Princeton: Princeton

- University Press.
- Fealy, Greg and Sally White (eds.). 2008. *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Gellner, Ernest. 1981. *Muslim Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hadiz, Vedi R. 2016. *Islamic Populism in Indonesia and the Middle East*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hasan, Noorhaidi. 2009. "Islamizing Formal Education: Integrated Islamic Schools and a New Trend in Formal Education Institution in Indonesia". Working Paper No. 172, S. Rajaratnam School of International Studies, Singapore.
- Hefner, Robert W. 2005. "Introduction: Modernity and the Remaking of Muslim Politics", in *Remaking Muslim Politics: Pluralism, Contestation, Democratization*, edited by Robert W. Hefner. Princeton: Princeton University Press.
- Heryanto, Ariel. 2011. "Upgraded Piety and Pleasure: the New Middle Class and Islam in Indonesian Popular Culture", in *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, edited by Andrew N. Weintraub. London and New York.
- Hoesterey, James B. 2012. "Prophetic Cosmopolitanism: Islam, Pop Psychology, and Civic Virtue in Indonesia". *City & Society* 24, Issue 1: 38-61.
- Hoesterey, James B. and Marshall Clark. 2012. "Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia". *Asian Studies Review* 36, Issue 2: 207-226.
- Howell, J.D. 2013. "'Calling' and 'Training': Role Innovation and Religious Differentiation in Commercialised Indonesian Islam". *Journal of Contemporary Religion* 28, No. 3: 401-419.
- Ismail, Salwa. 2006. *Rethinking Islamist Politics: Culture, the State and Islamism*. London and New York: I.B. Tauris.
- Kitiarsa, Pattana. 2008. "Introduction: Asia's Commodified Sacred Canopies", in *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, edited by Pattana Kitiarsa. London and New York: Routledge, 2008.
- Lukens-Bull, Ronald. 2008. "Commodification of Religion and the 'Religification' of Commodities", in *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*, edited by Pattana Kitiarsa. London and New York: Routledge.
- Mushaben, Joyce Marie. 2008. "Gender, HipHop and Pop-Islam: the Urban Identities of Muslim Youth in Germany". *Citizenship Studies* 12, Issue 5: 507-526.
- Nasir, Mohamad Abdun. 2014. "The $\frac{3}{4}$ Ulamâ, Fatâwâ and Challenges to Democracy in Contemporary Indonesia. *Islam and Christian-Muslim Relations* 25, No. 4: 489-505.
- Pohl, Florian. 2006. "Islamic Education and Civil Society: Reflections on the Pesantren Tradition in Contemporary Indonesia". *Comparative Education Review* 50, No. 3: 389-409.
- Pribadi, Yanwar. 2013. "Another Side of Islam in Banten: the Socio-Political Roles of Jawara during the New Order Era 1966-1998". *Journal of Indonesian Islam* 7, No. 2: 314-336.
- Pribadi, Yanwar. 2018. *Islam, State and Society in Indonesia: Local Politics in Madura*. London and New York: Routledge.

- Rakhmani, Inaya. 2014. "The Commercialization of Da'wah: Understanding Indonesian Sinetron and Their Portrayal of Islam". *The International Communication Gazette* 76, No. 4-5: 340-359.
- Rinaldo, Rachel. 2008. "Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia". *Contemporary Islam* 2: 23-39.
- Roy, Olivier. 2004. *Globalized Islam: The Search for a New Ummah*. London: Hurst & Co.
- Rudnyckij, Daromir. 2009. "PowerPointing Islam: Form and Spiritual Reform in Reformasi Indonesia", in *Mediating Piety: Technology and Religion in Contemporary Asia*, edited by Francis Khok Gee Lim. Leiden and Boston: Brill.
- Seo, Myengkyo. 2012. "Defining 'Religious' in Indonesia: toward Neither an Islamic nor a Secular State". *Citizenship Studies* 16, No. 8: 1045-1058.
- Tan, Charlene. 2011. *Islamic Education and Indoctrination: The Case in Indonesia*. New York and Abingdon: Routledge.
- The Oxford English Dictionary 1989.
- Tihami, M.A. 1992. *Kiyai dan Jawara di Banten: Studi tentang Agama, Magi, dan Kepemimpinan di Desa Pasanggrahan Serang, Banten*. MA Thesis, Universitas Indonesia.
- Ufen, Andreas. 2009. "Mobilising Political Islam: Indonesia and Malaysia Compared". *Commonwealth & Comparative Politics* 47, No. 3: 308-333.
- Vatikiotis, P.J. 1991. *Islam and the State*. London and New York: Routledge.
- Wilson, Ian Douglas. 2003. "The Politics of Inner Power: The Practice of Pencak Silat in West Java". Ph.D Thesis, Murdoch University.
- Yew-Foong, Hui. 2013. "Introduction: Encountering Islam", in *Encountering Islam: The Politics of Religious Identities in Southeast Asia*, edited by Hui Yew-Foong. Singapore: ISEAS.

