

WARUNG KOPI DAN SIMBOLISASI KEISLAMAN

(Studi Kasus Di Kota Yogyakarta)

Oleh:
Rohimi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: dinobastian11@gmail.com

Abstract: Coffee is one of the plantation products that have such a culminative income. coffee is someone's favorite drink in almost every country including the Indonesian people, for example in Makassar, Jakarta, Surabaya, Bandung and the city of Yogyakarta. This study aims to analyze how the existence of coffee, coffee shops and the symbolization of Islamic values in the city of Yogyakarta. This research is a field research conducted in several coffee shops in the city of Yogyakarta, with data collection methods namely interviews, observation and documentation. Sources of data used in this study are primary sources from field results and secondary sources assisted by literature review or research that is relevant to the discussion theme raised by the researcher in this study. The results and discussion in this study that the purpose or perspective of Islamic symbols in this coffee shop can be concluded by researchers like. First, to increase the religious value of the visitors who visit the coffee shop. Second, to continue to carry out worship for coffee connoisseurs, so that they are not only concerned with the world or their pleasures when facing a coffee shop (aesthetic). Symbols of Islamic values in coffee shops in the city of Yogyakarta also include places of worship (mushola), writing Islamic nuances as a form of enhancing the spirituality of visitors in coffee shops, and creating discussion agendas with the theme of religious values.

Keyword: *Coffee, The Value of Islamic Symbolization, Coffee Shop and The City of Yogyakarta*

Abstrak: Kopi merupakan salah satu menjadi hasil perkebunan yang memiliki penghasilan yang begitu cukup kulminatif. kopi merupakan minuman kegemaran seseorang hampir di setiap negara termasuk juga masyarakat Indonesia, misalnya di Makasar, Jakarta, Surabaya, Bandung dan Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana eksistensi

kopi, warung kopi dan simbolisasi nilai-nilai keislaman di kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang di lakukan di beberapa warung kopi di Kota Yogyakarta, dengan metode pengumpulan data yakni wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sumber primer dari hasil lapangan dan sumber skunder dibantu dengan hasil telaah pustaka atau penelitian yang relevan dengan tema pembahasan yang diangkat oleh peneliti di dalam penelitian ini. Hasil dan pembahasan di dalam penelitian ini bahwa Tujuan atau prosepaktif dari simbol-simbol keislaman pada warung kopi ini dapat peneliti simpulkan di seperti. Pertama, untuk meningkatkan nilai religiusitas dari para pengunjung yang berkunjung ke warung kopi. Kedua, untuk terus menjalankan ibadahnya bagi para penikmat kopi, agar tidak hanya mementingkan dunia atau kesenangannya saja saat beradap di warung kopi (estetisme). Simbol-simbol nilai keislaman pada warung kopi di kota yogyakarta juga meliputi adanya tempat ibadah (mushola), dituliskan teks-teks yang bernuasa keislaman sebagai bentuk dalam meningkatkan spritualitas pengunjung di warung kopi, dan membuat agenda diskusi yang ditemakan dengan nilai-nilai religiusitas.

Kata Kunci: *Kopi, Simbolisasi Nilai-Nilai Keislaman, Warung Kopi dan Kota Yogyakarta*

A. PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu menjadi hasil perkebunan yang memiliki penghasilan yang cukup kulminatif. Menurut Rahardjo, kopi tidak hanya menjadi devisa negara.¹ Tapi melainkan menjadi sumber penghasilan setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia.² Menurut Bambang, bahwasannya eksistensi kopi Indonesia dapat bersaing di kancah dunia³ dan menjadi produsen kopi terbesar

¹<https://docplayer.info/32115998-Pengaruh-suhu-dan-lama-penyangraian-terhadap-tingkat-kadar-air-dan-keasaman-kopi-robusta.html>. Di akses tanggal 21 Januari 2020.

²Pudji Rahardjo, *panduan budidaya dan pengolaha kopi arabika dan robusa* (Jakarta: penebar swadaya, 2012).

³Bambang Marhaenanto dan Deddy Wirawan Soedibyo dkk, "Penentuan lama sangrae kopi berdasarkan variasi derajat sangrai menggunakan model warna RGB pada pengolahan citra digital," *Jurnal agroteknologi* Vol 09, No 02, hlm 102.

ke-3 di dunia⁴ setelah negara Brazil dan juga Vietnam.⁵ Namun pada tahun 2015 Indonesia menurun menjadi ranking ke-4 setelah Colombia⁶. Oleh karena itu, eksistensi kopi menjadi minuman konsumsi terbanyak di dunia menurut *Internasional Coffee Organization* (ILO) pada tahun 2015.⁷ Menurut Chismirina, masyarakat Indonesia memang sangat diakui banyak yang suka mengkonsumsi kopi. Di mana kopi sebagai minuman yang sederhana, tapi menyimpan banyak hasiat untuk kesehatan.⁸ Karena semakin meningkatnya konsumsi kopi di tengah-tengah masyarakat, kemudian berimbas menjadi pola gaya hidup masyarakat dan kopi sudah menjadi identitas bagi seseorang.⁹

Eksistensi kopi dalam kehidupan manusia tidak lepas dari berbagai macam faktor yang membuat manusia memproduksi dan mengkonsumsi kopi. Bahkan kopi berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Menurut Kurniawan, kopi merupakan minuman kegemaran seseorang hampir di setiap negara termasuk juga masyarakat Indonesia. Kemudian industri kopi semakin meningkat pesat sampai melahirkan istilah *cafe* tempat tongkrongan di setiap kota-kota. Dengan demikian, eksistensi warung kopi atau biasa disebut dengan

⁴Oriza Sativa, Yuwana, dan Bonodikun, "Karakteristik fisik buah kopi , kopi beras dan hasil olahan kopi rakyat di desa sidang jati," *Jurnal Agroindustri* Vol 4, No 2 November (2014), hlm 66.

⁵M. Balya F. Barlman dan Sony Suwasono dkk, "Karakteristik fisik dan organoletik biji kopi arabika hasil pengolahan semi basah dengan variasi jenis wadah dan lama fermentasi (studi kasus di desa pedati dan sukosawah kabupaten bondowoso)," *Agrointek* Volume 7, No. 2 Agustus (2013), hlm 108.

⁶Jef Rudiantho Saragih, "Aspek ekologis dan determinan produksi kopi arabika spesialti di wilayah dataran tinggi sumatera utara," *Jurnal wilayah dan lingkungan* Volume 6, No 2 Agustus (2018), hlm 75.

⁷Kristianto Pradipta dan Kiki Febrianto, "Jurnal review perbedaan air seduh terhadap persepsi multisensoris kopi," *Jurnal pangan dan agroindustri* Vol 5, No 01 Januari (2017), hlm 85.

⁸Santi Chismirina dan Ridha Andyani dkk, "Pengaruh kopi arabika dan kopi robusta terhadap viskositas saliva secarain vitro," *Cakradonya dent* 6 (2) (2014), hlm 688.

⁹Pradipta dan Febrianto, "Jurnal review perbedaan air seduh terhadap persepsi multisensoris kopi," hlm 86.

cafe, kedai, dan shop, istilah ini menjadikan yang trend dan sudah menjadi ruang kebutuhan bagi para penikmat kopi.¹⁰

Trend akan para komsumtif atau penikmat kopi, tidak akan pernah lepas dari bagaimana terjadinya transisional dari minum kopi di rumah menjadi minum kopi di warung kopi yang lebih dinikmati dengan penuh rasa santai dan menggoyahkan kegembiraan, bahkan saat ini warung kopi menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Kopi merupakan sesuatu yang menarik dan sederhana untuk menikmati perbincangan dan diskusi para penikmat kopi. Sedangkan warung kopi merupakan entitas ruang yang menitipkan kesan harmoni dalam jiwa yang patut dirasakan oleh para penikmat kopi, dimana penikmat kopi merupakan orang-orang yang hadir ke warung kopi untuk menikmati kopi yang cukup menjadi minuman sederhana.¹¹ Sedangkan menurut Dea, kopi merupakan minuman sederhana yang bersifat eksotis untuk dinikmati, dan minum kopi biasanya hanya dilakukan oleh orang tua saat waktu luang. Akan tetapi, masa dewasa saat ini kopi sudah merambat ke dunia yang cukup trending dan memicu niat masyarakat untuk dinikmati di tempat yang menghadirkan suasana yang ramai, karena menikmati kopi sangat dekat dengan kondisi yang bersenggawa dan bercengkrama dengan teman sejawat maupun teman sepelajar.¹²

Namun istilah kopi memang lahir sudah cukup lama. Dalam penelitiannya Aflahah Misbah, menjelaskan mulai dari tentang cara minum kopi pertama kali yang lahir dari seorang sufi sekaligus intelektual Muslim asal Yaman yakni Muhammad Aldhabhani, yang diperkenalkan sekitaran pada pertengahan Abad

¹⁰Ardiyetya Kurniawan, "*Prilaku komsumtif remaja penikmat warung kopi*," *Jurnal Sosiologi* Vol. 32, No. 1 (Tahun 2017), hlm 9-10.

¹¹Kurniawan, hlm 12.

¹²Dea Ayu Pramita dan Indah Sri Vinasti, "*Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di mato kopi Yogyakarta*," *Jurnal pendidikan sosiologi* Volume 5, No. 6 (2016), hlm 3.

ke-15.¹³ Dengan semakin berkembangnya kehidupan sosial, jika melihat perkembangan popularitas kopi pada saat ini pun sudah menjadi trend dan kebudayaan. Di mana dengan hadirnya konsep kafe yang dijadikan sebagai tempat minum kopi, walaupun dalam sisi lain itu menyimpan status yang berbeda. Di amerika sendiri, budaya ngopi lahir sekitaran pada Tahun 1979 dengan sebutan kopi sturbucks yang berdiri di kota Pake Place. Sedangkan budaya ngopi di Indonesia, misalnya di Jakarta itu sudah ada sejak tahun 1999an.¹⁴ Oleh karena itu, konsep nongkrong di warung kopi sudah menjadi budaya dan tempat kongkow, karena warung kopi sudah banyak menjadi tempat persinggahan bagi masyarakat terlebih-lebih para kaum intelektual muda. Karena eksistensi warung kopi sudah banyak menyentuh kota-kota besar di Indonesia. Misalnya di Makasar, Jakarta, Surabaya, Bandung dan Yogyakarta.¹⁵ Bahkan di kota Yogyakarta sendiri, entitas warung kopi sudah sangat beragam dan semakin terus meningkat¹⁶ sudah menjadi kebiasaan dan keharusan bagi masyarakat modern. Karena entitas warung kopi bisa membantu suasana yang tidak menyenagkan kemudian menghadirkan suasana yang rileks untuk saling berdiskusi.¹⁷

Mahasiswa atau para pelajar di kota Yogyakarta sudah semakin meningkat atau berbondong-bondong di warung kopi sebagai tempat kongkow, entah itu untuk belajar, diskusi maupun untuk kumpul dengan teman-temannya. Bahkan banyak yang hampir sampai menghabiskan malamnya di warung kopi,

¹³Aflahah Misbah, "Kopi, warung kopi dan potensi studi keislaman," *Jurnal Al-A'raf* Vo. XV, No. 2 Juli-Desember (2018), hlm 177.

¹⁴Irwanti Said, "Warung kopi dan gaya hidup modern," *Jurnal Al-Khitabah* Volume III, No. 1 Juni (2017), hlm 36.

¹⁵Gagas Ulung, *Ngopi Yuk! 50 Tempat Ngopi Paling Asyik se-Jabodetabek*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm 5.

¹⁶Ayu Pramita dan Sri Vinasti, "Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di mato kopi Yogyakarta," hlm 4.

¹⁷Irwanti Said, "Warung kopi dan gaya hidup modern," *Jurnal Al-Khitabah* Volume III, No. 1 Juni (2017), hlm 34.

kemudian dari pelbagai macam warung kopi di kota Yogyakarta, menjadikan kota Yogyakarta sendiri menjadi kota pelajar bahkan ada yang menyebutkan Yogyakarta kota kopi (*the city cooffee of Yogyakarta*), karena memang dengan realitanya kota Yogyakarta begitu dihiasi dengan entitas warung kopi.¹⁸

Namun entitas warung kopi sekarang sudah terlihat sebagai bagian dalam menjaga nilai-nilai keislaman. Di kota Yogyakarta sendiri, banyak warung kopi yang menyandingi eksistensinya dengan tempat peribadatan seperti mushola dan lain sebagainya. Setidaknya hal ini menjadi inovatif dan juga terus menalar untuk menjaga religiusitas masyarakat, lebih khusus lagi bagi anak-anak muda yang kerap kali disebut sebagai orang yang banyak menghiasi dan membanjiri warung kopi. Karena setegas apa eksistensi warung kopi yang terlahir sebagai tempat bersantai, membaca, ngobrol dan nongkrong dengan teman-teman. Akan tetapi, di balik itu, warung kopi yang terlihat pula dalam memerhati nilai-nilai keislaman, bahwasannya di kota Yogyakarta sendiri, eksistensi warung kopi yang dikombinasikan dengan nilai-nilai keislaman. Karena nilai-nilai keislaman ini, tidak hanya bersifat materi maupun non-material untuk bagaimana meningkatkan keagamaan dan religiusitas orang-orang yang hadir di tengah-tengah warung kopi.

Dari inisiasi ini, peneliti tertarik untuk menganalisis kopi dan simbolisasi keislaman di dalam warung kopi. Di mana secara fundamentalis, penulis melihat ada hal-hal menarik yang selalu mencerminkan pola keislaman di dalam entitas warung kopi di Kota Yogyakarta. Karena kita tahu, memang di Indonesia yang terlahir sebagai negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim. Dari itu, peneliti melihat ada urgensinya akan eksistensi simbol-simbol nilai keislaman yang terbangun di tengah-tengah warung kopi dan keramaian masyarakat yang menikmati kopi di warung kopi.

¹⁸Ayu Pramita dan Sri Vinasti, "Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di mato kopi Yogyakarta," hlm 5.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif atau penelitian apangan (*Field research*), kemudian di tambah dengan sumber dari pustaka. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan dalam penelitian ini, untuk menganalisis eksistensi kopi dan simbolisasi keislaman didalam warung kopi itu sendiri, seperti halnya dengan adanya mushola, catatan-catatan bernuansa islami dan lain lain sebagainya. Sumber data dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data dari informan yakni orang-orang yang ngopi di dalam warung kopi maupun pemilik warung kopi itu sendiri. Kemudian di tambah dengan sumber skunder yakni penulis menyempurnakan dengan hasil-hasil tulisan yang relevan dengan tema besar yang diangkat oleh penulis didalam penelitian ini, seperti penulis mendapatkan data dari artikel jurnal, buku-buku dan tulisan-tulisan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Nilai-Nilai Keislaman Pada Warung Kopi di Kota Yogyakarta

Berbicara tentang warung kopi, lebih baik kita fahami secara mendasar, misalnya warung kopi itu sebagai sebuah ruang yang di klaim dengan sebutan cafe. Di jogja sendiri salah satu contoh di Joglo Cafe, cafe basa-basi dan kokambar dan lain sebagainya. Menurut Herlyana, yang mengutip kompas cyber tahun 2005, kata kafe itu berasal dari bahasa prancis yakni kedai kopi, sedangkan cafe yang berarti sebuah kopi.¹⁹ Warung kopi di kota yogyakarta sebagai salah satu ruang bagi sebagaian populasi manusia. Warung kopi dapat berkisaran sebagai strategin dalam memperlabcar tingkat spritualitas individu, di mana dengan eksistensi tempat ibadah (mushola) di setiap warung kopi merupakan bentuk simbolik yang berpengaruh kepada nilai-nilai keislaman

¹⁹Elly Herlyana, "*Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda,*" *thaqafiyat Vol. 13*, No. 1 Juni (2012), hlm 190.

yang dituangkan atau direpresentasikan di dalam warung kopi. Oleh karena dengan eksistensi tempat ibadah ini, setidaknya mampu mengubah wacana akan kelalaian individu soal agama atau religiusitasnya terhadap eksistensinya di warung kopi. Sehingga persepektif dari berbagai simbol religius di warung kopi, dapat menuangkan nilai-nilai keislaman yang seharusnya terus membumbungkan eksistensi para penikmat kopi di warung kopi.

Menurut salah satu penikmat kopi akan eksistensi tempat ibadah di lingkungan warung kopi itu sebagai salah satu hal positif dalam level meningkatkan nilai religiusitas individu atau masyarakat yang berkunjung atau melakukan relasi di warung kopi. Dalam kaca mata sosiologis, bahwa interaksi atau proses sosial itu sebagai bentuk timbal balik antar manusia dalam satu ruang, dan saling membentuk sistem di dalam suatu lingkungan.²⁰ Di dalam warung kopi, individu juga menerapkan nilai sosial untuk saling melakukan hubungan antar individu satu dengan individu yang lain dan lebih relevannya di warung kopi sebagai tempat yang paling positif dan produktif untuk melakukan interaksi sosial.

Pentingnya simbol-simbol islamis di warung kopi juga untuk mengingat pentingnya ibadah salah satu contohnya (*sholat*) bagi masyarakat yang datang berkunjung ke warung kopi untuk nongkrong atau kongkow. Karena mengingatnya pentingnya nilai-nilai religiusitas yang harus tetap dijalankan dan dikerjakan, sehingga eksistensi simbol-simbol keislaman seperti tempat ibadah (*mushola*) ini, bertujuan sebagai wadah bagi masyarakat atau individu yang datang nongkrong di warung kopi untuk tetap menjalankan ibadahnya (*sholat*) agar tetap memberikan nilai positif terhadap dirinya sendiri dan akheratnya.

b. Pola Simbolisasi Nilai-Nilai Keislaman Pada Warung Kopi di Kota Yogyakarta

²⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi suatu pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), hlm 54-56.

Ruang publik tidak bisa dibatasi dengan suatu bentuk keberagaman yang diyakini oleh masyarakat. Warung kopi sudah menjadi trend dan sudah membudaya untuk dijadikan sebuah ruang dalam merepresentasikan diri manusia dalam menjalani eksistensi kehidupan. Menurut Abdul, kehadiran kopi sebagai minuman yang sederhana bahkan sudah mendunia. Di kancah perdagangan barang komoditi, kopi menempati rangking ke-dua setelah minyak bumi. Di Indonesia sendiri berbicara tentang ekspor produk kopi sudah menempati urutan yang strategis di level dunia.²¹ Oleh karena itu, semakin pesatnya perkembangan entitas kopi sebagai minuman yang di produksi dan di konsumsi oleh khalayak ramai dan menjadi sebuah gaya hidup. Menurut Fauzi, gaya hidup yang terjadi akibat eksistensi kopi menjadikan sebuah transisional antara kehidupan minum kopi di tempat biasa menjadi minum kopi di cafe-cafe.²² Di mana perkembangan warung kopi saat ini juga menarik benang merah antara kondisi kehidupan sosial dengan realitas keagamaan. Karena eksistensi warung kopi yang mengkombinasikan dengan entitas keagamaan itu mencerminkan suatu pola perubahan sosial ke ranah islami.

Menurut penulis sendiri, melihat warung kopi sudah mencerminkan realitas keagamaan. Karena didalam ruang lingkup warung kopi juga memfasilitasi pola-pola keagamaan. Di kota Yogyakarta sendiri, eksistensi warung kopi sudah menyebar ke seluruh bagian. Dalam penelitiannya Dea, menyebutkan bahwa entitas warung kopi sudah hampir menyentuh semua kota-kota besar di Indonesia terlebih-lebih kota Yogyakarta. Mengingat pentingnya interaksi sosial atau proses sosial dalam wacana sosiologis yakni sebagai syarat utama dalam melakukan interaksi antar individu satu dengan individu yang lain. Interaksi sosial sebagai jalan membentuk hubungan manusia

²¹ Abdul Halik, dkk, "Pengembangan usaha warung kopi di desa bungah, desa lasem kabupaten gersik," *Jurnal pengabdian LPPM untag Surabaya* Vol. 1, No.2 November (2015), hlm 97.

²² Catherine Tucker, "*Coffee Culture :Local Experience, Global conection*," t.t., hlm 7.

di dalam satu lingkungan.²³ Sehingga di dalam warung kopi di Yogyakarta seperti hasil analisis peneliti sendiri itu sudah bisa terlihat sebagai bentuk wacana sosial dan bentuk interaksi antar individu. Namun positifnya, bahwa warung kopi tidak hanya melibatkan wacana keduniawian saja (*secular trend*), namun bisa menyentuh simbol-simbol religiusitas juga (*religius trend*).²⁴

Sebagian besar warung kopi di Yogyakarta memfasilitasi tempat-tempat ibadah seperti mushola. Misalnya seperti warung kopi joglo, kopi kampung ambarukmo (KOKAMBAR), bejong ngopi, basa-basi, bang alex, joglo dan diraja cafe bahkan di warung kopi lainnya yang berada di Kota Yogyakarta. Entitas peribadan itu juga terlihat tidak pernah hanya menjadi sebuah simbolisasi saja. Namun mereka yang menikmati kopi di malam pagi sampai malam hari di warung kopi juga menyempatkan diri untuk melakukan ibadah seperti melakukan solat. Walaupun kadang banyak teori yang menyatakan warung kopi untuk sebagai tempat belajar diskusi dan ngerumpi bareng. Tapi setidaknya kewajiban juga sangat perlu untuk dijaga dan dijalankan di manapun berada. Warung kopi yang mengkombinasikan realitasnya dengan simbol-simbol keagamaan yang mencerminkan suatu nilai keislaman seperti entitas peribadan (*mushola*), hal itu tidak lepas dari bagaimana menjaga unsur kebudayaan dalam islam itu sendiri. Sehingga warung kopi yang di kalam sebagai tempat bersantai, menenangkan pikiran dan ngobrol lebih khususnya lai yang produktif untuk belajar dan berdiskusi. Akan tetapi, warung kopi juga menjadi bentuk bagian ruang publik yang tidak lepas dalam menjaga nilai-nilai keislaman.

Oleh karena itu, nilai-nilai keislaman yang tersimpan dalam bingkai warung kopi itu tidak lepas dari sifat fundamentalis keagamaan seperti mushola. Walaupun secara arti garis besar warung kopi tempat nongkrong. Nongkrong dalam arti bahasa Indonesia berarti "*tongkrong*" yang artinya duduk. Menurut

²³ Soekanto, *Sosiologi suatu pengantar*, hlm 55.

²⁴ Soekanto, hlm 136.

Mira yang di kutip oleh Dea, nongkrong berarti duduk dengan teman sebaya maupun teman sekelas yang berbicara sesuatu yang bersifat saling bercanda-tawa maupun serius.²⁵

Sehingga tidak heran jika eksistensi warung kopi yang dijadikan sebagai tempat yang trending terlebih-lebih untuk anak muda. Menurut dimyati, warung kopi di Yogyakarta sangat rentang sekali untuk dijadikan sebagai wadah untuk mengobrol, dan warung kopi di Yogyakarta 17 WIB.²⁶ Namun dalam analisis peneliti sendiri, warung kopi di kota Yogyakarta itu hampir buka 24 jam, tapi tergantung dari pelanggan atau orang yang ngopi. Misalnya di kafe basa-basi sendiri bukan dari jam 08.00-04.00. Sedangkan di Joglo cafe juga merupakan salah satu warung kopi yang merepresentasikan nilai-nilai keislaman dengan memfasilitasi mushola sebagai wadah bagi pelanggannya yang nongkrong di sana untuk terus menjalankan ibadah (solat). Warung kopi joglo juga merupakan entitas warung kopi yang buka dari pagi sampai pagi/24 jam.



Gambar kondisi penikmat kopi di beberapa warung kopi di kota Yogyakarta.

Aflahah Misbah juga yang membahas tentang kopi, warung kopi dan potensi studi keislaman berlandaskan tentang bagaimana suatu corak antara kopi, warung kopi yang kombinasikan dengan eksistensitas kaum muslim di

²⁵ Ayu Pramita dan Sri Vinasti, "Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di mato kopi Yogyakarta," hlm 4.

²⁶ Nur Dimyati, "Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Konstruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)," *Skripsi. Tidak Diterbitkan: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2009, hlm 34-35.

dalamnya. Menurut Aflahah Misbah sendiri, didalam ruang lingkup warung kopi terjadi suatu komunikasi antar muslim maupun non-muslim yang saling berdiskusi, ngobrol dan menikmati waktu luang didalam warung kopi. Dari sana, munculnya konsep tentang potensi keislaman yang terjalin ada di sela-sela kenikmatan yang dipadukan dalam warung kopi.²⁷

Dalam pandangan atau paradigmanya melihat antara kopi, warung kopi dan muslim yang sampai saat ini masih menyimpan karakter dan korelasi. Namun didalam penelitiannya Aflahah, lebih ke pola personaliti antara kopi, warung kopi dan muslim. Sedangkan dalam kajian penulis sendiri melihat dalam pola material dalam melihat korelasi antara kopi, warung kopi dan nilai keislaman seperti adanya entitas peribadatan seperti mushola, tempat wudu maupun teks-teksi yang berbaur keislaman yang khusus untuk terus menumbuhkan kembangkan nilai-nilai keislaman didalam ranah publik yang seharusnya jauh dari entitas keagamaan.

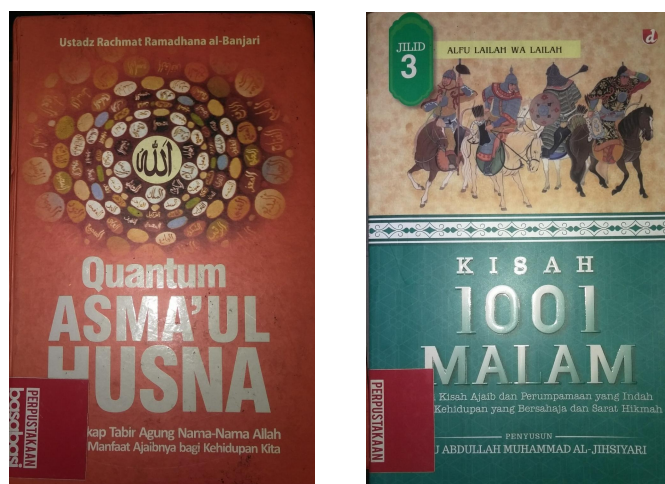
Selain mushola yang menjadi simbol nilai keislaman yang direpresentasikan di dalam warung kopi. Penulis juga melihat banyak kreasi yang dalam bentuk teks, yang juga merupakan bentuk nilai-nilai keislaman yang terjadi didalam warung kopi. Misalnya di kafe basa-basi ada beberapa tulisan yang secara substansi mencerminkan nilai keislaman yang terserat "*lebih baik agama ibarat garam. Meresap, menyebar dan membeberkan manfaat di mana-mana, tanpa kelihatan*". Quote ini juga merupakan bentuk bentuk merepresentasikan nilai-nilai keislaman di dalam warung kopi.

²⁷Aflahah Misbah, "Kopi, warung kopi dan potensi studi keislaman," *Jurnal Al-A'raf* Vol. XV, No. 2 Juli-Desember (2018), hlm 174-175.



Gambar tulisan yang bernuansa keislaman di warung kopi basa-basi Yogyakarta

Warung kopi atau Kafe basa-basi bahkan selalu membuat atau menuangkan kajian-kajian keislaman dengan berbagai materi yang religiusitas. Selain itu warung kopi basa-basi Yogyakarta juga memfasilitasi perpustakaan yang tidak hanya dipenuhi dengan buku-buku umum, akan tetapi juga banyak menuangkan dan memfasilitasi perpustakaannya (*libraries of basa basi coffeeshop*) dengan buku-buku islami. Sehingga menurut penulis sendiri, entitas warung kopi tidak hanya memenuhi fungsinya sebagai tempat atau ruang bagi kaum muda untuk bersantai dan berbincang dengan teman-temannya. Namun warung kopi juga berperan dalam meningkatkan nilai-nilai keislaman yang dituangkan dalam pelbagai macam simbolik.



Gambar buku-buku koleksi warung kopi basa-basi Yogyakarta

D. KESIMPULAN

Warung kopi sudah tren sebagai tempat tongkorongan dan tempat berinteraksinya individu. Warung kopi semakin kekinian juga semakin menuangkan beberapa inovasi sebagai contoh warung kopi di kota Yogyakarta. Banyak warung kopi yang disandingi dengan simbol-simbol dari nilai-nilai keislaman seperti warung kopi di kota yogyakarta sudah difasilitasi dengan tempat ibadah (*mushola*), quote yang bernuansa keislaman, bahkan juga melakukan kajian-kajian diskusi yang direlasikan dengan tema-tema islami. Dalam penelitian ini, peneliti merepresentasikan tentang warung kopi di kota Yogyakarta, di mana warung kopi di kota Yogyakarta ini dapat dikatakan sudah memenuhi kota Yogyakarta, dan banyak warung kopi yang disandingi dengan simbol-simbol nilai keislaman.

Tujuan atau prosepektif dari simbol-simbol keislaman pada warung kopi ini dapat peneliti simpulkan di seperti. *Pertama*, untuk meningkatkan nilai religiusitas dari para pengunjung yang berkunjung ke warung kopi. *Kedua*, untuk terus menjalankan ibadahnya bagi para penikmat kopi, agar tidak hanya mementingkan dunia atau kesenangannya saja saat beradap di warung kopi (*estetisme*). Simbol-simbol nilai keislaman pada warung kopi di kota yogyakarta juga meliputi adanya tempat ibadah (*mushola*), dituliskan teks-teks yang bernuansa keislaman sebagai bentuk dalam meningkatkan spritualitas pengunjung di warung kopi, dan membuat agenda diskusi yang ditemakan dengan nilai-nilai religiusitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Pramita, Dea, dan Indah Sri Vinasti. "Nongkrong di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di mato kopi Yogyakarta." *Jurnal pendidikan sosiologi* Volume 5, No. 6 (2016).
- Balya F. Barlman, M., dan Sony Suwasono dkk. "Karakteristik fisik dan organoletik biji kopi arabika hasil pengolahan semi basah dengan variasi jenis wadah dan lama fermentasi (studi kasus di desa pedati

- dan sukosawah kabupaten bondowoso)." *Agrointek* Volume 7, No. 2 Agustus (2013).
- Chismirina, Santi, dan Ridha Andyani dkk. "Pengaruh kopi arabika dan kopi robusta terhadap viskositas saliva secarain vitro." *Cakradonya dent* 6 (2) (2014).
- Dimiyati, Nur. "Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Konstruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)." *Skripsi. Tidak Diterbitkan: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 2009.
- Halik dkk, Abdul. "Pengembangan usaha warung kopi di desa bungah, desa lasem kabupaten gersik." *Jurnal pengabdian LPPM untag Surabaya* Vol. 1, No.2 November (2015).
- Herlyana, Elly. "Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda." *THAQAFIYAT* Vol. 13, No. 1 Juni (2012).
- Kurniawan, Ardiyetya. "Prilaku konsumtif remaja penikmat warung kopi." *Jurnal Sosiologi* Vol. 32, No. 1 (Tahun 2017).
- Marhaenanto, Bambang, dan Deddy Wirawan Soedibyo dkk. "Penentuan lama sangrae kopi berdasarkan variasi derajat sangrai menggunakan model warna RGB pada pengolahan citra digital." *Jurnal agroteknologi* Vol 09, No 02 (t.t.): 2015.
- Misbab, Aflahah. "Kopi, warung kopi dan potensi studi keislaman." *Jurnal Al-A'raf* Vo. XV, No. 2 Juli-Desember (2018).
- Pradipta, Kristianto, dan Kiki Febrianto. "Jurnal review perbedaan air seduh terhadap persepsi multisensoris kopi." *Jurnal pangan dan agroindustri* Vol 5, No 01 Januari (2017).
- Rahardjo, Pudji. *panduan budidaya dan pengolaha kopi arabika dan robusa*. Jakarta: penebar swadaya, 2012.
- Rudiantho Saragih, Jef. "Aspek ekologis dan determinan produksi kopi arabika spesialti di wilayah dataran tinggi sumatera utara." *Jurnal wilayah dan lingkungan* Volume 6, No 2 Agustus (2018).
- Said, Irwanti. "Warung kopi dan gaya hidup modern." *Jurnal Al-Khitabah* Volume III, No. 1 Juni (2017).
- Sativa, Oriza, Yuwana, dan Bonodikun. "Karakteristik fisik buah kopi , kopi beras dan hasil olahan kopi rakyat di desa sidang jati." *Jurnal Agroindustri* Vol 4, No 2 November (2014).
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006.
- Tucker, Catherine. "Coffee Culture :Local Experience, Global conection," t.t.
- Ulung, Gagas. *Ngopi Yuk! 50 Tempat Ngopi Paling Asyik se-Jabodetabek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.