

DE ATJEHERS

Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi

Editor:

Saiful Akmal

Muhajir Al Fairusy

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Saiful Akmal, Muhajir Al Fairusy

De Atjehers: Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi/ Editor:
Saiful Akmal, Muhajir Al Fairusy., Banda Aceh. Padebooks

DE ATJEHERS

Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi

Editor : Saiful Akmal, Muhajir Al Fairusy

Penyunting :

Desain Cover : Zuhra Sofyan

Penerbit : Padebooks

Email : padebooks@gmail.com

Kata Pengantar Penerbit Semua Selesai di Warung Kopi!

Ungkapan di atas bagi kebanyakan orang Aceh tentunya tidaklah berlebihan. Mengapa? Sebagai satu dari lima penghasil kopi terbaik di Indonesia, Asia Tenggara dan dunia, warung kopi sudah menjelma menjadi sebuah pranata sosial. Ia tidak hanya menjadi ajang berkumpul, namun lebih dari itu, berhasil menjadi salah satu instrumen perubahan sosial. Warung kopi juga berhasil menyelesaikan begitu banyak dinamika dan problematika di masyarakat. Sebuah perubahan revolusioner tentunya. Paska tsunami, warung kopi di Aceh secara cepat membantu merespon dan menjawab secara tajam tesis Dr. Arskal Salim (2010) dalam bukunya “Serambi Mekkah Yang Berubah“ secara sosial dan politik. Benar bahwa Serambi Mekkah sudah jauh berubah. Dan salah satu perubahan yang paling cepat dan kentara itu ialah Serambi Mekkah kini sudah menjadi Serambi Kopi. Bahkan, Redha Sukma (2011) dalam tulisannya di Kompasiana, menyebut Aceh kini sebagai negeri dengan “1001 Warung Kopi“. Nama yang belakangan sontak melekat di benak banyak orang.

Untuk itulah buku ini kini hadir ditangan anda, untuk mengurai berbagai fenomena warung kopi dan ngopi sebagai salah satu alat transformasi budaya yang paling

revolusioner di Aceh dalam lebih dari satu dekade terakhir. Buku ini kita beri judul *De Atjehers: Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi*. Orang-orang Aceh di buku ini diberi nama sedikit historikal, *De Atjehers*. Sebutan yang sama yang digunakan oleh Snouck Hurgronje dalam bukunya yang mencoba memahami sekaligus menjelaskan *habitus* orang-orang Aceh. Dalam buku legendaris dua jilid itu, banyak yang percaya atas tesisnya, sehingga sedikit sekali yang mencoba menawarkan antitesis. Besar kemungkinan, karena memang kala itu literasi hanya dimonopoli oleh mereka yang menjajah, sehingga yang terjajah terpaksa menerima penjajahan dalam segala bentuk aspeknya, untuk percaya tanpa harus berpikir. Berangkat dari itulah, kami melihat bahwa *De Atjehers* masa kini sudah berubah. Dalam banyak hal, dan yang paling terasa (khususnya paska tsunami) adalah ketika warung kopi menjadi solusi atas semua masalah. Benar sekali. Di Aceh, Semua bisa selesai di warung kopi!.

Buku sederhana ini adalah kumpulan tulisan atau antologi dari para penulis tentang segala fenomena kosmologi kopi di Aceh, atau salah satu penulis menyebutnya dengan *kopinologi*. Dalam susunannya, buku ini terbagi kedalam tiga bagian. Di bagian pertama: *Kuphi Itam and Identity: Kopi dan Identitas* dimana banyak tulisan berkutat pada tema kopi sebagai alat perubahan sosial. Di bagian kedua ada *A Cup of Sanger: Kopi dan Budaya di Zaman Baru*. Terakhir, di

bagian ketiga ada *Espresso – Yourself!* : Kopinologi – studi tentang kopi di masa depan.

Namun demikian, ungkapan klise memang sepertinya tak terhindarkan. Meski banyak yang menyarankan tinggalkan klise dan beralihlah ke yang lain. Sulit rasanya untuk tidak mengatakan bahwa memang isi buku ini tentu tidak luput dari keterbatasan. Sebut saja misalkan, tentang varian kopi dan makanan yang tersedia di warung kopi di Aceh. Demikian juga dengan struktur kelas dan dikotomi warung kopi dan pengunjungnya di Aceh, dan masih banyak lagi. Dengan segala kekurangan yang ada, kami masih sangat membuka diri untuk menerima usulan, kritikan dan juga tambahan bagi edisi revisi buku ini kedepan. Ulasan buku ini memang belum sempurna. Disinilah kami berharap bahwa karya ini, yang memang masih langka, khususnya tema mengenai kopi dan warung kopi di Aceh bisa menjadi sebuah kelebihan kecil tapi berarti bagi munculnya diskursus, narasi dan celotehan lebih bernas lagi bagi siapapun di masa mendatang. Intinya, buku ini adalah yang pertama dalam topik ini. Buku ini, untuk saat ini bisa dikatakan langka!. Sehingga, ekosistem yang diciptakan oleh kopi, budaya ngopi, warung kopi serta penikmat kopi di Aceh tidak hanya berhenti menjadi Fakultas Kopi, tapi lebih dari itu, bisa menjadi Universitas Kopi dimana siapa saja bisa belajar, kapan saja, dan dimana saja untuk menyelesaikan problematika sosial secara egaliter, rileks dan bersahaja. Karena jika ditempat lain tidak mampu lagi menyelesaikan

masalah, maka silahkan bahwa ke warung kopi. Sambil ngopi, maka semua masalah akan selesai di warung kopi!.

Banda Aceh, 1 Mei 2018

Saiful Akmal

Direktur Padebooks

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------|-----|
| Kata Pengantar Penerbit..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | vii |

BAGIAN PERTAMA KUPHI ITAM: KOPI DAN IDENTITAS

| | |
|---|----|
| 1. Identitas Aceh Dalam Segelas Kopi (T. Zulfikar)..... | 2 |
| 2. Kopi dan Warung Kopi di Meulaboh Dalam Lintas Sejarah dan Budaya (Rahmad Syah Putra) | 22 |
| 3. Arabika Gayo Di Kutaradja (Ismar Ramadhani). | 43 |
| 4. Warong KUPI Geuchik Ma'e* (Sehat Ihsan Sadiqin)..... | 50 |
| 5. Menyeruput Kemesraan, Romantika dan Nestapa Kopi Singkel (Zulfikar Pohan)..... | 56 |
| 6. Aroma Kopi Marxis Yang Hilang (Kopinologi) (Noviandy Husni) | 71 |
| 7. Fenomena Negeri Seribu Warung Kopi (Sara Masroni) | 81 |
| 8. Generasi Lemah (Bustami Abubakar)..... | 89 |

BAGIAN KEDUA
A CUP OF SANGER
KOPI DAN BUDAYA DI ZAMAN BARU

1. Kopi, Minuman Untuk Perubahan Sosial: Refleksi Dari Sudut Warkop Di Aceh (Baiquni) 97
2. Budaya Dalam Secangkir Kopi (Hanif Sofyan)... 116
3. Menyeduh Cerita Ke Dalam Secangkir Kopi Aceh (Zuhra Sofyan) 129
4. Transformasi Warung Kopi (Ichsan Maulana)... 137
5. Dari Meja Ke Meja: Sebuah Esai Tentang Warung Kopi (Muhammad Alkaf)..... 145
6. Warung Kopi: Masyarakat Homogen dan Rasionalitas Pemilih(Rizkika Darwin) 150
7. Coffe Peacebuilding: *Kuphi* & Potensi Rekontruksi Modal Sosial Di Aceh (Danil Akbar Taqwaddin) 165
8. Di Lapo Kopi; Dari Makan Bubur Ketan, Mehota Politik, Sekolah Sosial Hingga Pembangunan Karakter (Sadri Ondang Jaya)..... 189
9. Ketidaksetaraan Dalam Kenikmatan Warung Kopi (Ismar Ramadhani)..... 198

BAGIAN KETIGA
ESPRESSO – YOURSELF!
KOPINOLOGI DI MASA DEPAN

1. “Kopi, Ngopi, Wi-Fi” ; Ketika Warkop Aceh
Menggесer Simbol Maskulin (Muhajir Al Fairusy) 206
2. Wi-Fi: Menumbuhkan Energi Para Pembelajar
(T. Zulfikar) 228
3. Sanger Untuk Raja Salman (Fahmi Yunus) 232
4. Revolusi Peh Tem Dan Budaya Online
(Saiful Akmal) 237
5. Ekosistem Itu Bernama ‘Kopi’ (Hanif Sofyan).. 244
6. Sekilas Diskusi Kelas Sosial di Warung Kopi Aceh
Bersama Yahwa Karl Marx (Zulfikar Rh Pohan) 255
7. Dilema Pemilik Warkop (Fahmi Yunus) 270

BAGIAN PERTAMA

KUPHI ITAM: **KOPI DAN IDENTITAS**

*“Beungoh singoh geutanyoe jep kupa di keude Meulaboh
atawa ulon akan syahid*

“Besok pagi kita akan minum kopi di Meulaboh atau
aku akan gugur”

(Teuku Umar)

IDENTITAS ACEH DALAM SEGELAS KOPI

T. Zulfikar

Direktur ICAIOS & Dosen UIN Ar-Raniry

Proses Pembentukan Identitas

Kajian mengenai identitas menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Sebagian ahli memandang identitas sebagai sesuatu yang *fix* atau baku dan tidak berubah. Nah, teori ini memandang bangsa atau suku tertentu memiliki identitas yang tetap dan tidak berubah-ubah. Geert Hofstede adalah salah seorang ahli dalam kajian *culture and identity* yang meyakini bahwa bangsa tertentu memiliki identitas yang sudah baku dan tidak berubah rubah. Oleh karena itu, dia membuat sebuah klaim bahwa bangsa Barat, misalnya memiliki identitas *individualist* versus *collectivist* yang menjadi identitas orang Asia. Dalam bukunya, *Culture and Organization: Software of the mind*, Hofstede mengelompokkan orang berdasarkan kesamaan identitas. Misalnya, dia melabeli suatu bangsa dengan istilah tertentu, seperti *individualism-collectivism; uncertainty avoidance; power distance (strength of social hierarchy) and masculinity-femininity (task orientation versus person-orientation)*.

Namun, *cultural theorist* lain, seperti Michel Foucault memiliki teori yang berbeda pula. Ia meyakini bahwa

identitas seseorang itu bersifat *fluid*, yaitu dapat berubah-ubah sesuai dengan waktu dan tempat. Oleh karena itu dalam teori ini, identitas dianggap sesuatu yang dapat berubah rubah dipengaruhi dengan pengaruh lingkungan dan keadaan sosial tertentu. Oleh karena itu, dia menolak ide yang meyakini bahwa identitas itu bersifat statis.

Namun, apapun teori identitas, studi tentang pembentukan identitas sampai kepada sebuah kesimpulan bahwa salah satu faktor terbentuknya identitas seseorang adalah lingkungan, dan dalam waktu yang sama identitas mempengaruhi lingkungan seseorang. Identitas juga tidak lagi dilihat sebagai sebuah entitas yang baku, ia dianggap bak air yang mengalir, dimana bentuk air itu akan berubah seiring dengan alur tempat ia berlalu. *Identity is fluid and hybrid* istilah ilmiahnya. Seseorang bisa saja berperilaku tertentu pada satu waktu dan pada waktu yang lain dia berperilaku lain pula. Oleh karena itu, kajian mengenai identitas sudah menarik minat ratusan ilmunan. Ada penelitian yang mempelajari bagaimana sebuah identitas dibentuk; kajian lain mengkaji dampak lingkungan terhadap pembentukan karakter sekelompok orang; kajian lain lagi menitik beratkan kepada bentuk identitas kaum minoritas versus kaum mayoritas, dan masih banyak lagi kajian mengenai pembentukan identitas seseorang. Namun, banyak dari kajian ilmiah tersebut meyakini bahwa lingkungan seseorang membentuk karakter sebuah masyarakat. Misalnya, seseorang yang tinggal di sebuah daerah yang memiliki kesibukan yang

tinggi, maka akan membentuk tingkah laku penduduknya untuk berperilaku cekatan dan melakukan sesuatu dengan serba cepat. Begitu juga masyarakat yang menyediakan kebiasaan mengkonsumsi makanan cepat saji, maka dengan sendirinya akan membentuk perilaku mengkonsumsi makanan yang sederhana dan cepat saji. Secara pribadi, saya cenderung meyakini bahwa latar belakang kehidupan seseorang secara langsung mempengaruhi pembentukan identitas seseorang. Orang yang tinggal di propinsi tertentu di Indonesia memiliki karakter dan identitas yang berbeda-beda, sehingga tingkah laku warga Negara Indonesia berbeda dengan satu orang dengan yang lainnya. Walaupun Indonesia menganut ideologi Negara Kesatuan, perbedaan karakter seseorang yang tinggal di daerah tertentu tidak bisa serta merta disatukan.

Aceh, misalnya merupakan sebuah propinsi paling Barat Indonesia yang memiliki karakteristik tertentu dan berbeda dengan sebagian besar propinsi lainnya di Indonesia. Aceh dikenal dengan bumi Serambi Mekkah karena sejarah menyebutkan bahwa Islam masuk pertama sekali ke wilayah nusantara ini adalah melalui Aceh, dan Acehlah dimana Islam itu dimulai di wilayah nusantara. Namun demikian, selain dikenal dengan daerah Serambi Mekkah, Aceh juga dikenal sebagai propinsi Seribu Satu Warung Kopi. Nah, sebutan ini tidaklah berlebihan karena kenyataannya, Propinsi Aceh dipenuhi oleh warung kopi hampir di segenap penjuru kota bahkan desa. Hal ini memberikan indikasi bahwa Aceh adalah kopi, dan kopi adalah Aceh, artinya Aceh dan kopi

adalah satu. Kenyataan ini memang tidak ditemukan di propinsi lain di Indonesia, setidaknya ke daerah-daerah yang pernah saya kunjungi.

Masyarakat Aceh tentu dalam kesehariannya menggunakan warung kopi untuk melakukan berbagai aktivitas, sehingga warung kopi tumbuh bak jamur di musim hujan, namun pertanyaan kritis kita adalah apakah warung kopi ini tumbuh dikarenakan terdapat banyak peminum kopi atau sebaliknya, justru karena ada warung kopi makanya banyak orang memanfaatkan tempat tersebut untuk melakukan berbagai aktivitas. Ini mengingatkan kita kepada *chicken and egg philosophy*, yang mana lebih dulu lahir. Terlepas dari mana yang duluan lahir, satu hal yang bisa disimpulkan bahwa terjadi mutualisme ketergantungan atau saling mempengaruhi antara keberadaan warung kopi di Aceh dengan pembentukan kebiasaan orang Aceh. Oleh karena itu, orang Aceh yang tidak menyukai kopi seolah-oleh bukan orang Aceh.

Warung kopi di Aceh menjadi magnet yang sangat efektif di dalam menarik minat masyarakat Aceh untuk menggunakan tempat tersebut untuk melakukan banyak kegiatan, baik formal, informal, pertemuan penting atau hanya sebagai tempat untuk mengobrol dan berbicara yang remeh temeh. Kebiasaan masyarakat Aceh menggunakan institusi sosial ini membentuk kebiasaan masyarakat Aceh, dan selanjutnya kebiasaan tersebut membentuk identitas masyarakat Aceh,

sehingga masyarakat Aceh selalu diidentikkan dengan masyarakat penikmat kopi.

Selain dengan jumlahnya yang memang sangat banyak, bentuk warung kopi di Aceh juga sangat bervariasi, ada yang bersifat sangat tradisional, dimana kopi yang tersedia hanya kopi hitam yang disaring dan diberikan gula, dan warna hitam kopi tersebut memang kelihatan lebih pekat. Di pedesaan harga kopi hanya berkisar 2000-3000 rupiah saja. Sedangkan di kota bisa 500 an per cangkir. Varian warung kopi yang lain ada yang lebih modern baik dari jenis suguhan kopi yang ditawarkan maupun dari harga kopi, yang biasanya lebih tinggi. Apapun bentuk warung kopi dan varian kopi yang disuguhkan, tempat tersebut tetap menjadi tempat favorit bagi masyarakat Aceh.

Warung Kopi: *The Third Space* bagi Masyarakat Aceh

Dikarenakan kebiasaan masyarakat Aceh menghabiskan waktu di warung kopi, maka insititusi bisnis sekaligus sosial tersebut menjadi *the third space*; atau ruang alternatif, selain rumah dan perkantoran. *The third space* ini bisa saja menjadi *the first space* bagi sebagian orang Aceh. Hal ini dikarenakan, warung kopi dapat menggantikan kegiatan sarapan pagi orang Aceh di rumah. Banyak masyarakat Aceh, baik yang berkerja secara penuh waktu di perkantoran maupun yang tidak memiliki pekerjaan tetap, memilih untuk minum kopi di warung kopi daripada minum kopi di rumah sendiri. Bahkan bapak-bapak polisi juga sealau

menggunakan warung kopi setelah tugas mereka di pagi hari mengatur lalulintas. Di beberapa warung kopi yang secara regular saya lewati, saya melihat banyak seragam polisi, seragam kantoran, dan juga bapak/ibu berpakaian rapi singgah di warung kopi, untuk keperluan sarapan.

Ini menunjukkan bahwa warung kopi sudah benar-benar menjadi *the third space* bagi masyarakat Aceh. *Third Space* memiliki multi makna dan definisi, namun, dalam konteks ini *the third space* dimaknai sebagai sebuah ruang, bisa juga dianggap sebagai sebuah institusi, sebuah keadaan, dan juga sebuah fasilitas alternatif bagi sekelompok orang yang berasal dari berbagai latar belakang untuk membentuk sebuah *networking*, atau bersilaturahmi, bahasa agamanya. Dikarenakan *third space* digunakan untuk membentuk sebuah jejaring atau silaturahmi, maka pada gilirannya, *third space* ini dapat membentuk kebiasaan seseorang dan juga pola pikir, sehingga menjadi sebuah identitas orang yang menggunakan tempat tersebut secara reguler.

Warung kopi sebagai *the third space* semakin mengokohkan posisinya, seiring terjadinya transformasi warung kopi. Warung kopi “zaman now” di Aceh ini sudah ditransformasi sedemikian rupa, mulai dari *design interior* dan *exterior* warung kopi maupun menu yang ditawarkan. Banyak dari warung kopi di Aceh sudah dilengkapi dengan fasilitas *wi-fi* gratis. Semua pengunjung secara gratis dapat menggunakan fasilitas *wi-fi*, dan biasanya *wi-fi* yang disediakan cenderung berkecepatan tinggi, sehingga memudahkan bagi penikmat

kopi untuk berselancar di dunia maya. Fasilitas ini secara sendirinya menarik minat pelajar, mahasiswa, dan bagi para pendidik untuk menggunakan warung kopi untuk keperluan akademik ataupun keperluan sosial lainnya. Ketersediaan *wi-fi* ini menjadi magnet yang sangat memikat setidaknya kepada mahasiswa. Hal ini dikarenakan hanya dengan mengeluarkan uang sesuai dengan kantong mahasiswa, mereka bisa menghabiskan waktu berjam-jam berselancar di dunia maya untuk keperluan menyelesaikan tugas dan keperluan penting lainnya. Di sisi lain, dosen pun dapat lebih kreatif di dalam mendelegasikan tugas kepada mahasiswa. Dosen bisa lebih kreatif dalam melakukan penilaian terhadap mahasiswa. Misalnya, dosen dapat saja meminta mahasiswa untuk mengunduh video yang berhubungan dengan mata kuliah dan selanjutnya mempresentasikannya di kelas sebagai bentuk tugas. Dosen juga tidak merasa khawatir akan kesulitan yang diperoleh oleh mahasiswa untuk menyelesaikan tugas yang ditawarkan yang memerlukan akses terhadap internet. *Wi-fi* ini juga menjadikan warung kopi sebagai *the third space* bagi mahasiswa.

Saya pribadi merasakan bahwa sudah banyak *alternative assessment* yang bisa digunakan oleh para dosen. Dalam proses *assessment* yang saya lakukan, saya meminta mahasiswa untuk membaca buku tentang teori tertentu yang saya ajarkan di kelas. Misalnya, saya meminta mahasiswa untuk berselancar *online*, dan kemudian meminta mereka mengunduh video mengenai pembelajaran, dan meminta

mahasiswa melakukan *review* dan memberi komentar mengenai tentang video tersebut.

Pada sisi lain, dosen yang tidak memiliki kantor di kampus, juga menggunakan warung kopi sebagai *the third space*. Banyak dosen di Aceh menggunakan warung kopi yang menyediakan *wi-fi* sebagai tempat menyelesaikan tugas-tugas mereka sebagai dosen. Dosen misalnya menggunakan warung kopi untuk melakukan *explorasi* mengenai bahan ajar. Bahkan banyak dosen yang *download* video-video pendidikan di warung kopi. Selain dari *download* video-video yang mendukung kelancaran perkuliahan, dosen juga dapat menggunakan fasilitas *wi-fi* di warung kopi untuk mencari informasi mengenai buku teks, bahan ajar ataupun jurnal untuk menambah keilmuan dosen itu sendiri.

Bahkan, jangankan dosen yang tidak memiliki kantor menggunakan warung kopi sebagai tempat pengembangan diri, dosen tertentu yang memiliki kantor ataupun memiliki jabatan tertentu di kampus, juga sering sekali menggunakan warung kopi untuk keperluan akademik lainnya, atau hanya untuk melakukan diskusi tertentu. Sering sekali ditemui di Aceh bahwa para pejabat di kampus menggunakan warung kopi, bisa sebagai usaha untuk mencari tempat sepi untuk dapat fokus dalam kerjaan tertentu. Kenyataan ini semakin memperkuat posisi warung kopi di Aceh sebagai institusi tidak terlepas dari masyarakat Aceh.

Tidak bisa dipungkiri penyediaan *wi-fi* di banyak warung kopi di Aceh merupakan metode *marketing* yang sangat mumpuni. Dengan mengeluarkan sedikit modal untuk menyediakan *wi-fi*, pemilik warung kopi dapat meraup keuntungan yang berlipat ganda. Hal ini dikarenakan di *zaman now*, hampir semua orang dipastikan membutuhkan internet, dan *wi-fi* gratis di warung kopi merupakan jalan keluar yang efektif untuk memenuhi kebutuhan para pengguna internet. *Wi-fi* ini meningkatkan volume orang Aceh untuk mengunjungi warung kopi. Boleh jadi orang Aceh mengunjungi warung kopi bukan untuk menikmati segelas kopi, tapi hanya memerlukan akses ke *wi-fi* gratis, sehingga tidak semua pengunjung warung kopi, minum kopi. Walaupun demikian, konstruksi sosial masyarakat menunjukkan bahwa warung kopi menjadi salah satu faktor konstruksi identitas masyarakat Aceh.

Selain dari fasilitas *wi-fi*, warung kopi di *zaman now* sudah melalui melakukan transformasi fisik yang lebih menarik. Banyak dari warung kopi di Aceh menyediakan ruang seminar dan bahkan ada ruangan VIP untuk disewakan kepada para pengguna. Ini alasan kedua, warung kopi menjadi *the third space* bagi para akademisi. Sudah banyak warung kopi yang menyediakan ruangan khusus untuk seminar dan workshop. Bahkan ruang seminar dan workshop yang ditawarkan juga bervariasi, ada yang berlevel VVIP; VIP atau ruangan biasa. Banyak pihak menggunakan ruangan tersebut untuk melaksanakan meeting penting. Dalam ruangan seminar yang tersedia tersebut sering dilakukan

pertemuan, baik yang bersifat politis, akademis, atau juga bersifat kegiatan sosial. Keberadaan ruang yang bermacam tipe ini juga merupakan marketing yang jitu, dan juga menjadi the *third space* bagi banyak pihak.

Oleh karena itu, sudah menjadi sebuah fenomena tidak terbantahkan bahwa warung kopi di Aceh sudah menjadi the *third space* bagi masyarakat Aceh, dan bahkan sudah melahirkan diskursus tersendiri, bahwa ‘untuk dianggap gaul’ maka orang Aceh perlu minum kopi di warung kopi. Menjadi pencinta kopi, tapi tidak menggunakan warung kopi sebagai tempat sosialisasi, belum lah serta merta dianggap sebagai penikmat kopi. Ini dikarenakan mengkomsumsi kopi di rumah belumlah menjadi identitas penikmat kopi yang seutuhnya. Oleh karena itu, walaupun orang Aceh sudah minum kopi di rumah masing-masing, mereka masih saja mendatangi warung kopi untuk sekedar minum kopi atau hanya mengobrol dengan rekan-rekan kerja.

Ruang VVIP dan VIP, serta ruang seminar tipe umum yang disediakan oleh warung kopi, membawa nuansa baru terhadap warung kopi di Aceh. Warung kopi tidak lagi dipandang sebagai sebuah tempat nongkrongan para ‘pengangguran’, tapi warung kopi sudah menjadi alternatif bagi para akademisi, politisi dan bahkan pengusaha sebagai tempat mendiskusikan berbagai hal, baik yang berhubungan dengan isu politik dan lain sebagainya. Selain dari perubahan level pekerjaan pengunjung warung kopi, perubahan gender pengunjung warung kopi juga

terjadi. Di zaman old, warung kopi hanya dikunjungi oleh para pria, seolah-olah apabila ada kaum wanita nongkrong di warung kopi, mereka ada dilabeli negative dan tidak pantas, namun sekarang warung kopi sudah dikunjungi oleh berbagai kalangan baik oleh para wanita, pria, anak-anak dan juga orang tua.

Setiap pagi dan sore, terlihat parkir mobil-mobil mewah di warung kopi hampir di sepanjang jalan protokol, tidak hanya di Banda Aceh, tapi juga di kota-kota lain di semua kabupaten di Propinsi Aceh. Fenomena tersebut merupakan indikasi bahwa customer nya warung kopi di Aceh tidak hanya terbatas dari kelompok masyarakat tertentu, seperti kelas bawah atau menengah, bahkan dari kelompok masyarakat kelas atas. Para elitis, politisi, akademisi, pembisnis, dan kelompok masyarakat lainnya menjadikan warung kopi sebagai *the third space* yang penting untuk melakukan aktivitas mereka masing-masing.

Selain dari fasilitas yang disediakan oleh warung kopi selevel restaurant sebuah motel bahkan hotel kelas menengah, warung kopi di Aceh juga menawarkan berbagai macam menu. Menu yang ditawarkan tidak hanya terbatas kepada berbagai racikan kopi yang menggugah selera, tapi juga berbagai bentuk makanan dan minuman alternatif. Warung kopi di Aceh menawarkan berbagai macam kopi, baik Robusta maupun *Arabica*. Kopi panas di warung kopi ada yang diracik menggunakan saringan yang panjang dan ditarik tinggi-tinggi untuk membentuk taste dan aroma

yang renyah. Kopi tersebut ditambahi gula maupun susu. Ada juga racikan kopi yang sangat populer sekarang ini, yang disebut sebagai sanger, dan sanger ini menjadi viral dan diterima oleh masyarakat Aceh secara luas menjadi sebuah nama baru. Terlepas dari asal usul sanger yang berkembang selama ini, sanger menawarkan *taste* kopi berbeda, dimana campuran sedikit susu dengan saringan kopi sehingga berbuih menawarkan rasa yang sangat special; tidak kelebihan rasa manis maupun kelebihan rasa pahit. Nah, sanger inilah yang disebut sebagai *cappuccino* ala Aceh.

Selain dari kopi hitam biasa dan sanger, warung kopi *zaman now* di Aceh juga menawarkan *espresso Arabica*, yang diproduksi melalui mesin pengolah kopi. Mesin ini juga bisa digunakan untuk mengolah *espresso sanger*, dimana kopi hasil perahan mesin kopi ditambah dengan sedikit susu, sehingga menjadi *Sanger Espresso Arabica*. Varian kopi ini juga menjadi menu yang favorit bagi penikmat kopi di Aceh. Walaupun warung kopi biasanya menyediakan kopi saja, warung kopi di Aceh juga ramah kepada customer non penggemar kopi. Mereka yang tidak menyukai kopi tapi memerlukan *the third space*, yaitu warung kopi, maka mereka dapat memesan minuman lainnya, seperti jus, teh tarek, minuman *sachet* (kemasan), dan minuman botol lainnya.

Nah variasi jenis menu ini, memberi kesan bahwa warung kopi di Aceh sudah berubah fungsi; penikmat warung

kopi, bukan berarti selalu menyukai kopi. Mereka bisa saja datang ke warung kopi untuk *refreshing*, dan justru memesan minuman lain, dan sama sekali tidak tertarik dengan kopi. Variasi minuman yang tersedia di warung kopi dengan sendirinya merubah fungsi warung kopi yang sebelumnya hanya menjual kopi panas dan hitam, sekarang sudah berubah fungsi menjadi tempat penjualan minuman lainnya, dan dengan sendirinya, fungsi warung kopi sudah bermetamorfosis. Tapi apapun yang menjadi pilihan minuman para pengunjung warung kopi, mereka selalu mengatakan '*jak tajak u keude kupa*', walaupun sesampainya di warung kopi mereka justru tidak memesan kopi. Kenyataan ini membuktikan bahwa warung kopi ini sudah menjadi sebuah institusi yang mengkonstruksi identitas masyarakat Aceh. Warung kopi ramai dikunjungi, tapi sudah bisa dipastikan bahwa tidak semua mereka memesan kopi sebagai minuman mereka. Walaupun demikian, para pengunjung warung kopi tersebut selalu diidentikkan sebagai penikmat kopi.

Selain menawarkan minuman yang bervariasi, banyak warung kopi di Aceh sudah mentransformasi namanya; tidak sedikit warung kopi yang sudah memakai nama dengan istilah Bahasa Inggris, seperti *coffee*, *café*, dan istilah-istilah asing lainnya. Ini menunjukkan bahwa warung kopi di Aceh sudah mengalami perubahan mengikuti perkembangan modernitas. Walaupun pengusaha warung kopi tetap menggunakan istilah Bahasa Aceh, seperti *kupa*, namun penggalan lain tetap menggunakan istilah Inggris

atau istilah umum lainnya. Hal ini juga menunjukkan pengenalan nama warung kopi dengan istilah asing adalah sebagai upaya pemasaran warung kopi itu sendiri.

Walaupun fungsi warung kopi sudah mengalami perubahan, baik dari segi nama maupun menu, orang Aceh masih menyebut institusi tersebut sebagai warung kopi atau *keudee kuphi* (istilah Bahasa Aceh), tempat bersosialisasi dan bersilaturahmi semua tipe keelompok masyarakat.

Identitas Orang Aceh Dalam Segelas Kopi Panas

Bagi orang Aceh, warung kopi tidak hanya menjadi agensi yang membentuk sikap dan tingkah laku mereka, tapi orang Aceh juga mempengaruhi perkembangan warung kopi di Aceh. Hal ini sesuai dengan teori ekonomi, *demand* akan mempengaruhi *supply*. Semakin banyak warung kopi di Aceh, maka dengan sendirinya akan meningkatkan jumlah penikmat kopi, begitu juga seiring dengan meningkatnya penikmat kopi, maka akan bertambah pula jumlah warung kopi di Aceh.

Identitas seseorang itu juga diyakini terbentuk dikarenakan beberapa faktor yang saling mempengaruhi. Sikap dan pola pikir seseorang dipengaruhi oleh latar belakang dimana orang tersebut dididik dan dibesarkan, dan sikap serta pola pikir tersebut akhirnya membentuk identitas seseorang. Pada saat yang sama, identitas seseorang tersebut juga pada gilirannya mempengaruhi lingkungan sekitar keberadaan seseorang tersebut. Oleh karena itu,

merujuk ke teori identiti, dapatlah disimpulkan bahwa pada satu sisi, warung kopi membentuk identitas masyarakat Aceh, pada sisi lainnya, justru orang Aceh mempengaruhi perkembangan warung kopi di Aceh.

Identitas orang Aceh dalam segelas kopi panas merupakan ungkapan yang cocok untuk mendeskripsikan identitas orang Aceh. Hal ini dikarenakan orang Aceh identik dengan warung kopi. Di pagi hari, orang Aceh berada di warung kopi. Sebelum menuju kantor, sudah menjadi kebiasaan orang Aceh, baik mereka yang memiliki jabatan atau cuma sekedar staf perkantoran tertentu, untuk mengunjungi warung kopi, baik untuk makan, mencicipi kopi, ngeteh, atau mencicipi minuman lainnya. Sangat banyak orang Aceh yang menggunakan warung kopi sebagai pengganti sarapan pagi yang seyogyanya dinikmati di rumah bersama-sama keluarga. Ada beberapa alasan masyarakat Aceh menggunakan warung kopi sebagai tempat untuk sarapan pagi. Bahkan sudah muncul fenomena baru bahwa jamaah shubuh di masjid-masjid di berbagai pelosok Aceh biasanya singgah terlebih dahulu ke warung kopi sebelum beranjak pulang. Setelah sholat shubuh, sebagian jamaah justru menuju warung kopi terdekat atau warung kopi favorit mereka.

Bagi para pekerja kantoran, sarapan pagi di warung kopi menjadi pilihan dikarenakan kesibukan mereka menyiapkan sarapan di rumah. Semua anggota keluarga harus bergerak cepat untuk mempersiapkan segala sesuatu

untuk keperluan kantor. Nah, kenyataan ini mengharuskan mereka meninggalkan rumah tanpa sarapan pagi, lalu menggunakan waktu luang di kantor untuk menuju warung kopi. Apabila dianalisis melalui kacamata ini, maka bisa kita simpulkan bahwa warung kopi berubah peran dari hanya sekedar memberi space bagi orang Aceh untuk bersantai, tapi sudah berperan sebagai space primer, dimana warung kopi tersebut menjadi *alternative space* bagi para pekerja tersebut. Namun, pada sisi lain, masyarakat Aceh yang tidak memiliki pekerjaan tetap pun menjadikan warung kopi tersebut sebagai tempat santai di pagi hari. Sebuah fakta yang nyata bahwa banyak orang Aceh yang sebenarnya memiliki banyak waktu luang di pagi hari, tapi justru menggunakan warung kopi untuk menyuruput kopi sekaligus sarapan nasi gurih, lontong atau yang kami sebut sebagai nasi perang, yaitu nasi dengan lauk alakadarnya, lalu dibungkus kecil, dan harganya hanya 5000 rupiah, dan ini menjadi pilihan mahasiswa, siswa bahkan para pegawai sekalipun.

Sepulang kerja di sore hari, warung kopi di Aceh rupanya tidak memperlihatkan tanda-tanda ditinggalkan oleh pengunjung, justru warung kopi makin ramai dipenuhi oleh wajah-wajah lelah para pegawai, mahasiswa, dosen maupun masyarakat umum lainnya. Sudah menjadi kebiasaan, walaupun tidak bisa digeneralisirkan, bahwa masyarakat Aceh sering singgah di warung kopi langganan, maupun warung kopi yang berada di sepanjang jalan protokol. Nah kali ini, alasan para penikmat warung kopi,

saya sengaja tidak menyebutkan penikmat kopi, karena yang singgah di warung kopi tidak semua menikmati kopi sebagai minuman favorit, adalah untuk sekedar melepas penat, sambil bercengkrama dengan rekan kerja.

Di malam hari, selepas magrib sampai tengah malam, bahkan sebagian warung kopi buka sampai dini hari, masyarakat Aceh tetap menggunakan warung kopi. Kali ini tentu dengan alasan yang berbeda pula. Sebagian masyarakat Aceh menuju warung kopi baik selepas magrib, maupun selepas isya untuk menghabiskan waktu dengan rekan-rekan, sambil mengobrol dan menonton TV. Fenomena ini makin kentara apabila sedang disiarkan pertandingan bola. Ketika musim turnamen bola, baik Piala Dunia, Piala Eropa atau pertandingan bola level liga, warung kopi sering sekali menyediakan layanan layar lebar, dan biasanya, pengunjung warung kopi bisa bertambah 2 kali lipat dari biasanya.

Walaupun masyarakat Aceh banyak menghabiskan waktu di warung kopi bersama kolega, masyarakat Aceh juga tidak melupakan *quality time* dengan pihak keluarga. Di pagi Minggu, pengunjung warung kopi lebih variatif; pengunjungnya tidak hanya berupa individu dan kolega, tapi lebih banyak didominasi oleh keluarga. Masyarakat Aceh sudah menjadi kebiasaan untuk membawa keluarga mereka ke warung kopi untuk sama-sama menikmati *quality time* di warung kopi. Sebuah keluarga yang terdiri dari anak, ayah dan ibu tentu tidak semua menyukai kopi, tapi mereka

tetap mengunjungi warung kopi untuk mencicipi makanan lainnya bersama keluarga.

Dikarenakan intensitas orang Aceh dalam menggunakan warung kopi, maka secara teoritis, masyarakat Aceh diindentikkan sebagai penikmat kopi, dan kopi Aceh dianggap sebagai salah satu yang terbaik di Sumatera. Oleh karena itu, sering ditemukan sebuah fenomena banyak tamu yang datang ke Aceh sering sekali mencari kopi Aceh sebagai oleh-oleh atau sekedar mencicipi kopi Aceh di warung-warung kopi di Aceh. Begitu juga ketika orang Aceh mengunjungi daerah lain, maka narasi yang sering dikatakan bahwa kopi Aceh sangatlah nikmat, dan orang lain perlu suatu kali mencicipi kopi Aceh.

Oleh karena itu, kopi diindentikkan dengan orang Aceh. Setiap orang Aceh minum kopi, dan dikarenakan kegiatan minum kopi inilah terbentuk identitas orang Aceh sebagai penikmat kopi. Walaupun ada sebagian orang Aceh tidak menyukai kopi, mereka tetap menyempatkan diri untuk datang dan mengunjungi warung kopi hanya untuk keperluan mencicipi minuman lainnya.

Warung Kopi Antara Kontroversi dan Kebutuhan

Warung kopi memang menjadi kontroversi, sering dituduhkan kepada orang Aceh bahwa orang Aceh pemalas, dan hanya menghabiskan waktu nongkrong di warung kopi, dan ini sering dianggap sebagai dampak negative daring warung kopi. Orang Aceh sering sekali dianggap

pemalas karena hanya menghabiskan hari-hari mereka di warung kopi. Tuduhan ini tentu tidaklah terlalu mengada-ngada. Hal ini dikarenakan aktivitas duduk-duduk di warung kopi tentu tidak melahirkan produktivitas apapun, Orang Aceh yang menghabiskan waktu di warung kopi tentu dianggap tidak produktif. Bahkan beberapa klaim negatif bermunculan mengenai kebiasaan masyarakat Aceh menggunakan warung kopi. Bahwa kebiasaan masyarakat Aceh justru lebih berbahaya dari bom atom sekalipun. Namun, pada sisi lain, warung kopi justru menjadi tempat melahirkan inspirasi bagi masyarakat Aceh. Di warung kopi, masyarakat Aceh sering sekali melakukan kegiatan yang positif dan malah lebih produktif. Para dosen yang mengunjungi warung kopi, sering sekali menggunakan warung kopi tersebut untuk berdiskusi tentang banyak hal, baik yang berhubungan dengan akademik, sosial budaya, ekonomi bahkan politik. Oleh karena itu, bisa jadi warung kopi yang selama ini menjadi kontroversial, justru menjadi kebutuhan. Masyarakat Aceh justru merasa kehilangan tempat bersosialisasi, bersilaturahmi, menjalin *networking* dan sebagainya apabila warung kopi dihilangkan di Aceh.

Dikarenakan warung kopi sudah menjadi identitas orang Aceh, maka perlu kiranya peran warung kopi ditingkatkan untuk menjadi central kegiatan masyarakat Aceh. Warung kopi perlu juga menyediakan ruang baca, seperti perpustakaan mini, bahkan kalau perlu desktop yang bisa dipakai untuk umum, namun dibingkai dengan berbagai peraturan mengikat, misalnya desktop hanya boleh dipakai

10 menit per orang, hanya untuk keperluan mengecek atau bahkan mengirim email dan kegiatan sederhana lainnya. Buku juga hanya boleh dipergunakan sebagai bahan bacaan dan tidak boleh dipindahkan dari warung kopi. Apabila fasilitas penunjang akademik ini dtpenuhi, maka warung kopi bisa saja menjadi alternatif tempat untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Sebagai sebuah agensi yang membentuk identitas sebuah komunitas, maka warung kopi perlu diakui keberadaannya, dan selanjutnya dilakukan sebuah kebijakan untuk meningkatkan fungsi warung kopi dari hanya tempat minum kopi, browsing internet, mengobrol dan lain sabagainya menjadi tempat yang memiliki daya pikat nuansa akademik.

KOPI DAN WARUNG KOPI DI MEULABOH DALAM LINTAS SEJARAH DAN BUDAYA

Rahmad Syah Putra

STAIN Teungku Dirundeng, Meulaboh, Aceh Barat

Kopi merupakan sebuah minuman yang banyak dikenal orang. Tulisan ini akan memaparkan secara singkat tentang kopi di Aceh Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif suatu bentuk penelitian yang terfokus pada makna sosiologi melalui observasi lapangan, belajar mengamati orang dengan cara berinteraksi dalam keadaan wajar dan dengan berusaha menanyakan secara mendalam, seperti perputaran hidup, peristiwa, dan topik kebudayaan dengan menggunakan tiga macam cara pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Di Aceh, pertama muncul perhatian pada tanaman kopi adalah pada tahun 1804 yang diperkenalkan oleh Kolonial Belanda dan sedikit-sedikit mulai dibudidayakan oleh orang Aceh Kopi, warung kopi pertama di Aceh dipelopori oleh orang-orang Belanda dengan melibatkan pengusaha keturunan Tionghoa. Di Meulaboh sejak sebelum tahun 1899 ternyata telah berkembang budaya minum kopi dan sudah ada berdiri Kedai Kopi (Warung Kopi) sebagai tempat berkumpul

dan bersantai bagi masyarakat. Kopi di Meulaboh sangat terkenal unik dan di kota Meulaboh ibukota Aceh Barat memiliki warung kopi yang dikenal dengan warung kopi tubruk. Warung kopi tersebut selalu ramai dikunjungi, tidak hanya masyarakat Aceh Barat saja yang datang menikmati kopi tersebut, tetapi para domestik dan mancanegara sudah sangat populer, terlebih lagi dikalangan pencinta kopi terutama cita rasa dan aromanya yang berbeda dengan daerah-daerah lain sehingga dianggap belum sah jika ke Meulaboh Aceh Barat jika tidak berkunjung ke Warung Kopi Tubruk dan mencicipi Kopi Tubruk Khas Aceh Barat.

Pengantar

Kopi merupakan minuman yang khas dan menarik, terutama bagi para penikmat kopi. Perkembangan kopi tentunya tidak baru saja dimulai, namun sejak dahulu sudah banyak yang menggemarnya. Menurut sejarah dikatakan bahwa Kopi mulai masuk ke Indonesia dimulai sejak tahun 1699 melalui pulau Jawa yang dibawa oleh Kapitalis Belanda. Kemudian, mereka juga membawa kopi jenis robusta dan arabika ke Aceh berkisar pada tahun 1904 dan 1908 dan mulai dibudidayakan di tanah Gayo.¹

Menurut beberapa literatur yang peneliti temui, didapatkan bahwa kopi menjadi minuman yang sangat digemari, dan karena banyak yang menggemari pula terhadap kopi

¹ *Indonesian International Coffe Symposium (IICS) 2014*, Banda Aceh 19-21 November 2014 di Universitas Syiah Kuala, hlm. 2.

yang pada akhirnya didirikan pula sebuah “Warung Kopi” pertama kepada masyarakat Aceh. Pendirian warung kopi tersebut pertama sekali diprakarsai oleh Belanda dengan melibatkan pedagangnya yaitu keturunan Tionghoa di Aceh. Tujuan utama didirikannya sebuah ‘Warung Kopi’ itu tidak lain ialah sebagai tempat berkumpul untuk orang Aceh agar mudah dikendalikan sehingga Belanda akan mudah menguasai Aceh, selain itu dengan hadirnya ‘Warung Kopi’ tersebut juga bertujuan membuat masyarakat Aceh lalai dan terlena oleh suasana Warung Kopi sebagai tempat santai sehingga orang Aceh lupa untuk memikirkan terutama hal-hal terhadap perlawanan kepada Belanda.²

Kopi memang menjadi salah satu tanaman rakyat yang diwajibkan Pemerintah Hindia Belanda dalam pelaksanaan *Cultuur-Stelsel*. Daerah-daerah dari luar Pulau Jawa, terutama Pulau Sumatera. Di Pulau Sumatera juga kemudian diharuskan untuk menanam kopi. Perkembangan cukup pesat, menyebabkan daerah-daerah di luar Pulau Jawa oleh Hindia Belanda menjadikan kopi sebagai salah satu komoditas ekspor utama.³

Di Meulaboh-Aceh Barat, juga saat itu sudah berkembang areal perkebunan kopi. Hanya saja kala itu, belum optimum produktivitas kopinya. Hasil yang dicapai oleh Pemerintah Hindia Belanda saat itu berkisar 40 s.d 60 persen dari hasil

² Indonesian International Coffe Symposium (IICS) 2014, hlm. 2-3.

³ *Ibid*;

perkebunan. Karena, saat itu kopi rakyat yang di tanam tidak menggunakan bibit dari klon unggul. Pemeliharaannya pun kurang baik. Adapun jenis kopi yang dihasilkan saat itu ialah jenis kopi Robusta dan selebihnya kopi Arabika.⁴

Hingga sekarang, kopi di Meulaboh masih terkenal dengan kopi Robustanya. Penyajiannya pun masih kita dapatkan di berbagai kedai kopi di Meulaboh. Adapun model penyajiannya yang sangat terkenal ialah model “Gelas Terbalik” yang pada masyarakat Aceh Barat dikenal dengan nama Kopi Tubruk dan Kopi Khop. Meski nama demikian, salah satu menu andalannya adalah kopi Robusta.

Meulaboh Dalam Lintas Sejarah Kopi

Di Aceh, pertama muncul perhatian pada tanaman ini adalah pada tahun 1804 yang diperkenalkan oleh Kolonial Belanda dan sedikit-sedikit mulai dibudidayakan oleh orang Aceh. Setelah mengetahui manfaatnya tanaman tersebut, kemudian pada tahun 1908 kembali dibudidayakan secara besar-besaran di Aceh terutama di dataran tinggi Gayo, Pidie hingga Aceh Barat yang sumber bibitnya dari Batavia untuk di tanam di Pulau Jawa, Sumatera dan daerah-daerah di Indonesia. Adapun kopi yang dibudidayakan ialah dua macam jenis kopi yaitu kopi Robusta dan kopi Arabika.

Meulaboh merupakan sebuah kota tua yang saat ini menjadi ibukota Kabupaten Aceh Barat, Propinsi Aceh. Pada masa

⁴ *Ibid;*

Kolonial, seluruh wilayah Kerisidenan Aceh dibagi menjadi empat *Afdeeling* yang salah satunya ialah *Afdeeling Westkust van Atjeh* atau Aceh Barat dengan Ibukotanya Meulaboh. *Afdeeling Westkust van Atjeh* (Aceh Barat) merupakan suatu daerah administratif yang meliputi wilayah sepanjang Pantai barat Selatan Aceh, dari Gunung Geurutee sampai daerah Singkil dan Kepulauan Simeulue serta dibagi menjadi 6 (enam) *onderafdeeling*.⁵

Di Aceh Barat, Belanda mulai memerintahkan masyarakat pada tahun 1908 untuk membudidayakan kopi jenis Robusta dan Arabika. Saat itu, Kopi jenis Arabika oleh Belanda memilih sendiri untuk mereka konsumsi sendiri dan diekspor ke luar negeri dan masyarakat mereka menyuruh untuk mengkonsumsinya kopi jenis Robusta. Sejak saat itu, kopi menjadi tanaman yang bermutu tinggi berkembang menjadi komoditas unggulan di Aceh, dan Kopi menjadi salah satu dari sekian komoditas termahal kala itu.

⁵ Adapun 6 (enam) *onderafdeeling* yaitu: 1) Meulaboh dengan ibukotanya Meulaboh dengan *Landschappennya* Kaway XVI, Woyla, Bubon, Lhok Bubon, Seunagan, Seuneu'am, Beutong, Tungkop dan Pameue; 2) Calang dengan ibukota Calang (dan sebelum tahun 1910 ibukotanya adalah Lhok Kruet) dengan *Landschappennya* Kluang, Kuala Daya, Lambeusoe, Kuala Unga, Lhok Kruet, Patek, Lageun, Rigaih, Krueng Sabee dan Teunom; 3) Tapaktuan dengan ibukotanya Tapaktuan; 4) Simeulue dengan ibukotanya Sinabang dengan *Landschappennya* Teupah, Simalur, Salang, Leukon, dan Sigulai; 5) *Zuid Atjeh* dengan ibukotanya Bakongan; dan 6) Singkil dengan ibukotanya Singkil. Teuku Dadek, dkk, *Potensi Sosial dan Budaya Asal Usul Aceh Barat*, Aceh Barat: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Aceh Barat, 2015, hlm. vii dan 27-28.

Kondisi alam Aceh Barat yang subur dan dipacu dengan cuaca yang mendukung menjadikan pula kopi berkembang dengan sangat bagus. Di Aceh Barat tanaman kopi ini dahulunya cukup berkembang pesat di daerah Lamno, dan Teunom (yang sekarang masuk ke dalam wilayah Kabupaten Aceh Jaya). Belanda membagi-bagikan lahan kepada masyarakat untuk pengolahan kebun kopi. Biji-biji kopi yang dihasilkan itu, kemudian dibawa ke Meulaboh dan diproses secara unik. Kemudian, diekspor ke luar Aceh khususnya ke Eropa melalui pelabuhan terbesar di Meulaboh kala itu. Hingga pada tahun 1924 Belanda telah menjadikan lahan di Aceh didominasi dengan Kopi, tidak hanya di Pantai Barat Aceh saja tetapi juga di Gayo dengan melibatkan juga investor dari Eropa.⁶

Jorn R. Bowen dalam karyanya *Sumatran Politics and Poetick, Gayo History 1900-1989* pun menuliskan bahwa pada 1924 Belanda dan Investor Eropa telah memulai menjadikan lahan didominasi tanaman kopi, teh dan sayuran. Kemudian pada tahun 1933 di Takengon, 13.000 hektare lahan sudah ditanami kopi yang disebut Belanda sebagai komoditas “*Product for Future*” masyarakat Gayo.⁷ Kopi merupakan komoditas tingkat dunia yang dianggap penting, sejak

⁶ Lihat *Proceeding Indonesian International Coffe Symposium (IICS) 2014*, Banda Aceh 19-21 November 2014 di Universitas Syiah Kuala, hlm. 10.

⁷ Jorn R. Bowen, *Sumatran Politics and Poetick, Gayo History 1900-1989*, New Haven and London: Yale University Press, 1991, hlm. 76.

dahulu hingga sekarang kopi masih diperhitungkan sebagai komoditi yang dibutuhkan bagi dunia internasional. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), tiga besar eksportir, kopi dunia adalah Brazil, Vietnam dan Indonesia. Sedangkan, untuk pengimpor terbesar adalah Amerika, Jerman dan Jepang. Jika dilihat berdasarkan kawasan, maka Eropa adalah pengimpor terbesar kopi dunia.⁸

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, sejak diperkenalkan oleh Belanda kopi menjadi komoditas termahal kala itu, dan bahkan di seluruh Aceh sudah dikenal memiliki lahan kopi. Di Aceh Barat, saat itu daerah yang terkenal penghasil kopi adalah Lamno dan Teunom dan kebanyakan hasilnya kemudian di bawa ke Meulaboh untuk diproses dan ekspor sebagai komoditas unggulan ke Eropa. Adapun jenis kopi yang diproduksi di Aceh Barat kala itu yang terkenal ialah jenis kopi Robusta yang diolah dari biji kopi asli melalui cara yang sangat tradisional yang kemudian disajikan menjadi satu minuman.

Kopi dan Warung Kopi di Meulaboh

Kopi merupakan minuman yang sangat digemari, tradisi minum kopi ini telah berlangsung lama di Aceh. Hingga kepada pembangunan “Warung Kopi” pertama di Aceh dengan melibatkan pengusaha keturunan Tionghoa oleh

⁸ Warta Ekspor Edisi Juli 2013, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia,/ Ditjen PEN/MJL/004/7/Juli 2013. hlm 11.

Belanda.⁹ Begitu juga di Meulaboh saat itu, sudah ada berkembang berbagai *Keudee Kopi* (Warung Kopi) tempat berkumpul banyak orang untuk bersantai dan meneguk kopi.

‘Beungoh Singoh Geutanyoe Jep Kopi di Keudee Meulaboh Atawa Ulon Akan Syahid’ (Besok Pagi kita akan minum kopi di Kedai Meulaboh atau aku akan Syahid).” Ini merupakan sebuah kalimat yang diucapkan oleh Teuku Umar (Pahlawan Nasional dari Aceh) sebelum memimpin penyerangan terhadap Belanda, yang mana sebelum sempat melakukan peperangan tersebut Teuku Umar telah lebih dahulu syahid terbunuh oleh peluru Belanda pada tahun 1899.¹⁰

⁹ Lihat Prayogo, *Sejarah Kopi*, <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16434/BAB%2011.pdf?sequence=6&isAllowed=y> diakses pada 14 Februari 2018.

¹⁰ Ungkapan Kalimat itu tertulis di tugu Teuku Umar Meulaboh, diyakini sebagai kalimat terakhir yang diucapkannya sebelum akhirnya tewas di tangan Garnizun Belanda pada 11 Februari 1899, 26 tahun setelah perang Aceh-Belanda dimulai sejak Maret 1873. Pada tanggal 10 Pebruari 1899 di Keudee Lhok Bubon, Teuku Oemar bersama pasukannya mengatur rencana penyerangan terhadap Belanda yang berada di Tangsi Meulaboh. Mendengar rencana ini, Jendral Van Heutzs memerintahkan Letnan Ver Brugh untuk memimpin pasukannya berpatroli ke arah Barat dengan menyusuri pantai serta melakukan penjagaan di Suak Ujong Kalak, 2 kilometer dari Kota Meulaboh. Teuku Umar seakan-akan tahu bahwa beliau akan menemui akhir ajalnya. Saat berjalan dari Lho’ Bubon, beliau berkata kepada Teungku Kali Nya Ali, “Besok kita akan minum kopi di Keude Meulaboh atau saya akan mati di Perang Suci”. Teuku Umar bergerak menyusuri pantai bersama pasukannya dari Lhok Bubon menuju Meulaboh pada malam hari tanggal 11 Pebruari 1899. Sebelum melanjutkan perjalanannya untuk

Dari ungkapan tersebut membuktikan bahwa sejak sebelum tahun 1899 ternyata telah berkembang budaya minum kopi di Meulaboh, dan sudah ada berdiri *Kedai Kopi* (Warung Kopi) sebagai tempat berkumpul dan bersantai bagi masyarakat Aceh Barat di Meulaboh. Hanya saja warung kopi dahulu masih sangat tradisional. Di warung kopi inilah masyarakat menjalin silaturahmi sambil menikmati kopi.

Kopi Itam (Indonesia: Kopi Hitam) itulah salah satu kopi yang terkenal saat itu, dimana penyajian masing sangat tradisional. Biji kopi diolah dengan menggunakan tangan terampil masyarakat dan digiling hingga menghasilkan kopi yang khas dengan aroma yang istimewa, dan kemudian secangkir minuman asli kopi. Dahulu belum ada banyak jenis kopi yang diolah bervariasi seperti sekarang ini, tetapi hanya satu macam jenis minuman yaitu *Kopi Itam* yang khas.

Kemudian, adapun kopi yang dihasilkan di Meulaboh kala itu pun banyak dijumpai jenis *Robusta*. Daerah kawasan penghasil utamanya yaitu di Lamno dan Teunom dimana kemudian hasil dari perkebunan itu banyak dibawa ke

melakukan penyerangan ke Tangsi Meulaboh, pasukan Belanda yang telah lebih dahulu bersiaga di seberang Suak Ujong Kalak melepaskan tembakan. Pasukan Teuku Umar terkepung. Teuku Umar terlihat memegang dadanya yang berlumuran darah. Peluru Belanda bersarang di dada kirinya dan usus besar. Seketika tembak-menembak terhenti. Suasana menjadi hening dan masing-masing pasukan mengundurkan diri tanpa melepaskan tembakan. Teuku Ahmad dadek, 14 Sifat Kepemimpinan Teuku Umar, Artikel Acehtrend.co Edisi 07 Februari 2016. (<http://www.acehtrend.co/14-sifat-kepemimpinan-teuku-umar/> diakses pada tanggal 14 Februari 2018).

Meulaboh untuk di pasarkan dan diekspor oleh Belanda ke Eropa yang di dalamnya melibatkan pula organisasi Perkumpulan Dagang Hindia Timur (*Verenigde Oost Indische Compagnie*) yang disingkat dengan VOC dimana organisasi ini mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Belanda dalam hal perdagangan.¹¹ Adanya perusahaan swasta asing yang tinggal di Aceh, maka tujuan Belanda akan menjadikan Aceh sebagai pusat perdagangan di seluruh Sumatera, Penang dan daerah-daerah Teluk Benggala. Secara umum, dalam perkembangan luar Pulau Jawa, Aceh bisa memberikan sumbangan penting bagi sarana keuangan secara umum dan bagi perkembangan perdagangan dan industri secara khusus.¹²

Warung kopi di Meulaboh kala itupun banyak sekali menghasilkan jenis kopi Robusta (jenis kopi yang memiliki tekstur lebih kasar dari pada arabika yang lembut). Kemudian, seiring berjalannya waktu, banyak pula yang kemudian warung kopi yang kemudian berkembang

¹¹ Lihat F.S. Gaastra, Sejarah Nusantara Organisasi VOC (https://sejarah-nusantara.anri.go.id/media/userdefined/pdf/brillvocinventaris_gaastraid.pdf diakses pada 14 Februari 2018).

¹² A.H.P. Clemens dan Thomas Linblad, *Het Belang van de Buitengeweten; Economische Expansie en Koloniale Staatsvorming in de Buitengewesten van Nederlands-Indie, 1870-1942*, Amsterdam:NEHA, 1989, hlm. 29. Lihat juga Tanggapan Deli T.J.Cremer (Tokoh Penting Perusahaan: 1896) dalam Mawardi Umar, *Mengadu Nasib di Kebun Karet Kehidupan Buruh Onderneming Karet di Aceh Timur, 1907-1939*, Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Aceh, Cetakan Pertama, 2015, hlm. 41.

hingga di desa-desa yang ada di Aceh Barat, dimana warung kopi tersebut dijadikan sebagai tempat berkumpul dan bersilaturahmi serta bertukar pikiran. Di Meulaboh tercatat dari tahun 1950-an sampai pada tahun 1990-an sangat banyak didirikan warung kopi dengan jenis kopi utama kala itu Robusta, dan dari sinilah kemudian berkembang kopi Robusta di Aceh Barat kemudian berganti nama menjadi kopi Tubruk. Sejak tahun 1990-an tradisi minum kopi di warung kopi terus meningkat hingga menjadi sebuah budaya bagi masyarakat Aceh sebagai tempat pertukaran informasi. Dimana segala bentuk masalah semua dipecahkan di warung kopi.¹³

Tradisi berkunjung ke warung kopi akhirnya menjadi turun temurun hingga berkembang berbagai warung kopi yang berdiri disetiap sudut sebagai tempat santai dan sumber informasi sambil menyerup kopi yang diseduh dalam cangkir yang berkomposisi kopi pahit khas kopi tubruk Robusta. Sejak inilah warung kopi di Meulaboh berfungsi sebagai *tempat rapat kedua* bagi sekelompok masyarakat. Disebutkan sebagai tempat rapat kedua, disebabkan setelah adanya rapat disuatu tempat maka dilanjutkan kembali pembahasan selanjutnya yaitu di “Warung Kopi”. Artinya dalam masyarakat Aceh warung kopi bukan hanya

¹³ Wawancara RS.Putra, Tokoh Masyarakat Aceh Barat Pada tanggal 31 Januari 2018.

tempat santai saja, melainkan juga sebagai tempat untuk memecahkan berbagai masalah.¹⁴

Hanya saja, warung kopi yang berkembang dahulunya tidak seperti warung kopi yang ada sekarang ini di Aceh, yang di desain seindah mungkin dilengkapi fasilitas internet dan semua element bisa berkumpul di warung kopi dari mulai anak-anak, remaja, dewasa hingga perempuan pun dapat duduk di warung kopi. Tetapi, warung kopi yang ada dahulunya sangatlah sederhana, dan hanya sebagai tempat santai biasa. Namun, paska tsunami Aceh tahun 2004 silam. dengan hadir berbagai Negera Donor dan NGO Luar Negeri kala itu, disinilah pada akhirnya terjadinya pengaruh budaya warung kopi dan terjadilah perubahan warung kopi di Aceh menjadi model warung kopi di Eropa yaitu mentransformasikan dirinya sebagai warung kopi digital dengan memberikan fasilitas internet dengan menyediakan wi-fi dan fasilitas power listrik untuk kebutuhan baterai laptop.¹⁵

Disini pula berkembang warung kopi sebagai wadah tempat bertemunya banyak orang dengan berbagai macam tujuan mulai dari tempat pengumpul penikmat kopi, mahasiswa membahas kuliah, pembisnis membahas

¹⁴ Wawancara RS.Putra, Tokoh Masyarakat Aceh Barat Pada Tanggal 31 Januari 2018.

¹⁵ Doni Mardinal, Warung Kopi Aceh (https://www1-media.acehprov.go.id/uploads/Doni_Mardinal_-_Warung_Kopi_Aceh.pdf) diakses pada 14 Februari 2018.

bisnisnya, hingga perempuan juga menggunakan warung kopi sebagai tempat bertemu dengan berbagai kalangan sambil minum dan menikmati kopi. Akibat perubahan yang terjadi pasca tsunami itu pula, di Aceh hingga saat ini berkembang berbagai macam warung kopi dan dijuluki negeri 1001 Warung Kopi, dan di Meulaboh sendiri pasca terjadi gempa dan tsunami 2004 terdapat pula dua macam warung kopi yang berkembang hingga saat ini, yaitu warung kopi tradisional dan warung kopi digital. Namun, yang berbedanya dengan daerah yang lain adalah warung kopi di Meulaboh mempunyai gaya khas sendiri dalam penyajian kopinya yaitu kopi Robusta dan dikenal pula ada menggunakan penyajiannya menggunakan gelas terbalik yang disebut dengan “Kopi Tubruk atau Kopi Khop”.

Kopi Tubruk, Kopi Khop dan Budaya Ngopi di Meulaboh

Budaya minum kopi saat ini menjadi *tren* di berbagai Negara, di daerah, maupun di pusat-pusat kota, yang mana bermunculan berbagai menu sajian kopi yang siap untuk dinikmati. Di kalangan pencintanya, kopi menjadi minuman yang memiliki cita rasa yang berbeda-beda,¹⁶ di Meulaboh misalnya di kenal dengan “Kopi Tubruk atau Kopi Khop”. Dengan harga yang terjangkau, semua kalangan dapat menikmati minuman kopi ini dan juga bisa membuat ketagihan. Karena, kopi ini di produksi dengan cara tradisional lebih pekat rasa pahitnya dan memiliki

¹⁶ Warta Ekspor Edisi Juli 2013, hlm 4.

cita rasa yang berbeda, terutama cara penyajiannya yang menggunakan model gelas terbalik.

Di Kota Meulaboh, menjadi khas tersendiri terhadap kopi tubruk tersebut, model penyajian ini tentunya menjadi sebuah penyajian yang khas dari sebuah daerah yang berjulukan Bumi Teuku Umar tersebut. Penamaan kopi ini tentunya dimulai sejak berkembangnya kopi Robusta (Tubruk) di Aceh Barat yang dari hari kehari menuntut masyarakat untuk berinovasi dalam penyajian kopi ini. Karena, kopi Robusta merupakan jenis kopi yang memiliki tekstur lebih kasar dari pada arabika yang lembut. Maka terjadilah penyajiannya menggunakan gelas terbalik. Awal mulanya ide ini dilakukan agar ketika dalam minum kopi tersebut tidak terminum ampas kasar kopinya. Tetapi lama kelamaan menjadikan model gaya minum kopi gelas terbalik ini menjadi gaya baru minum kopi dan dianggap sebagai model unik, terutama juga setelah adanya pipet dan menggunakan pipet sebagai penyedotnya.

Perkembangannya, Kopi Tubruk ini selanjutnya dikenal hingga keseluruh Aceh dan Indonesia adalah setelah adanya sebuah warung kopi masyarakat yang kembali dibuka menjual kopi pasca tsunami dengan menyajikan minuman model gelas terbalik. Kemudian, diikuti pula kembali pembukaan berbagai tempat minum kopi oleh beberapa tempat di Meulaboh seperti: Caffé Tubruk, Teratak Tua, Caffé Punti di Suak Ribee dan juga warung-warung kopi tradisional yang juga menyediakan kopi tubruk

tersebut dengan menggunakan gelas terbalik. Meskipun kedai-kedai kopi di Meulaboh hanya berbentuk bangunan sederhana, namun selalu dipenuhi pengunjung. Bagi para wisatawan, tak lengkap rasanya berkunjung ke Meulaboh tanpa mencicipi Kopi Tubruk. Mereka datang karena penasaran dengan kopi terbalik dan selalu ingin kembali lagi karena ketagihan. Meski namanya demikian, salah satu menu andalannya adalah Kopi Khop yang menggunakan kopi Robusta.¹⁷

Istilah lain *Kopi Tubruk* ini juga disebut dengan *Kopi Khop*, disebut *Kopi Khop* karena penyajiannya menggunakan gelas terbalik atau istilah lain ialah “Tertelungkup”.¹⁸ Hingga saat ini, *Kopi Tubruk* atau *Kopi Khop* menjadi kopi khas dari Meulaboh dan karena keunikan gaya penyajiannya, disinilah menuntut berbagai kalangan untuk bersantai dan minum kopi khas Meulaboh ini. Kawasan kedai kopi di Aceh Barat sangat terkenal unik adalah di kawasan Gampong Suak Ribee Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Warung kopi tersebut selalu ramai dikunjungi, tidak hanya masyarakat Aceh Barat saja yang datang menikmati kopi tersebut, tetapi para domestik dan mancanegara sudah sangat populer, terlebih lagi dikalangan pencinta kopi

¹⁷ Kopi Khop Minum Kopi Ala Meulaboh (<https://beritagar.id/artikel/piknik/kopi-khop-minum-kopi-ala-meulaboh>) diakses pada 14 Februari 2018.

¹⁸ Kopi Khop Sensasi Unik Minum Kopi di Aceh Begini Caranya (<http://travel.kompas.com/read/2016/07/26/121500227/Kopi.Khop.Sensasi.Unik.Minum.Kopi.di.Aceh.Begini.Caranya>)

terutama cita rasa dan aromanya yang berbeda dengan daerah-daerah lain sehingga dianggap belum sah jika ke Meulaboh-Aceh Barat jika tidak berkunjung ke Warung Kopi Tubruk dan mencicipi Kopi Tubruk Khas Aceh Barat.

Budaya ngopi di *Kopi Tubruk/Kopi Khop* ini pun menjadi sangat hebat saat ini di Meulaboh, disana berkumpul berbagai kalangan untuk ngopi sambil menikmati suasana santai, bahkan disana bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi saja, tetapi jug sudah menjadi tempat berkumpul semua kalangan baik dari para elit, maupun kalangan biasa. Mulai dari penikmat kopi, mahasiswa hingga para politisi, pekerja social, pengusaha dan pembisnis lainnya mulai memilih Warung *Kopi Tubruk/Kopi Khop* sebagai tempat utamanya bersantai dan ngopi bersama.

Saat ini di Meulaboh terdapat pula 2 (dua) macam jenis warung kopi. *Pertama*, warung kopi biasa berupa bangunan simpel, tetapi senantiasa dipenuhi pengunjung dan *Kedua*, ialah warung kopi digital yaitu warung kopi yang menyediakan fasilitas internet dengan menyediakan wi-fi dan fasilitas power listrik untuk kebutuhan baterai laptop. Kedua warung kopi ini aktif di Meulaboh, hanya saja di waktu siang hari mereka banyak ngopi di warung kopi biasa dan sederhana, sedangkan warung kopi digital biasanya banyak dipenuhi ketika malam hari. Kedua model warung kopi ini semuanya berfungsi sebagai wadah tempat bertemunya banyak orang dengan berbagai macam tujuan

dan sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat di Meulaboh.

Penutup

Di Aceh, pertama muncul perhatian pada tanaman kopi adalah pada tahun 1804 yang diperkenalkan oleh Kolonial Belanda dan sedikit-sedikit mulai dibudidayakan oleh orang Aceh. Setelah mengetahui manfaatnya tanaman tersebut, kemudian pada tahun 1908 kembali dibudidayakan secara besar-besaran di Aceh terutama di dataran tinggi Gayo, Pidie hingga Aceh Barat yang sumber bibitnya dari Batavia, dengan jenis kopi yaitu kopi Robusta dan kopi Arabika.

Sejarah pembangunan “Warung Kopi” pertama di Aceh ialah dipelopori oleh orang-orang Belanda dengan melibatkan pengusaha keturunan Tionghoa. Di Meulaboh sejak sebelum tahun 1899 ternyata telah berkembang budaya minum kopi dan sudah ada berdiri *Kedai Kopi* (Warung Kopi) sebagai tempat berkumpul dan bersantai bagi masyarakat Aceh Barat di Meulaboh. Hanya saja warung kopi dahulu masih sangat tradisional. Di warung kopi inilah masyarakat menjalin silaturahmi sambil menikmati kopi.

Budaya minum kopi saat ini menjadi *tren* di berbagai Negara, di daerah, maupun di pusat-pusat kota, yang mana bermunculan berbagai menu sajian kopi yang siap untuk dinikmati. Di kalangan pencintanya, kopi menjadi minuman yang memiliki cita rasa yang berbeda-beda, di Meulaboh misalnya di kenal dengan “*Kopi Tubruk* atau *Kopi Khop*”

istilah tersebut karena penyajiannya menggunakan “Gelas Terbalik” atau istilah lain ialah “ Gelas Tertelungkup”. Penikmat kopi tersebut tidak hanya masyarakat Aceh Barat saja, tetapi para domestik dan mancanegara sudah sangat populer, terlebih lagi dikalangan pencinta kopi, terutama cita rasa dan aromanya yang berbeda dengan daerah-daerah lain sehingga dianggap belum sah jika ke Meulaboh-Aceh Barat jika tidak berkunjung ke Warung Kopi Tubruk dan mencicipi Kopi Tubruk Khas Aceh Barat. Budaya ngopi di Aceh Barat semakin meningkat dan bukan hanya sekedar menikmati kopi saja, tetapi saat ini sudah menjadi tempat berkumpul semua kalangan baik para elit, maupun kalangan biasa. sebagai tempat utamanya bersantai dan ngopi bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- A.H.P. Clemens dan Thomas Linblad, *Het Belang van de Buitengeweten; Economische Expansie en Koloniale Staatsvorming in de Buitengewesten van Nederlands-Indie, 1870-1942*, Amsterdam:NEHA, 1989.
- Jorn R. Bowen, *Sumatran Politics and Poetick, Gayo History 1900-1989*, New Haven and London: Yale University Press, 1991.
- Mawardi Umar, *Mengadu Nasib di Kebun Karet Kehidupan Buruh Onderneming Karet di Aceh Timur, 1907-1939*, Banda Aceh: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Aceh, Cetakan Pertama, 2015.

Doni Mardinal, *Warung Kopi Aceh* (https://www1-media.acehprov.go.id/uploads/Doni_Mardinal_-_Warung_Kopi_Aceh.pdf) diakses pada 14 Februari 2018.

F.S. Gaastra, *Sejarah Nusantara Organisasi VOC* (https://sejarah-nusantara.anri.go.id/media/userdefined/pdf/brillvocrinventaris_gaastraid.pdf) diakses pada 14 Februari 2018.

Proceeding Indonesian International Coffe Symposium (IICS) 2014, Banda Aceh 19-21 November 2014 di Universitas Syiah Kuala.

Kupi Khop Minum Kopi Ala Meulaboh (<https://beritagar.id/artikel/piknik/kupi-khop-minum-kopi-ala-meulaboh>) diakses pada 14 Februari 2018.

Kupi Khop Sensasi Unik Minum Kopi di Aceh Begini Caranya (<http://travel.kompas.com/read/2016/07/26/121500227/Kupi.Khop.Sensasi.Unik.Minum.Kopi.di.Aceh.Begini.Caranya>)

Prayogo, *Sejarah Kopi*, <http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/16434/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y> diakses pada 14 Februari 2018.

Teuku Ahmad dadek, *14 Sifat Kepemimpinan Teuku Umar*, Artikel Acehtrend.co Edisi 07 Februari 2016. (<http://www.acehtrend.co/14-sifat-kepemimpinan-teuku-umar/>) diakses pada tanggal 14 Februari 2018.

-----, dkk, *Potensi Sosial dan Budaya Asal Usul Aceh Barat*, Aceh Barat: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Aceh Barat, 2015, hlm. VII dan 27-28.

Warta Ekspor Edisi Juli 2013, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia,/ Ditjen PEN/MJL/004/7/Juli 2013. hlm 11.

Wawancara RS.Putra, Tokoh Masyarakat Aceh Barat Pada tanggal 31 Januari 2018.

GALERI FOTO



Kopi Tubruk atau Kopi Khop

Sumber: www.cikopi.com dan www.acehkita.com



Gubernur Aceh Periode 2012 s.d 2017 dr.H.Zaini Abdullah pada saat berkunjung ke Meulaboh dan menikmati kopi khop

ARABIKA GAYO DI KUTARADJA

Ismar Ramadhani

Kehadiran kopi Arabika di Kutaraja atau Banda Aceh merupakan sebuah fenomena baru, setidaknya pasca tsunami. Hal ini menjadi hal yang menarik karena Banda Aceh dan Aceh Pesisir pada umumnya merupakan tempat lahirnya kopi saring khas Aceh--Robusta. Namun saat ini kopi dari dataran tinggi mulai dinikmati oleh masyarakat pesisir Aceh. Tulisan ini mencoba menggambarkan hal tersebut, termasuk perubahan yang terjadi pada budaya ngopi di Banda Aceh.

Sekilas Tentang Kopi Saring

Kopi saring adalah sajian kopi yang dilakukan dengan cara unik. Dimana bubuk kopi Robusta dengan grinder kasar, disaring dengan air panas berulang-ulang dengan tujuan untuk menghadirkan citarasa kopi yang enak. Setelah dirasa mencapai pada kekentalan tertentu, kopi saring akan dituangkan ke dalam gelas-gelas dengan kecermatan yang baik oleh peracik kopi. Sajian kopi saring bisa dalam bentuk kopi hitam satu gelas penuh atau setengah gelas yang dikenal dengan sebutan kopi pancung dengan campuran gula, kopi tambah susu kental manis (sanger), atau susu

dengan campuran telur ayam kampung yang sudah lebih dulu di masak setengah matang. Sebagai teman kopi juga disajikan jajanan khas Aceh, biasanya aneka kue dengan rasa manis.

Warung kopi sareng memiliki kekhasan dengan dapur besar untuk menjerang air agar selalu dalam kondisi panas, dibebberapa warung kopi bahkan masih mempertahankan penggunaan kayu bakar atau arang dari pada gas yang dinilai lebih praktis. Bagi pecinta kopi saring, pilihan penggunaan kayu menjadi pertimbangan tertentu saat memilih warung kopi yang akan didatangi.

Pekerjaan membuat kopi saring bukanlah hal yang mudah, sebab dalam sekali pembuatan kopi saring, seorang “Barista” harus mengangkat air sebanyak 2-2,5 liter yang sudah dicampur dengan 2,5 kaleng susu bubuk kopi kasar yang di saring berulang-ulang. Persis seperti cara membuat teh tarik. Sekali proses penyaringan dapat menghasilkan 18-20 gelas kopi. Di warung kopi yang ramai, pekerjaan menyaring kopi bahkan dilakukan oleh 2 atau 3 orang.

Untuk kopi yang digunakan, Banda Aceh terkenal dengan produksi kopi Solong Ule Kareng yang menyuplai bubuk kopi bagi warung kopi seperti Rumoh Aceh di Kampus UIN Ar-Raniry, Banda Aceh. Berdiri sejak tahun 1974, Solong Ule Kareng merupakan salah satu rumah produksi kopi Robusta di Aceh, yang akhir-akhir ini turut memproduksi kopi Arabika. Lalu, bagaimana cerita kehadiran kopi Arabika di Kuataradja, rumah dari kopi saring Aceh?

Pasca Tsunami—IOM

Pasca Tsunami serta kehadiran lembaga Internasional diduga sebagai titik awal keberadaan kopi Arabika di Banda Aceh. Pada tahun 2010, Rumoh Aceh menjadi satu-satunya tempat yang menyajikan kopi Arabika. M. Nur pemilik cafe ini mengaku bahwa perkembangan kopi Arabika di Takengon dan Bener Meriah yang mendapatkan pendampingan dari lembaga Internasional untuk pengungsi (*International Organization of Migration-IOM*). Salah satu rujukan dari pemilik usaha kopi ini yaitu cafe Bergendal yang berada di Teritit, Bener Meriah. Selain menjual aneka minuman sajian kopi, Rumoh Aceh juga menyediakan makanan khas Aceh, termasuk oleh-oleh Kopi Arabika Gayo yang menjadi produk unggulan. Sebagai tempat yang menyajikan kopi Arabika, Rumoh Aceh banyak dikunjungi oleh pekerja Internasional dari luar negeri atau luar Aceh.

La Regno: Oleh-Oleh yang Pulang dari Luar Negeri

Keberadaan cafe yang menyajikan kopi Arabika dengan mesin epsresso juga identik dengan pemilik yang pernah kuliah di luar negeri, *La Regno* salah satunya. Pasca tsunami jumlah anak muda Aceh yang mendapatkan beasiswa ke luar negeri terbilang cukup tinggi. Salah seorang yang akhirnya memutuskan membuka usaha cafe dan rosthing adalah Eric. Dia membuka *Cafe La Regno* pada tahun 2011 di daerah Peurada. Eric menyampaikan bagaimana pengalaman yang dialami saat sampai di Taiwan dan menemukan *cafeteria*

kampus yang menyediakan aneka kopi Arabika dari seluruh dunia dengan menu yang beragam. Sesuatu yang belum pernah dia temukan di Aceh.

Pada kesempatan yang lain, Eric mengunjungi salah satu pusat perbelanjaan, dia tertarik melihat mesin espresso. Lalu PSG menawarkan Eric untuk menikmati kopi yang tersedia di stand. Sebagai orang yang sudah terbiasa menikmati kopi, tidak ada keraguan dalam diri Eric untuk menyeruput kopi hitam dalam gelas kecil. Tapi betapa terkejut saat dia menegak. “sehebat-hebatnya orang Aceh minum kopi, mereka tidak akan bisa menikmati segelas epsresso tanpa bantuan gula”. Sejak saat itu Eric mengakui bahwa pengetahuan dia tentang kopi dan kebanggaannya sebagai roang Aceh yang kuat mimum kopi terbantakan oleh cairan beberapa mili....

Setelah pulang dari Taiwan, Eric memanfaatkan ruko milik keluarganya di Peurada utama untuk menyajikan kopi Arabika. *La Regno* termasuk dalam perintis awal cafe Arabika di Banda Aceh. Selain menyajikan kopi dan memberi jasa *roasting*, Eric juga kerap membagi pengetahuannya tentang kopi pada siapapun yang datang dan mau belajar.

Sulitnya Jualan Kopi Arabika

Menjual kopi Arabika bukan hal yang mudah. Beberapa cafe awal yang berdiri di Banda Aceh mengalami hal ini. Sebagai contoh HIP burger yang menjual kopi Arabika ketiga setelah Rumoh Aceh dan *La Regno*. Meski *HIP Burger* sudah lebih

unggul dengan jualan burger yang termasuk pertama di Banda Aceh. Novaldin sebagai pemilik usaha ini mengaku mendapatkan tantangan tersendiri untuk menjual kopi Arabika. Terutama dalam mencari peminum. Ini juga dialami oleh Harviest, Nacha, Blang Padang Coffee, Bergendal, Sada Coffee Shop sebelum tahun 2015.

Tantangan menjual kopi Arabika pada tahap ini ada dua. Pertama harga yang mahal 2 sampai 3 kali lipat harga kopi sareng. Kedua, rasa kopi yang terlalu kuat dan asam. Dari sisi harga, peminum kopi Arabika di awal-awal sering merasa terkejut dengan harga. Sebab pembeli sering membandingkan dengan harga kopi saring yang notabene adalah kopi Robusta, dimana harga dari kopi ini memang lebih rendah dibandingkan Arabika. Pada saat itu kenyataan bahwa kopi Arabika merupakan produk unggulan belum menjadi pengetahuan umum. Padahal disaat yang sama, satu gelas juice sudah dihargai Rp.10.000, namun pembeli tetap menganggap harga kopi Arabika terlalu mahal sebab yang dijadikan perbandingan adalah kopi Robusta. Kedua, rasa yang kuat dan asam sering dianggap mengancam kesehatan terutama masalah lambung. Anggapan masyarakat kopi Arabika dengan rasa yang asam yang kuat akan menjadi penyebab asam pada lambung.

Edukasi Peminum

Dari persoalan di atas, akhirnya beberapa penjual atau pengusaha cafe memilih untuk melakukan edukasi. Salah

satunya adalah *sada Coffee Shop*. Berdiri pada tahun 2013, Mursada seorang Petani dari Bener Meriah bertekad untuk mengenalkan kopi Arabika dari kebun miliknya dan melakukan edukasi kepada peminum. Secara gigih, dia memberikan penjelasan kenapa kopi Arabika harus mahal (setara dengan harga jus) dan menyehatkan. Sebagai seorang petani, Mursada mampu menjelaskan bahwa proses kopi hingga sampai menjadi sajian minuman cukup panjang. Selain pada setiap tahapan, dilakukan *quality control* untuk menghasilkan kopi yang terbaik. Pada tahap ini, sangat wajar jika pembeli menemukan pengusaha cafe menunjukkan kopi yang dia pakai dalam bentuk *green*, bahkan sebagian memilih untuk *me-roasting* kopi yang digunakan di cafe itu sendiri. Tujuannya, mengenalkan kepada pembeli tahapan dan kualitas kopi itu sendiri.

Informasi kesehatan juga digunakan oleh pengusaha cafe untuk memastikan peminum kopi agar tidak khawatir. *Sada Coffee Shop* di tahun 2014 pernah melakukan diskusi tentang manfaat minum kopi bagi kesehatan. Hadir sebagai pembicara Mahdi dan beberapa orang dari *Gayo Cupper Team*. Catatan yang diberikan oleh Mahdi bahwa kopi aman bagi kesehatan. Hanya saja kesalahan selama ini, banyak masyarakat di Aceh menikmati kopi dengan menambahkan gula atau susu kental manis. Pada penjelasan lain, kandungan kafein kopi Robusta lebih tinggi di bandingkan kopi Arabika. Sehingga bagi mereka yang tidak toleran pada kafein tinggi disarankan untuk menikmati kopi Arabika atau sebaliknya.

Hasil dari edukasi ini, peminum kopi Arabika di Banda Aceh terus bertambah. Ada beberapa pelanggan yang mengaku tidak mengalami masalah kesehatan karena minum kopi Arabika dan tidak pakai gula. Bahkan pada kurun waktu ini, menikmati segelas epsresso menjadi hal yang dianggap keren dan berkelas.

WARONG KUPI GEUCHIK MA'E*

Sehat Ihsan Shadiqin

Beragam model warung kopi yang muncul di Banda Aceh belakangan ini tidak membuat warung kopi tradisional mati. Masing-masing ada peminatnya. Warung kopi baru menyajikan kopi dengan beragam jenis olahan. Dari hanya menggunakan kain saringan biasa hingga pakai mesin canggih senilai ratusan juta rupiah. Belum lagi beragam varian kopi hasil racikan baru yang mengundang selera, terutama anak muda. Nama varian sajian kopi baru ini juga dibuat nampak keren: menggunakan bahasa asing. Selain dari sisi jenis kopi, warkop baru juga memanjakan pelanggan mereka dengan fasilitas *wi-fi*, koran, dan televisi layar lebar. Nyaris tiak ada orang yang duduk di warkop hanya untuk minum kopi. Kebanyakan mereka minum kopi sambil menikmati aneka fasilitas yang disediakan di sana.

Perubahan drastis dalam “dunia perwarung kopian” di Banda Aceh tetap menyisakan ruang untuk eksistensi warung kopi gaya lama. Warung kopi lama ditandai dengan jenis sajian *kopi sareng* dan beberapa variannya. Warung kopi ini eksis sejak lama di Aceh. Beberapa catatan buku sejarah kerap menyertakan cerita pertemuan di warung kopi, membuktikan eksistensinya di masa lalu. Salah satu

warung kopi lama yang masih mempertahankan ciri khas tradisionalnya adalah Warung Kopi Geuchik Ma'e. Terletak hanya 100 meter dari masjid utama Gampong Lambhuk, Kecamatan Ulee Kareng, kemungkinan, ini adalah warung kopi tertua yang masih ada di Banda Aceh di mana warung, pendiri, dan pekerjanya masih sama sejak tahun 1961! Saya yakin, anda yang membaca tulisan ini pasti belum lahir, saat warung kopi ini didirikan dan Gauchik Ma'e mulai berjualan.

Kalau berkunjung ke sana, anda tidak akan menemukan sebuah nama yang ditempel di muka pintu toko atau apalagi sebuah *neon box* warna warni di pinggir jalan. Warga mengenal dan menyebut warung ini dengan Warung Kopi Geuchik Ma'e karena pemilik sekaligus pekerjanya adalah H. Ismail, atau dikenal dengan panggilan Gauchik Ma'e. Beliau lahir tahun 1928 dan mendapatkan gaji pensiunan *veteran* karena ikut serta dalam pembebasan Medan Area tahun 1947. Pada 1959, ia terpilih menjadi Geuchik Gampong Lambhuk dan tidak pernah tergantikan hingga mengundurkan diri tahun 1996. Atau kira-kira setelah 37 tahun memimpin, lima tahun lebih lama dari Suharto. Tapi dari bocoran yang saya terima dari beberapa kenalan di Gampong Lambhuk, Gauchik Mae sebenarnya bukan mengundurkan diri namun "dipaksa mundur" karena tidak bersedia menjadi juru kampanye Golkar yang teramat berkuasa saat itu. Apalagi kampung yang ia pimpinnya tidak pernah sekalipun menempatkan Golkar di urutan puncak dalam pemilihan umum. Geuchik Ma'e sangat fanatik

dengan PPP (Partai Persatuan Pembangunan) dan meyakini partai ini di masa lalu merepresentasikan suara umat Islam.

Kalau kita masuk ke warung kopi ini segera kita tahu kalau warung ini sesepuh usia pemiliknya. Banyak bagian dinding warung sudah menghitam dimakan usia. Sarang laba-laba ada di mana-mana. Bahkan sebagian besar sudah berwarna hitam terkena asap. Dapur di mana ia menanak air untuk menyeduh kopi juga nampak kusam karena puluhan tahun dibakar api. Di langit-langit, dinding, sudut toko, banyak barang-barang tua yang tidak terpakai lagi, sisa tahun-tahun awal warung kopi ini didirikan. Ada sebuah lampu petromaks yang sudah penuh dengan debu dan laba-laba di gantung di langit-langit toko bagian depan. Sepertinya lampu itu sudah ada di sana sejak tahun 1960-an ketika semua daerah di Banda Aceh dialiri listrik.

Di warung kopi inilah Geuchik Ma'e yang saat ini sudah berusia hampir 90 tahun menjadi pekerja sejak warung didirikannya lebih setengah abad silam. Setiap hari beliau bangun jam 04.00 pagi, merapikan warungnya, menghidupkan api menggunakan kayu bakar, dan kemudian melaksanakan shalat Subuh. Tidak banyak yang harus disiapkan. Ia hanya perlu memanaskan air, membuka sekaleng susu, dan menyiapkan bubuk kopi yang akan diseduk dengan saring untuk hari ini. Ia juga menyapu lantai, mengelap meja, menyiapkan air untuk mencuci gelas, dan merapikan segala sesuatu yang ada di sana. Sebab sesaat

setelah shalat Subuh di masjid selesai, “jamaah” warung kopi itu akan mulai berdatangan.

“Jamaah’ warung kopi Geuchik Ma’e adalah faktor pembeda antara model warung kopi tradisional ini dengan beragam model warung kopi lain yang ada di Banda Aceh sekarang ini. Jamaah warung Geuchik Ma’e seperti “terdaftar” dalam sebuah buku memori. Setiap hari sepanjang tahun yang datang ke sana adalah orang yang sama. Mereka juga duduk di kursi yang sama, tidak pernah bertukar. Kalaupun ada orang asing, itu hanya sesekali saja yang kebetulan “tersesat” masuk ke warung itu. Seperti halnya Geuchik Ma’e, kebanyakan pelanggan warungnya juga sudah berumur. Sekilas saya lihat, tidak ada didantara pelanggannya berusia di bawah 55 tahun. Semua, sepertinya sudah punya cucu.

Bang Bid, misalnya, seorang pedagang. Ia menjual berbagai bumbu dapur khas Aceh yang –katanya- diolah dengan cara tradisional tanpa pengawet. Tgk. Nan, imam desa. Bang Man, seorang peternak sapi. Letnan, pensiunan ABRI yang pernah jadi Danramil di beberapa kecamatan di Aceh Selatan dan Aceh Barat. Mak Ali, pensiunan kantor keuangan di Banda Aceh. Chik Abu, seorang veteran. Chik Lah, juga veteran. Ada Lem Hak, teungku meunasah desa tetangga. Tgk. Ibrahim, dosen di sebuah kampus di Darussalam. Pak Man, kepala bagian di RSUZA. Bang Diah, tukang pangkas. Dan beberapa pelanggan yang lain. Dari

wajahnya jelas kalau mereka sudah berusia lebih setengah abad.

Mereka datang ke sana setelah shalat Subuh. Saat tiba mengucapkan salam. *Assalamu'alaikum*. Lalu duduk di kursi yang sama setiap hari. Sesaat kemudian Geuchik Ma'e tiba membawa segelas minuman. Pelanggan tidak perlu mengatakan kalau ia hendak minum apa. Geuchik Ma'e juga tidak perlu bertanya apa yang mau diorder pelanggannya. Puluhan tahun bersama, mereka sudah saling mengerti dengan kebutuhan masing-masing. Sesekali pelanggan menggunakan dapur kopi Geuchik Ma'e untuk menghangatkan diri. Api yang membakar kayu mengeluarkan panas lewat celah depan dapurnya. Jika kita duduk di sana terasa badan hangat. Pelanggan yang kebanyakan sudah berusia lanjut ini duduk membelakangi dapur untuk menghangatkan punggung. *Meusale*, katanya.

Selain “fasilitas” *meusale*, tidak ada fasilitas lain apapun di sana seperti kebanyakan warung kopi baru di kota ini. Tidak ada koran, televisi, apalagi wi-fi. Minuman yang tersedia juga sangat terbatas. Geuchik Ma'e hanya memiliki kopi dan susu. Jadi alternatif minuman adalah: kopi, kopi susu, kopi susu dengan sedikit gula, kopi pahit, susu tok, susu dengan sedikit kopi, atau air putih dengan gula. Tidak ada teh, *juice*, minuman saset, apalagi espresso dan capucino, minuman kegemaran anak muda belakangan ini. Di sana juga tidak ada makanan. Ia hanya menyediakan *ruti cane* yang dibuat salah seorang cucu perempuannya khusus untuk warung

kopi ini. Jumlahnya juga terbatas. Terkadang saat banyak pelanggan datang, mereka tidak kebagian *ruti cane*. *Ruti cane* di warung Geuchik Ma'e sudah ada dan sama sejak kedai ini didirikan. Awalnya dibuat oleh istrinya, lalu anak perempuannya yang tertua, dan lalu sekarang diwariri oleh salah seorang cucu perempuannya.

Dalam waktu setengah hingga satu jam, sering terjadi perbincangan ringan khas warung kopi. Meskipun secara usia sudah tua, namun “analisis” yang dibicarakan terkadang sangat dalam, komprehensif, dan sesekali menohok. Celutuk-celutuk pendek yang lucu selalu hadir dari para senior ini. Topiknya sangat beragam. Terkadang *mejameun*, mengenang bagaimana mereka hidup di masa lalu. Namun tidak jarang membahas, mendiskusikan masalah-masalah kontemporer yang sedang hangat saat ini. Hampir semua orang berpartisipasi dengan cara sendiri. Beberapa nampak sangat serius, namun beberapa menanggapi alakadarnya. Hal yang paling menarik dari diskusi mereka adalah saling “ejek” yang bikin semua terbahak.

Warung ini tutup jam 08.00 pagi. Setelah semua “jamaah” pulang, Geuchik Ma'e segera menutup warungnya, dan akan buka kembali keesokan harinya. Kalau anda mau sesekali merasakan warung kopi Aceh era 60-an, datanglah ke sana. Tapi jangan terlambat. Datanglah sesaat setelah shalat Subuh di masjid selesai dan rasakan bagaimana suasana warung kopi era 60-an hidup di zaman anda.[]

* Tulisan ini pernah dimuat di www.acehkita.com. Dimuat kembali dalam buku ini dengan beberapa tambahan dan perbaikan.

MENYERUPUT KEMESRAAN, ROMANTIKA DAN NESTAPA KOPI SINGKEL

**(Membaca Lintas Hubungan Kopi Pada Sejarah
dan Masa Depan Singkel)**

Zulfikar RH Pohan

“... Sebenarnya aku ingin mengajak orang yang minum kopi bukan hanya sekedar mencicipi dan menikmati rasanya, tapi juga melihat hal-hal lain di balik secangkir kopi. Melihat adat, budaya dan tradisi dalam kopi, kehidupan petani kopi, atau juga berbagai persoalan-persoalan yang ada di balik kopi”
(Morenk Beladro)

Semangat ngopi, barangkali adalah semacam *syndrome* bawaan dari leluhur *kalak* (orang-orang) Singkel. Orang Singkel ditandai dari Sungai Soraya sampai Sungai Cinendang yang mempunyai racikan dan rumus hidup yang dicercap dari cara menikmati kopi dalam sapaan angin sepoi-sepoi dari sungai. Tak ayal lagi, imajinasi kesatuan digambarkan dengan kopi, di warung yang biasanya dibangun dengan jenis kayu sembarang atau warung model emperan rumah di bibir sungai sudah jadi tempat yang asyik-masyuk buat para petani, peternak, pekerja dan anak-anak muda.

Tengah ngobrol di warung kopi pinggir sungai kampung Cibubukan, lelaki bertopi koboi, berkumis lebat dengan baju kemeja tipis yang robek lengannya didepan saya memekik tiba-tiba kepada temannya yang tampak lebih muda dari kejauhan. “*Hoa! Mike kam? Henda kita lebe minum kopi!*” yang jika diterjemahkan secara kasar berarti “Hai! kamu mau kemana *sih*? Kemarilah dulu ngopi dengan kita-kita”. Sebuah kalimat khas sapaan untuk mengajak ngopi dari dulu sampai sekarang.

Lelaki diujung sana menyapa, dan tak lama kemudian bergabung minum kopi bubuk kasar. Menyalakan kreteknya, meniup lalu menyeruput kopinya dan mulailah mereka saling bercerita seolah berebut bahwa cerita mereka adalah cerita yang paling penting untuk disampaikan dan paling banyak mengandung faedah. Disebelah pria bertopi koboi duduk seorang kakek yang sudah banyak merasakan pahit manis kopi kehidupan tak kalah hebat bercerita. Si kakek mulai bercerita sambil menyelipkan *pekhumpamaen* (pantun) di sela-sela ceritanya. Tawa pecah, suasana bertambah cair dan makin akrab. Lalu mulailah pemuda-pemuda ikut ngumpul di warung kopi reot. Tema pembicaraan yang melompat-lompat seputar politik, nostalgia, keadaan kampung, perempuan, sampai persoalan sapi beranak. Semuanya dibahas, dengan rokok ditangan kiri dan kopi ditangan kanan.

Singkel dan kopi mempunyai cerita, tentang bagaimana Singkel memahami kopi, memproduksi kopi dan hubungan

kerja budaya Singkel dengan kopi. Mark Pandergest dalam *Uncommon Grounds: The History of Coffee and How it Transformed Our World* (1999), bahwa kopi adalah gerakan yang menggantung dan membuat kebiasaan-kebiasaan baru, menemukan titik temunya dalam perkumpulan komunal. Kopi melayang rendah di atas tanah Singkel, gerak laju Singkel pun tak lepas dari kopi.

Orang-orang Singkel dari hulu Soraya (Simpang Kiri) dan Cinendang (Simpang Kanan) memiliki jenis tanah yang beragam. Sebagian tempat yang tanahnya bercampur dengan tanah liat, dijadikan sawah, sebagian tempat dataran rendah juga berpotensi untuk menanam pohon si bubuk emas hitam, kopi.

Tepatnya di Gegala, saat ini menajadi daerah di Kecamatan Gunung Meriah. Setelah melewati Solok dan Kampung Cingkam, maka akan ditemukan satu kampung terpencil dengan jalan menurun berbatu dan berjurang terjal kira-kira sejauh satu setengah kilometer dari Kampung Cingkam. Kampung Gegala bersebelahan dengan Cingkam, namun karena perpidahan penduduk dari tepi sungai ke tepi jalan aspal, seketika Desa Gegala tak berpenghuni, dulu dikenal dengan kampung namun saat ini hanya disebut Gegala.

Gegala mempunyai struktur tanah yang baik, padang rumput landai persis lapangan sepak bola. Gegala, pada awal-awal tahun 90-an dapat ditemukan pohon-pohon kopi ditanam kira-kira seluas dua sampai tiga hektar. Dan, terkadang orang-orang juga menanam tumbuhan kopi

dibelakang rumah. Kopi tumbuh subur, melalui cara-cara penanaman yang dilakukan dengan otodidaktis. Kopi menjadi kebutuhan dan semua tahu bagaimana mengolah kopi sesuai dengan cara masing-masing.

Bukan hanya di Kampung Gegala, pohon kopi tersebar dimana-mana di Aceh Singkil. Bisa terdiri dari beberapa batang atau sampai 1-2 hektar. Seorang teman yang tinggal di Jalan Tongkol kecamatan Singkohor, kerap kali bernostalgia tentang masa-masa memanen kopi, dan menikmati kopi hasil dari pohon kopinya yang terletak di belakang rumah. Bagaimana orang-orang menanam kopi secara rumahan, dan sensasi memetik buah kopi yang berwarna merah.

Ada dua jenis hidangan kopi, kopi *pakkek* dan kopi biasa. kopi *pakkek* artinya kopi yang dihidangkan dengan banyak bubuk kopi sehingga terasa *keket* (kental seperti remasan santan) dan bubuk-bubuk yang mengapung di permukaan kopi sampai ke bibir cangkir yang jika diminum menyisakan bubuk kopi yang dapat dikunyah-kunyah sontak membuat peminumnya menggoyang-goyangkan lidah, sedangkan kopi biasa dihidangkan dengan bubuk kopi yang 2:1 antara kopi dan gula. Sangat jarang penikmat kopi Singkel suka kopi yang pahit.

Awal tahun akhir tahun 90-an, petani kopi berbasis rumahan sekali panen biasanya hasilnya dipergunakan untuk diminum sendiri dan jika berlebih dapat dijual meskipun hanya setengah kilogram akan tetap laku.

Namun, bagi perkampungan yang menanam kopi secara sopradis tersebut, digeser posisinya oleh tanaman sawit, kebun kopi banyak ditebang dan menjadi seriphan-seripihan yang menyebar secara terpisah-pisah, bercampur dengan tanaman-tanaman pisang, nenas, singkong dan lain-lain.

Perempuan Singkel dan Kopi yang Maskulin

Proses produksi kopi dilakukan sebagian besar oleh kaum ibu. Biji kopi dipetik, lalu dijemur beberapa hari (jika hari cukup panas, maka hanya butuh penjemuran selama tiga hari), setelah penjemuran maka, biji kopi *ditutu* (dihaluskan) menggunakan lesung. Kemudian di proses, dikeringkan sampai bisa ditumbuk, disaring, digongseng lalu disajikan menjadi kopi. Cara pengolahan kopi tidak dimonopoli oleh orang tertentu, semua boleh membuat dan meracik kopi melalui eksperimen yang bermacam-macam. Kegunaan lesung sangat dasar bagi pengolah kopi di Singkel, setidaknya lesung mempunyai dua kegunaan paling parpurna ; menumbuk padi dan menghaluskan kopi, setelah dihaluskan maka proses yang paling menyita kesabaran adalah menggongseng kopi.

Banyak hal menarik yang dapat dilihat dari proses menghasilkan bubuk kopi, seperti seorang ibu di Kampong Krani Kecamatan Gunung Meriah pernah bertanya kepada saya sambil menggongseng biji kopi yang telah dihaluskan “*kenapa menggongseng kopi itu mesti perempuan?*” tanyanya.

Saya diam, menggeleng dan menanti jawaban atas pertanyaan yang diajukan sendiri olehnya.

“Karena perempuan itu sabar, tidak seperti lelaki yang tidak sabaran.” Jawabnya yakin, entah si Ibu sedang curhat terselubung karena kesal dengan suaminya atau itu fakta laki-laki memang cepat bosan, entahlah.

Di Singkel, kopi memang lambang dari maskulinitas laki-laki. Kopi dan maskulinitas adalah dua hal yang beriringan, jika anak laki-laki sudah minum kopi maka akan dicap telah cukup dewasa. Namun dibalik produksi dan penyajian kopi, perempuan lebih banyak memahami seluk beluk tentang kopi. Jadi jangan salah-salah menganggap perempuan Singkel buta masalah kopi, karena peracik kopi di warung-warung memang kebanyakan perempuan. Dan, tidak berlebihan rasanya mengatakan perempuan Singkel sebenarnya adalah *behind the gun*, dalang sekaligus pengeksekusi sajian kopi.

Sebagai penikmat, para lelaki terlihat sangat kontras sering minum kopi diwarung. Sangat jarang ditemukan perempuan ngopi diwarung. Para perempuan biasanya minum kopi di selasar balakang rumah, sambil menunggu masakan, saat pulang dari ladang atau minum saat menemani suaminya bercerita dimeja makan. Maka, posisi laki-laki sebagai penikmat dan perempuan sebagai peracik adalah posisi yang terbentuk sendiri karena dua alasan ; *pertama*, karena laki-laki terlalu sibuk untuk menghabiskan waktu mengurus

pengolahan kopi. *Kedua*, karena laki-laki memang suka sekali menilai. *Hih*, Dasar lelaki!

Sebut Saja Namanya, Kopi

Esensi kopi tidak terletak pada jenis kopi yang diruput, tetapi pada semangat yang dilaksanakan setelah ngopi. Pekerja sejati memiliki hak yang paling dasar bagi tubuhnya sendiri, yaitu hak untuk menikmati segelas kopi dipagi hari. Maka, hubungan ngopi dan pekerjaan bisa berbanding lurus. Semakin banyak kegiatan maka semakin banyak orang Singkel mengkonsumsi kopi. Tidak mengherankan orang-orang tua generasi yang lahir pada tahun 60-an di Singkel saat ini banyak terjangkit penyakit diabetes, hal ini menurut pengakuan mereka karena terlalu sering ngopi pada masa kayu di Singkel. Bisa-bisa minimal lima gelas kopi diminum dalam satu hari selama proses pengolahan kayu.

Di sejumlah perayaan kebudayaan masyarakat Singkel, kopi pun tak ubahnya merupakan simbol dari kemegahan, maskulinitas, kesopanan berkawan, estetika, dan bahkan erotisme. *Dendang* misalnya, sejenis kesenian tarik suara dengan dentuman gendang asli suku Singkel selalu ditemani oleh kopi. Para pedendang, mampu berdendang sampai pagi dengan bekal dua atau tiga ceret kopi. Rumusnya, semakin lahap kau meminum kopi, semakin asik syair-syairmu.

Kopi di dunia ini sering disandingkan dengan hal-hal keren, di sanjung-sanjung bak dewa, seperti minuman para

intelektual, teman para sufi, perangsang pikiran, pelecut semangat dan lain-lain. Singkel mengenal kopi sebagai pelaksana keadaan, dan rasa menyertakan kopi dalam setiap footnote cerita-cerita baru yang akan ditulis setiap paginya. Menyeruput kopi bukan cuma soal bagaimana kopi itu diminum, tapi bagaimana kopi itu dirasa menyerap kedalam ruh kebudayaan. Melalui banyak proses bagaimana ibu-ibu *menutu* (menumbuk) biji kopi, menggongseng, menyajikannya dan disajikan dalam bentuk yang paling romantis kepada lak-laki untuk kemudian menerjemahkan kopi yang diminum dengan perbuatan dan pekerjaan.

Setidak-tidaknya ada tiga misteri dalam hidup kita, yang *pertama*, bagaimana kita saat dilahirkan. *Kedua*, kapan kita mati, dan *ketiga*, siapa teman kita ngopi esok hari.

Kebun Kopi Mati Suri

Banyak hal yang menerpa kehidupan dan corak laku orang Singkel, salah satunya cerita kebun kopi di Singkel. Di Kampung Penjahiten yang berada disebelah selatan Kampung Gegala pada masa musim kayu disebut sebagai Gunung Raya, karena di Kampung Penjahiten didirikan PT Gunung Raya. Otomatis, Penjahiten, Gegala, dan Cingkam dipadati oleh kayu-kayu yang dialirkan dari sungai Soraya sampai Cinendang. Jadilah secara perlahan masyarakat kampung tersebut merangkak ke pendudukan proletariat semi-modern yang ikut-ikutan mengelola kayu. Lalu, bagaimana nasib kebun kopi?

Masyarakat kampung merasakan dilema. Proses produksi biji kopi membutuhkan waktu yang lama dan keuntungan yang sangat sedikit (kadang juga tidak untuk dijual sama sekali), terlebih lagi orang Singkel dipaksa menjadi modern dengan biaya hidup yang semakin lama semakin mahal. Belum lagi, karena semakin seringnya banjir, Kampung Gagala mengalami erosi dan pohon-pohon kopi banyak yang rubuh dan semakin terancam, terjepit posisinya sebagai produksi rumahan. Hal ini sungguh sangat disayangkan, terlebih kopi sudah menjadi bahan dasar corak kehidupan orang Singkel. Alasan mengapa perkebunan kopi sulit untuk menjadi peyangga ekonomi dan ikut meramaikan pasar Singkel, ada dua hal yang menjepit eksistensi kebun kopi yaitu; musim kayu dan maraknya kebun sawit.

Pohon kopi menjadi sekelas sisa-sisa batang kayu, nenas, buah cempedak, pohon durian yang dibiarkan tumbuh tanpa perhatian khusus. Maka, salah perkiraan jika dikatakan bahwa tanah Singkel tidak ditumbuhi kopi oleh karena alasan industri kopi tak tampak kepermukaan pasar Singkel saat ini. Kopi justru tumbuh subur sebagai bahan rumah tangga. Bisa dilihat bekas-bekas pohon kopi yang tersebar di bibir sungai Soraya-Cinendang, Cibubuk, Pea jambu, Singkohor, Srikayu, Cingkam, Gegala, Tanjung Betik, Samakh Dua dan lain-lain. Kopi singkel mempunyai perbedaan dengan kopi yang dari daerah lain, ditandai dengan rasa gurih tumbukkan yang khas dengan serbuk-serbuk hitam pekat yang membuat gigi *gemelatak-gemeletuk*.

Pada dasarnya Singkel mempunyai posisi dipersimpangan yang menyebabkan perubahan akan terjadi dengan sangat cepat. Koentjaraningrat pernah mengatakan bahwa salah satu persoalan pokok antropologi Indonesia ialah perubahan sosial dan akulturasi kebudayaan. Maka, Singkel memiliki dua hal tersebut antara perubahan sosial dan akulturasi kebudayaan yang akan sangat mudah memasuki Singkel karena posisi Singkel yang amat strategis. Resapan-resapan sistem kebudayaan memasuki Singkel dengan amat gencar.

Pranata sosial tradisional Suku-suku pedalaman Singkel berbenturan dengan corak produksi kapital. Kopi sebagai bahan industri rumahan yang diproduksi oleh hasil pengorganisasian kerja tradisional menemukan titik buntu peralihan dengan tempo yang sangat cepat. Perubahan sosial masyarakat Singkel berubah, kopi merupakan salah satu korbannya. Corak produksi pokok dikurung oleh produksi yang dianggap lebih menguntungkan ketimbang produksi kopi berbasis rumahan.

Kopi dari Sibolga dan Sidikalang menjadi bahan yang diimpor ke Singkel. Mau tidak mau, orang-orang Singkel harus hidup dengan dan bersama gaya pengorganisasian produksi kapitalis. Perubahan sosial yang terjadi di Singkel atas kematian industri kopi mengarah pada kelakuan budaya produksi kapitalis yang beroperasi masif menciptakan budaya baru di masyarakat Singkel. Kapitalisme mengubah nilai, norma dan tatanan sosial yang telah dibangun secara

adat-istiadat tradisional Singkel. Produksi kapital tidak hanya melahirkan sistem, perlahan-lahan bahkan sampai kini justru telah mendirikan satu bangunan budaya baru!

Jared Diamond dalam bukunya *Guns, Germs & Steel* (2013) menunjukkan bahwa dalam masyarakat di berbagai benua berbeda menjadi petani dan peternak sangat berperan dalam menjelaskan perjalanan nasib mereka selanjutnya. Singkel pun mengalami hal yang sama, sampai datangnya baja (*steel*) dalam pemahaman Diamond membawa kebudayaan dan cara memarjinalkan pribumi dengan teknologi (*steel*) yang maju, sebagai kasus di Singkel membawa kapal-kapal pengangkut kayu, pemotong kayu, sampai membawa pabrik-pabrik canggih pengolah sawit. Diamond pun menceritakan tentang seorang Indian mabuk yang mengutuk dan memaki tuannya sendiri seorang petani tua berkulit putih, Fred Hirschy “Terkutuklah kau, Fred Hirschy, dan terkutuklah kapal yang membawamu dari Swiss!” pekik si Indian mabuk yang malang. Cerita itu menggambarkan bagaimana teknologi dari luar (*Steel*) dapat berpengaruh pada kebudayaan setempat dan tentu saja produksi pangan setempat. Di pedalaman Singkel sana, mungkin seorang yang tinggal di pinggir sungai sedang memekik di tengah-tengah banjir “Terkutuklah Ibukota yang membawa penjarah-penjarah ini ke kampung kami!” layaknya si Indian yang malang diatas kudanya sambil melihat orang-orang kulit putih meluluhlantakkan gunung-gunung.

Singkel semakin lama semakin terkepung oleh budaya kapitalisme maka sampai saat ini berhubungan dengan mental orang Singkel. Jika orang bermental lemah dijuluki oleh Soekarno sebagai orang yang ‘bermental *tempe*’, saat ini orang yang selalu mengikuti laju perkembangan investor asing seperti Singkel contohnya mau tak mau terseret dalam sebuah ‘titel’ baru, yaitu ‘bermental *PeTe*’ kemana hembusan angin PT, maka disanalah Singkel berlabuh. Menandakan menangnya budaya moral dan nilai kapitalisme daripada adat-istiadat Singkel.

Budaya baru dari kapitalisme masuk dan mengubah corak pola pikir kopi sebagai industri lokal yang menguntungkan daerah. Apalagi, sebelum pemekaran lahirnya Kabupaten Aceh Singkil yang lepas dari Kabupaten Aceh Selatan, corak mata pencaharian di Singkel menjadi buram karena kurangnya akses dari berbagai daerah, paling banter Singkel hanya dapat menjalin komunikasi perdagangan dengan Sibolga, dan Sidikalang.

Habisnya kebun kopi menjadi awal goresan penundukan dan gebyar-gebyar kemenangan budaya kapitalis. Masa-masa perkebunan kopi seakan-akan lapuk. Kesadaran yang diciptakan kapitalisme dengan apik adalah perlunya menggugah masyarakat kampung dengan segala hal-hal yang instan dan cepat sebagai asas-asas utama membentuk modernitas-modernitas baru. Hal-hal yang dianggap tak mempunyai daya saing yang cepat berlimpah akan dengan segera “diperlambat” sedemikian rupa sampai mati semati-

matinya mati. Tapi, hei! Bukankah itu memang watak dari kapitalisme dan birokrasi dari pemerintah yang tak peka?

Kenapa kebun kopi saya sebut mati suri?

Akses perdagangan kopi dari Sibolga dan Sidikalang mengalami hal yang wajar, apalagi Singkel amat terbuka atas perdangan. Kopi Sibolga dan Kopi Sidikalang kemudian mendominasi cangkir orang-orang Singkel. Kopi Sibolga biasa terdapat di warung-warung kopi di daerah pesisir Singkel, sedangkan untuk kopi Sidikalang biasa terdapat di warung-warung kopi daerah hulu.

‘Kau bisa menebas seluruh taman bunga, tapi kau tidak akan pernah bisa menghentikan datangnya musim semi’ kata pepatah Afghanistan, barangkali jika ditilik dalam hubungan semangat ngopi orang Singkel, bolehlah dikatakan memang tidak ada lagi kebun kopi di Singkel sudah diganti total menjadi kebun kelapa sawit. Namun bukan berarti semangat ngopi orang Singkel pun ikut hilang, bukan? Perkembangan zaman mungkin membatat kebun kopi Singkel beserta alamnya, namun bukan berarti Singkel menjadi berhenti ngopi dan loyo untuk menyadari eksistensinya.

Banyak proses yang menyusun Singkel menjadi seperti saat ini, banyak hal yang mesti dilihat dan mesti dibalul dengan kesadaran. Sejarah dan masa depan Singkel tak pernah final, masih banyak kemungkinan yang dikorek dari sejarahnya dan juga masih banyak rekaan dari berbagai

pengaruh atas masa depan Singkel. Kopi adalah cerminan dari respon Singkel menghadapi dunia, Singkel melihat dunia dengan caranya sendiri dengan kopi. Kebutuhan, kehilangan, semangat dan krisis di Singkel digambarkan dengan kopi, bagaimana kopi dan keadaan masyarakat Singkel berbading lurus. Dan saling melengkapi.

Kopi dan kegiatan ngopi yang sakral tidak berubah, orang-orang Singkel tetap mencintai kopi. Temukan sendiri di bibir sungai racikan kopi yang menghidupkan kenangan, menjernihkan lamunan dan melecut semangat. Warung kopi yang sporadis seolah memberikan celah kepada penikmat kopi sebuah hikmah bahwa alam juga adalah salah satu racikan agar kopi disajikan menjadi nikmat. Semacam sebuah ketunggalan bahwa alam, budaya, obrolan dan kopi adalah kesatuan yang tak pernah terpisah dari cara kita menikmati kopi di Singkel. Selama ada anak-anak muda dan orang-orang tua yang mulai membagikan kesadaran dan sejarah sambil menyeruput kopi di pinggi sungai, maka selama itu pulalah Singkel masih mempunyai harapan.

Akhirul kalam, dari lekukan sejarah dan dari buramnya masa depan, bergegaslah ngopi dan membayangkan Singkel melalui segelas kopi.

Aroma Kopi Marxis yang Hilang (Kopinologi)

Noviandy Husni

Kopi bagi masyarakat Aceh adalah minuman wajib setiap harinya. Namun hal yang berbeda dan menggugah psikologi mereka adalah tempat menyeruput kopinya. Seseorang baru dianggap minum kopi, jika minumannya di warung kopi. Inilah yang kami sebut Kopi ber-Aroma Marxis.

Diakui atau tidak, warung kopi adalah rumah kedua para lelaki Aceh. Tidak sulit memang untuk mencari laki-laki Aceh jika tidak ditemukan di rumah, para lelaki Aceh dapat dipastikan mereka ada di warung kopi. Namun pertanyaannya kemudian, di warung kopi mana mereka berada? Ini yang sulit dipastikan di Aceh.

Konon kabarnya, secara sosial-ekonomi warung kopi di Aceh adalah ruang pemberdayaan ekonomi yang sangat komprehensif. Warung kopi di Aceh menyediakan kopi Aceh yang berasal dari masyarakat setempat, juga menyediakan penganan kue-kue basah sebagai sajian makanan yang juga berasal dari masyarakat sekitar dimana warung kopi itu berada. Belum lagi ketersediaan informasi bisnis, siapa saja yang ingin menjual motornya atau ingin menjual televisinya,

atau lain sebagainya, tinggal sampaikan saja pada khalayak disana. Dan masih banyak hal-hal positif lainnya yang berlangsung disana.

Aroma kopi Marxis ini yang penulis maksud ini sangat kentara dan lekat dalam kehidupan masyarakat Aceh. Perputaran ekonomi menjadi pembahasan khusus disini. Perputaran ekonomi di warung kopi di Aceh bukan dikuasai oleh kapital pemilik modal besar lagi tunggal. Dalam kajian *Das-kapital* Marx ketika komoditi di kuasai oleh sekelompok orang saja, ketika itulah kapitalisme menguasai perekonomian yang memperkaya segelintir orang.

Kajian ini kita mulai dari kata komoditi yang terdapat dalam warung kopi di Aceh. Komoditi dalam pemahaman *Das-Kapital* adalah barang yang di produksi untuk diperjual-belikan. Jika kita memproduksi barang, namun tidak perjual-belikan, maka barang tersebut tidak disebut komoditi. Pemahaman terhadap Komoditi terbangun ketika terjadinya proses jual-beli. Warung kopi di Aceh merupakan salah satu tempat terjadinya proses transaksi komoditi warga sekitar, juga lembaga yang turut menjaga kelangsungan ekonomi rakyat.

Selanjutnya, komoditi dalam perspektif *Das-Kapital* merupakan komoditi yang berdaya nilai atau berdayaguna. Sebuah komoditi yang diperjual belikan seharusnya memiliki nilai manfaat atau nilai guna baik kepada pembelinya. Daya guna sebuah komoditi dalam *Das-Kapital* dapat di ukur

dengan 2 alat ukur standar; daya guna reaktif dan daya guna universal.

Komoditi berdayaguna reaktif, dimana komoditi tersebut hanya dapat digunakan oleh sekelompok pengguna saja. Katakanlah kegunaan sepatu, hanya dapat digunakan sekelompok orang yang membutuhkan alas kaki berstandar sepatu. Begitu juga baju bayi, hanya dapat digunakan oleh bayi. Sedangkan komoditi yang berdayaguna universal memiliki manfaat yang lebih besar dan dapat dipergunakan oleh siapa saja dan tidak terbatas. Jika sebuah komoditi tidak memiliki daya guna dan manfaat maka ia tidak dapat disebut komoditi. Walaupun belakangan ini komoditi yang seperti ini diistilahkan dengan komoditi yang tak berdayaguna, namun masih tetap ada dalam rumpun komoditi—tidak setegas Marx dalam menetapkan katagori.

Selanjutnya komoditi yang berdayaguna, dan memiliki nilai tukar. Secara politis sebuah komoditi memiliki *bargaining* atau nilai tawar dengan komoditi yang lainnya. Jika sebuah baju memiliki *bargaining* sebagai sebuah alat untuk menutup aurat, maka ia memiliki nilai tawar yang sama untuk di tukarkan dengan sebuah celana atau yang lainnya yang memiliki nilai yang sama. Nilai tukar dalam Marxian tidak selamanya di ukur dalam paradigma berdaya guna, tapi juga dalam kerangka sosial, walaupun di kemudian hari disebut sosialis yang berparadigma kiri. Sebuah kain di produksi selama tiga hari menjadi celana yang utuh dan dapat menutup aurat. Sedangkan sepasang

sepatu di produksi selama 4 hari. Secara sosial dan masa produksi, nilai tukar produksi sepasang sepatu menjadi lebih tinggi dibandingkan sebuah celana.

Kita kembali pada aroma kopi marxis yang hilang. Masih adakah aroma kopi marxis ini di Aceh hari ini..? Kopi yang suguhkan tanpa sentuhan tangan kapital-kapital. Kita kenal dengan produk *Txp Kopi*, *Kopi Xlee Kxreng*, *Cxpucxno*, *Kopi Luwxk*, *Mxlo*, *Nutrxxsxi*, *Kopi Gxingseng*, *Kopx Mix*, *Kopi Torxbika* dan masih banyak lagi berbagai jenis produk kapital yang terus diproduksi hingga hari ini. Walaupun ada jenis kopi Arabica atau Robusta, produk ini juga diproduksi oleh sang kapital.

Jika menggunakan alat ukur Marxian, sejauh mana komoditi kapital ini bernilai atau berdaya guna..? Jika tidak terlalu jauh kita berasumsi, jangankan berdayaguna bagi konsumennya—bahkan tak jarang menimbulkan efek negatif secara berkepanjangan. Contoh kecil saja; penggunaan gula buatan yang disebut *aspartam* yang juga diiklankan positif bagi pengidap *diabetes*, ternyata menyimpan banyak misteri jangka panjang. Penggunaan *aspartam* bukan tanpa alasan, gula buatan ini dapat menekan harga produksi secara signifikan. Hal ini pula yang terpatri secara ideologis sangat disukai para konsumen. Belum lagi perasa dan pewarna dalam setiap produknya yang juga memiliki efek.

Perputaran ekonomi dilingkungan warung kopi Aceh saat ini mengalami degradasi nilai bagi masyarakat sekitar.

Tanyakan saja, siapa yang paling diuntungkan dalam perputaran uang disana, jawabannya adalah sang kapital—bukan pemilik warung—sang kapital adalah siapa saja yang memiliki produk dan branding yang baik tanpa bargaining efek positif dan negatif. Keberadaan warung kopi saat ini hanya menguntungkan segelintir orang disekitarnya sebagai buruh pekerja.

Aroma kopi Marxis yang kita rindukan berubah menjadi aroma kopi kapital ala Adam Smits atau yang lainnya. Saat ini, secara ekonomi tangan tuhan yang diistilahkan Smit pun menjadi peran manusia yang menggerakkannya. Selamat tinggal Aroma Kopi *ala* Marxis.

Jika Aroma Kopi Marxis yang bagian sebelumnya cenderung pada kajian ekonomi rakyat secara mikro. Pada Aroma Kopi Marxis bagian II ini, kami mencoba mengajak pembaca melihat sisi kelas yang pernah dipopulerkan dalam *Das-Kapital*-nya Marx. Bukan sebuah kebetulan ketika kami ingin menyuguhkannya dalam dimensi ini. Karena kita akui atau tidak revolusi industri mempunyai dampak yang mungkin tidak pernah diperhitungkan oleh para revolusionernya.

Aroma Kopi Marxis kali ini ingin melihat lebih dalam ruang aroma sosial budaya yang ada didalamnya. Dengan tidak bermaksud menggagahi penelelitian yang pernah ada sebelumnya, Aroma Kopi Marxis ala Aceh sangat kentara dalam seluk dan lekuk kopi sosialnya. Siapa saja yang pernah shalat berjamaah di masjid atau ditempat lainnya—kita akan merasakan sebuah suasana dimana

semua insan sama dihadapan sang Khaliq. Tidak peduli ia seorang Gubernur, bupati, walikota atau presiden sekalipun derajat dan kehidupannya sama disisi Allah dibandingkan dengan petani atau buruh kasar. Siapa saja yang datang terlambat untuk berjamaah, tidak ada fasilitas VIP di sana. Jika barisan paling depan kita anggap VIP, itu hanya ada disisi sang *khaliq*.

Aroma yang digambarkan Marxian sudah lebih dahulu ada dalam sosial keagamaan umat Islam sejak dulu. Aroma ini pula yang tersimpan dalam aroma kopi ala marxis di Aceh. Bukan tidak mungkin aroma ini tumbuh seiring dengan sosial keagamaan masyarakat disana. Mungkin akan ada yang mengatakan 'Islam itu sosialis', bisa jadi itu ungkapan yang benar, tapi yang pasti benar 'Aroma Kopi Aceh itu sosialis'.

Dalam pandangan Marxian Pelaku perubahan sosial tidak terletak individu tertentu, tetapi kelas-kelas sosial. Bukan hanya kelas sosial apa yang ditemukan, tetapi struktur kekuasaan yang ada dalam kelas sosial tersebut. Menurut Marx, dalam kelas-kelas ada yang berkuasa dan yang dikuasai. Disinilah perkembangan kelas yang mengarah pada penguatan kaum borjuis. Jika kita merujuk pada teori kelas; *kelas buruh*, dimana kehidupan mereka bertumpu pada upah kerja; *kelas pemilik modal* (hidup dari laba) dan para tuan tanah (hidup dari rente tanah) (Franz Magnis-Suseno : 113).

Keberadaan kelas-kelas tersebut merupakan pembentukan keterasingan pekerjaan. Hal ini disebabkan karena orang-orang yang bekerja dalam kelas yang berbeda, yaitu kelas buruh dan kelas majikan. Kelas majikan adalah sang pemilik alat-alat produksi, pabrik, mesin dan tanah. Sedangkan kaum buruh harus bekerja dan menjual tenaganya mereka kepada sang majikan karena ia tidak memiliki alat-alat produksi, pabrik atau yang lainnya. Hasil kerjanya bukanlah menjadi miliknya melainkan milik para sang majikan.

Dua kelas ini akan saling membutuhkan dan bergantung. Sang buruh membutuhkan pekerjaan untuk kelangsungan hidupnya. Sang majikan pun membutuhkan peran para buruh untuk menjalankan mesin produksinya. Namun disisi lain, saling berketergantungan tidak menumbuhkan rasa adil khususnya kelas buruh. Hal ini terjadi karena kaum buruh tidak bisa menjalani kehidupannya tanpa bekerja, sedangkan para majikan masih akan terus hidup tanpa ia mempekerjakan para buruh. Mereka masih bisa terus hidup, baik dengan mengkonsumsi keuntungan dari pekerjaan yang pernah dikerjakan para buruh, maupun menjual pabriknya sekalian. Anggapan ini menunjukkan bahwa kelas majikan adalah kelas yang kuat, kelas superior, sedangkan kelas buruh adalah kelas yang lemah dan inferior.

Premis inferior atau superior berkembang menjadi kelas penindas dan kelas yang ditindas. Superior akan semakin

kuat eksistensinya ketika ia mampu menekan harga inferior. Hubungan antar kelas ini merupakan hubungan kekuasaan, kekuasaan yang bertujuan menjadikan kelas buruh untuk tetap dan terus bekerja memenuhi kebutuhan sang majikan. Hal inilah yang menjadi logika awal sang penindas.

Woow... Terlalu jauh kelihatannya saya membahas kelas dalam pandangan marxis. Lalu apa hubungannya pula dengan Aroma Kopi Marxis? Bagi saya secara pribadi, Marxis dan teorinya dapat membaca banyak hal tentang berbagai fenomena sosial. Dalam hal ini adalah Aroma Kopi Marxis yang saya analogikan suasana marxis yang mulai hilang disana. Jika kita mau merujuk pada aroma atau suasana yang terbangun lama di warung kopi di Aceh, sungguh kita menemuka aroma kopi marxis itu disana. Suasana tanpa kelas, pemilik warung kopi bukanlah pemodal tunggal, sang majikan ini di dukung suasana sosiologis-antropologis serta perekonomian rakyat yang turut menggelinding bersamanya. Sang majikan bukan siapa-siapa disana, pengunjung pun bagai mengunjungi rumahnya yang saling menghargai sesama—kehadirannya tidak hanya memberi keuntungan bagi sang pemilik warung—ia memberikan nuansa sosiologis, antropologis dan ekonomis bagi masyarakat disana.

Aroma marxis ini menjadi hilang bak disiram air bah di siang hari. Pasca Tsunami pergulatan budaya di Aceh bertarung begitu sengit melawan *Sang Kapital Hantu Bantuan* dari berbagai negara. Aroma kopi marxis ini mulai menyusut

jika tidak kita katakan hilang. Sebuah keniscayaan, ketika kalah dalam pertarungan sang Marxis pun menjadi budak dinegeri sendiri.

Aroma kopi Aceh tetap semerbak mewangi, tapi aroma kopi marxis tenggelam ditengah lautan itu. Kita tidak menutup mata akan fakta, bahwa tsunami mengantarkan kopi Aceh yang mewangi itu menyebar harum hingga hingga benua Amirica dan Eropa sana. Kopi Aceh pun disandingkan bahkan menjadi bahan utama *capucino ala italiano*, siapa yang tidak bangga dengan kopi khas pedalaman dan penguasaan Aceh dihargai dengan harga tinggi dibelahan dunia lain.

Di sisi lain aroma marxis yang menjunjung tinggi nilai tanpa kelas itu menghilang dalam racikan kopi semerbak itu. Kelas pengusaha, kelas pegiat LSM, kelas kontraktor, kelas alaABG, kelas pencinta bola ala eropa, kelas mahasiswa, hingga kelas para Teungku (ulama) pun terbentuk menggeser kelas ala marxis disana. Harga kopinya pun menjadi hak para tuan majikan dengan menekan para majikan lainnya yang hadir disana. Menekan kelas para buruh yang menggantungkan hidup, mengejar keuntungan yang berlipat dengan memonopoli komoditi dan harga jual.

Suasana aroma marxis yang hilang lainnya adalah perputaran uang yang hanya berlangsung di kalangan para pengusaha. Aroma ini yang sangat kentara sana. Dimana banyak komoditi dimonopoli secara sepihak

oleh sang majikan dengan dalih profesional. Belum lagi pengunjung yang hadir hanya disanggupi oleh para rekanan yang setingkat secara ekonomi. Alhasil kehadiran aroma kopi ini tidak rasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat sekitar, jika dibandingkan dengan aroma kopi marxis. Ditambah lagi suasana sosiologis-antropologis yang terbangun disana cenderung pada aspek ekonomis semata. Suasana ini akan sangat berdampak negatif untuk perkembangan sosial dimasa yang akan datang.

Selamat tinggal aroma kopi marxis, selamat datang aroma kopi kapitalis... aroma kopi mu semakin semerbak mewangi dihidung para borjuis, borjuis sang pembangunan ekonomi kaum penguasa... aroma kemiskinan dan ke-papa-an semakin amis menelisik kesengsaraan antropologis sang jelata dalam menapaki jalan kehidupan... sekali lagi selamat datang aroma kopi kapitalis...

FENOMENA NEGERI SERIBU WARUNG KOPI

Sara Masroni

Ketua UKM Sumber Post UIN Ar-Raniry

Dikutip dari berbagai sumber, sejarah kopi berawal dari kisah seorang pengembala kambing di Provinsi Kaffa, Abyssinia, Ethiopia pada abad IX. Sang pengembala merasa aneh karena kambing-kambing tidak bisa tidur di malam hari. Usut punya usut ternyata kambing-kambing ini menyukai buah-buahan seperti ceri yang terlihat aneh bagi mereka.

Didorong oleh keingintahuan para ilmuwan, maka diraciklah buah tersebut menjadi minuman yang mampu memberikan energi tersendiri dan sekarang kita kenal dengan sebutan kopi, (*Tribunnews.com*, 29/3/2018). Walaupun kopi tumbuh di Ethiopia, namun pertama kali ditanam di Arab atau tepatnya di Yaman pada pertengahan abad XV.

Minuman ini menjadi populer bagi kalangan kaum sufi karena mampu menjaga kantuk saat berzikir di malam hari. Kopi juga dianggap sebagai pengganti wine, karena memiliki memang dalam Islam di larang mengkonsumsi minuman beralkohol.

Berbicara tentang kopi, ada fenomena menarik tentang kopi di Aceh. Tidak sedikit orang-orang asing yang masuk ke Serambi Mekah (baca: Aceh) terheran-heran melihat kondisi ini.

Negeri seribu warung kopi. Ya, begitulah orang-orang menyebut Aceh. Hampir tidak ditemukan lagi di setiap sudut kota utamanya di Kota Banda Aceh yang tidak ada warung kopi. Setelah warung kopi, warung kopi lagi. Bahkan ada warung kopi yang bergandengan dan satu dinding dengan warung kopi lain. Begitulah ramainya warung kopi di Aceh.

Sudah seramai itu pun, tetap saja warung kopi tidak pernah sepi. Semakin ramai warung kopi, semakin ramai pula pengunjung. Warung kopi di Aceh hampir tidak kenal batas waktu.

Pagi penuh sebab orang-orang di Aceh punya kebiasaan selepas shalat subuh ke warung kopi. Budaya ngopi pagi *bak keude kupa* (di warung kopi) dimanfaatkan sebagai ajang silaturahmi masyarakat Aceh sebelum menjalani aktivitas masing-masing di hari itu. Selain ngopi pagi, di Aceh juga dikenal dengan sarapannya super murah. Hanya merogo kocek sebesar Rp 5.000 saja, setiap orang sudah dapat menikmati sarapan dengan berbagai jenis pilihan lauk yang telah disediakan di sana. Mungkin ini yang membuat masyarakat Aceh betah berlama-lama bercengkrama di warung kopi.

Belum lagi di siang hari. Bukan malah surut, justru malah makin ramai. Waktu istirahat para pekerja kantoran biasanya dimanfaatkan di tempat ini. Di waktu yang sama merupakan jam pulang sekolah bagi para pelajar. Warung kopi digunakan sebagai tempat diskusi, mengerjakan tugas atau sekedar bermain *game online* hingga petang tiba.

Hal yang sama juga dilakukan oleh para mahasiswa. Fasilitas *wifi* yang tersedia di hampir setiap warung kopi dimanfaatkan betul untuk mengakses segala informasi dan data untuk melengkapi tugas kuliah. Terlebih seperti penulis yang *notabane*-nya juga seorang mahasiswa. Hampir setiap tugas kuliah seperti makalah, diskusi kelompok bahkan membuat laporan praktikum dikerjakan di warung kopi.

Jika dilakukan di rumah atau di kos akan menghabiskan *budget* yang lebih besar terutama saat mencari referensi dari internet menggunakan kuota yang tidak sedikit jumlah. Berbeda dengan warung kopi di Aceh. Cukup pesan segelas kopi dengan harga minimal Rp 3.000, maka sudah bisa mendapatkan segala fasilitas yang disediakan di sana.

Teringat kata Direktur Masyarakat, Informasi dan Teknologi (MIT), Teuku Farhan saat mengisi materi Workshop Literasi Media bersama BNPT Aceh di Hotel Mekkah, 15 Maret 2018 lalu. Farhan berujar, tersedianya jaringan *wi-fi* gratis di hampir setiap warung kopi di Aceh adalah sesuatu yang langka di daerah lain. “Kalau di luar Aceh, jaringan *wi-fi* hanya tersedia di café-café mewah tertentu saja,” ungkap Farhan saat menyampaikan materinya.

Kemudian di malam hari. Waktu yang semestinya perniagaan tutup, di Aceh warung kopi malah ramai seramai-ramainya. Ini adalah waktu paling ramai dibandingkan kedua waktu yang sudah penulis gambarkan di atas. Bagi para penggemar bola disuguhkan proyektor besar untuk memanjakan mata. Di layar raksasa itu mereka bisa menyaksikan dengan puas pertandingan-pertandingan penting atau tim bola papan atas, ketika berliga. Ada juga yang masih mengerjakan tugas kuliah dan bermain *game online* di malam hari. Jadi intinya, tidak ada waktu istirahat dan tutup bagi warung kopi di Aceh kecuali menjelang subuh saja.

Mengais Rupiah di Warkop

Di sisi lain, tidak sedikit pula jumlahnya para kaum pekerja media yang memanfaatkan warung kopi sebagai tempat bekerja. Dari warung kopi telah banyak lahir pengais-pengais rupiah dengan pendapatan mencapai jutaan rupiah.

Terlebih di era sekarang ini tengah berkembangnya dunia media sosial seperti YouTube hingga Steemit dan lain sebagainya. Hal ini dimanfaatkan betul para anak-anak muda kreatif di Aceh untuk mengumpulkan pundi-pundi keuangan mereka.

Uniknya lagi, sebagian orang menjadikan warung kopi di Aceh sebagai kantor. Jika punya waktu luang, coba sekali-kali *ngopi* di warung kopi Sekber (Sekretaris Bersama) di sekitaran turunan jembatan Pante Pirak Banda Aceh. Tidak perlu heran bila di sana ada banyak alat-alat jurnalistik

seperti kamera, tripod dan ID Card wartawan dibiarkan berserak di atas meja begitu saja. Karena memang warung kopi adalah tempat di mana mendapatkan banyak rekan kerja, kemudahan isu liputan hingga terjalinnya keakraban antar wartawan di sana melebihi sebatas teman kerja semata.

Tak perlu heran pula jika sewaktu-waktu menemukan para pejabat tinggi di sana. Sebut saja wali kota hingga Rektor UIN Ar-Raniry pernah melakukan konferensi pers di warung kopi tersebut.

Kemudian warung kopi di Aceh juga hampir rata-rata menyediakan aula di lantai dua bangunan mereka. Aula tersebut dimanfaatkan sebagai tempat mengadakan berbagai kegiatan seperti workshop hingga konferensi pers dan lain sebagainya. Selain nyaman dan murah, aula warung kopi di Aceh juga dianggap praktis dengan segala fasilitas yang mereka sediakan di sana. Mau makan minum tinggal pesan ke bawah.

Begitulah beragamnya aktivitas yang dilakukan manusia di negeri seribu warung kopi ini di warung kopi. Ada saja yang dikerjakan di sana. yang pasti, tidak ada kata sepi untuk warung kopi di Aceh.

Tak Suka Kopi

Kata “saya tidak suka kopi” menjadi sangat naïf diucapkannya di negeri seribu warung kopi ini. Bukan karena

teman-teman lain akan mengucilkan ketika ada seseorang yang tidak suka kopi. Tetapi lebih kepada sugesti kuat dari hawa negeri seribu warung kopi itu sendiri masuk secara bawah sadar kepada siapapun yang menetap di Aceh, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pengalaman pribadi penulis sebelum kuliah ke Kota Banda Aceh. Penulis merupakan satu di antara ratusan bahkan ribuan orang yang tidak suka kopi. Namun apalah daya, benci jadi cinta. Sugesti negeri seribu warung kopi menghantam telak penulis tanpa butuh waktu lama. Semuanya berbalik 360 derajat. Kini menjadi seorang *kopiers* (sebutan saya bagi pecinta kopi) sejati.

Hari-hari diisi dengan kopi. Mengawali pagi dengan kopi. Sebelum kerja (*part time*) minum kopi. Mengerjakan tugas, minum kopi agar tidak kantuk. Sampai ketemu teman atau diskusi pun, harus minum kopi. Tidak boleh menghindar. Bagaimana mungkin tidak pesan kopi, sebab diskusinya saja di warung kopi. Naif sekali jika tidak pesan. Hari-hari dengan kopi.

Bahkan jika ada yang lancang berani buka tas penulis, salah satu isinya bisa dipastikan *sachet* kopi. Sampai sebegitu akrabnya dengan kopi. Begitulah dinamika virus kopi menginfeksi setiap *followers*-nya di Aceh terutama di Kota Banda Aceh.

Kontroversi Warung Kopi

Setelah terciptanya budaya hari-hari *bak keude kupa* (di warung kopi), maka muncul masalah baru. Mulai dari kaum wanita yang juga ikut nongkrong di warung kopi (sangat bertolak belakang dengan budaya di Aceh dahulu). Kemudian para mahasiswa yang menghabiskan waktu berjam-jam di depan layar *smartphone* bermain *game online* di warung kopi, tanpa sedikit pun faedah. Hingga para kepala keluarga yang menghabiskan *cang panah* (ngobrol tidak jelas) sampai-sampai lupa mencari rezeki untuk keluarganya sendiri di rumah.

Tidak sedikit pro dan kontra di media menanggapi persoalan ini. Hingga beberapa waktu lalu, Rektor UIN Ar-Raniry, Prof. Farid Wajdhi Ibrahim dengan lantang mengatakan warung kopi adalah musibah yang lebih besar melebihi bom atom di Jepang, (*Serambinews.com*, 21/3/2018).

Tulisan Azwardi berjudul *Inong Bak Keude Kupa* dimuat di Harian Serambi Indonesia (27/4/2011) salah satunya. Dalam tulisan tersebut ia berpendapat bahwa fenomena ini bertentangan dengan perangai dan spirit Kartini. Dalam tulisan tersebut juga Azwardi menggambarkan bagaimana potret perempuan dan laki-laki mejeng, kongkow, ketawa-ketawa ngakak di warung kopi dengan penuh kebisikan dan asap rokok yang mengepul. Ini menurutnya sungguh melawan kodrat dan bertentangan dengan nilai-nilai luhur.

Selang beberapa hari kemudian, tepatnya 30 April 2011, Jufrizal membalas tulisan tersebut di rubrik dan harian yang sama dengan judul *Hikayat Inong Keude Kupa* (Catatan untuk Azwardi). Menurut Jufrizal, ungkapan Azwardi tentang perempuan di warung kopi mencederai spirit Kartini adalah sesuatu yang berlebihan.

Dalam tulisan itu, menurutnya saudara Azwardi telah menutup mata bahwa sekelompok laki-laki dan perempuan menjadikan warung kopi sebagai sarana informatif untuk mengakses layanan internet yang sangat murah untuk keperluan pendidikan. Jufrizal juga menyebutkan, pemilik warung kopi menyediakan mushalla sebagai bentuk menjaga adat istiadat di Aceh. Hal ini menurutnya jarang sekali ditemukan di warung kopi atau café di luar Aceh.

Terlepas dari kebenaran dua pendapat di atas, memang setiap individu mesti lebih bijak menanggapi fenomena ini. Ya, fenomena negeri seribu warung kopi yang tidak ditemukan di tempat lain. Fenomena di mana warung kopi menjadi sentral dalam berbagai aktivitas sebagian besar masyarakat di Aceh.

Tidak dipungkiri memang segala sesuatu apapun itu tentu memiliki dua sisi. Sisi positif dan sisi negatif. Kelebihan selalu diiringi dengan kekurangan. Yang demikian memang sudah menjadi *sunnatullah* (aturan alam). Meski begitu, mari menanggapi fenomena ini dengan bijak. Sebab, ini merupakan nikmat Allah Swt yang mesti disyukuri.

Nikmat di mana warung kopi telah memberikan kenyamanan di tengah kepenatan, tempat bercengkrama hingga melahirkan keakraban bahkan sampai kepada tempat mengais rezeki mengisi kebutuhan sehari-hari.

Begitulah uniknya warung kopi di Aceh. Daerah yang telah ditabalkan dengan julukan negeri seribu warung kopi, dengan segala pelajaran & manfaat luar biasa yang dapat dipetik dari sana.

GENERASI LEMAH

Bustami Abubakar

Pernahkah Anda melihat sekumpulan anak muda *nongkrong* di kafe atau kedai kopi di Banda Aceh pada dini hari menjelang kumandang azan subuh? Beberapa kali saya sengaja keluar rumah pada saat itu untuk membuktikan pernyataan beberapa orang rekan mengenai fenomena ini. Dan saya menemukan fakta, beberapa orang anak muda memang terlihat sibuk dengan *laptop* masing-masing di beberapa kafe atau kedai kopi yang saya datangi. Sekilas terlihat mereka tengah serius mengerjakan sesuatu. Saya menduga-duga, barangkali mereka sedang mengerjakan tugas kampus atau mengejar *deadline* pekerjaan di kantor tempat mereka bekerja. Tapi, haruskah sampai selarut ini?

Berbagai dugaan dan pertanyaan yang menjalari benak dan pikiran saya seakan terjawab ketika beberapa orang rekan lain menyatakan bahwa akhir-akhir ini sebagian kaum muda di Banda Aceh tengah dilanda demam *game online* dan *judi online*. Pernyataan ini mendapatkan ruang afirmasi manakala saya—dalam beberapa kesempatan dan waktu yang berbeda—bertemu dengan beberapa orangtua dari mahasiswa. Mereka bertanya pada saya: “Pak, apakah setiap dosen memberikan tugas yang sangat banyak

kepada mahasiswanya?” Saya agak bingung mendapat pertanyaan seperti itu sampai kemudian mereka mengatasi kebingungan saya dengan menyatakan bahwa anak-anak mereka seringkali keluar rumah setelah waktu isya dan baru kembali saat matahari pagi bersinar di ufuk timur. Ternyata, anak-anak mereka menjadikan tugas kampus sebagai “kambing hitam” untuk memperoleh izin keluar pada waktu malam.

Ditilik dari berbagai perspektif, fenomena begadang untuk mengerjakan tugas atau menyelesaikan pekerjaan bukanlah sebuah hal yang positif. Apatah lagi jika begadang itu semata-mata untuk sekedar membunuh waktu tanpa ada hal penting yang dikerjakan.

Dari perspektif agama Islam, Allah SWT telah mengatur fungsi siang dan malam dengan baik, sebagaimana firman-Nya dalam Al-Quran: *“Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.”* (QS. An-Naba’: 10-11). Ayat ini menegaskan bahwa Allah menjadikan malam sebagai waktu untuk beristirahat dengan tenang, sementara siang diciptakan sebagai masa untuk beraktivitas memenuhi kebutuhan hidup manusia. Jadi, kalau ada manusia yang membalikkan ayat ini dalam prilakunya, maka manusia ini telah menganggangi ketentuan Tuhan, kecuali dengan alasan atau keperluan tertentu dan atau dikarenakan jenis pekerjaan yang ditekuni memang mengharuskannya bekerja pada malam

hari, seperti petugas keamanan, petugas medis, lay-outer koran, dan lain sebagainya.

Dari perspektif medis, organ-organ tubuh manusia memiliki mekanisme kerja yang khas dan unik. Pada saat tertentu, ada organ-organ yang sedang bekerja sangat aktif, sementara ada organ lain yang justru sedang menurun aktivitasnya. Menurut Prof. Dr. Soeharsoyo, SpAK, antara pukul 23.00 – 01.00, jantung kita dalam kondisi lemah sehingga dianjurkan untuk segera tidur dan beristirahat dengan nyaman untuk pemulihan energi tubuh. Sedangkan dalam rentang waktu pukul 01.00 – 03.00, hati/liver berada dalam kondisi kuat sehingga proses pembuangan racun hasil metabolisme tubuh dan regenerasi sel baru berlangsung pada saat ini. Adapun proses pembersihan dan pembuangan racun atau kotoran di paru-paru terjadi antara pukul 02.30 – 04.30 (<http://www.rumahsalam.com/2015/03/jam-kerja-biologis-dalam-organ-tubuh.html>).

Bisa kita bayangkan sekiranya kaum muda—yang akan menjadi pemimpin bangsa di masa depan—sering menghabiskan waktu malamnya dengan begadang sampai dini hari bahkan menjelang pagi, bagaimana kondisi fisik mereka kelak? Saat jantung memerlukan istirahat, tubuh tempat jantung bersarang justru masih disibukkan dengan aktivitas. Ketika hati/liver hendak bekerja membuang berbagai racun untuk kemudian melakukan regenerasi sel baru, si pemilik tubuh pada saat itu justru memasukkan racun lain ke dalamnya melalui ragam makanan dan

minuman yang dikonsumsinya. Manakala paru-paru hendak dibersihkan dari berbagai kotoran dan racun, saat itu si pemilik paru-paru malah meracuninya dengan nikotin atau racun lainnya.

Kaum muda yang berusia antara belasan hingga 30-an tahun tidak menyadari efek buruk dari begadang terhadap kesehatan tubuh mereka. Karena memang dalam rentang usia seperti itu, tubuh masih relatif cukup kuat untuk melawan berbagai penyakit yang hinggap padanya. Akan tetapi, dalam banyak kasus, lazimnya serangan akan ragam penyakit mulai dirasakan dan dikeluhkan saat usia telah memasuki angka kepala empat. Padahal, kebanyakan orang justru mulai menapaki puncak karir dalam pekerjaannya dalam usia 40-an. Lantas, apa yang bisa diharapkan dari seorang pemimpin yang telah sakit-sakitan? Meskipun dia dahulu seorang mahasiswa yang cemerlang atau pemuda yang kreatif dan cerdas, tapi kalau kondisi fisiknya telah lemah akibat ada organ-organ tertentu dari tubuhnya yang mengalami disfungsi, tentu masyarakat tidak bisa berharap banyak darinya. Bagaimana jika kondisi ini menimpa banyak calon pemimpin kita di masa depan? Relakah kita menyerahkan tongkat estafet kepemimpinan kepada orang yang kesehariannya disibukkan dengan urusan penyembuhan penyakitnya? Orang Aceh punya ungkapan yang jitu untuk mendeskripsikan fenomena ini: “*Meu keu droe han glah, kiban dijak uroh gob?*” (Mengurus diri sendiri saja tak bisa, bagaimana mengurus orang lain?)

Kondisi sakit fisik ini akan semakin teruk jika ketika begadang diikuti pula dengan menonton atau membaca ragam situs yang membelakangi moral dan agama; atau mungkin juga terbuai oleh game dan judi online. Maka prediksi akan kelahiran pemimpin masa depan yang lemah fisik dan mental sulit ditangkis. Kalau kondisi ini benar-benar terjadi, maka cukup ikhlaskah kita menyerahkan negeri ini di bawah kepemimpinan generasi yang lemah fisik dan psikisnya?

Oleh karena itu, kelahiran generasi yang lemah harus segera dicegah sedini mungkin. Keluarga sebagai institusi sosial terkecil sejatinya berada di garda terdepan untuk melakukan pencegahan tersebut. Ayah dan ibu sepatutnya mengetahui aktivitas anak-anak mereka: dengan siapa mereka bergaul, bagaimana mereka menghabiskan waktunya, dan sebagainya. Ayah dan ibu tidak cukup hanya sekedar menerapkan kedisiplinan waktu dan ragam aturan dalam keluarga, tetapi yang lebih penting daripada itu adalah memberikan keteladanan kepada anak-anak mereka. Ayah dan ibu merupakan kreator utama dalam menciptakan keluarga yang harmonis, sehingga setiap anggota keluarga senantiasa merasa aman dan nyaman bernaung di dalamnya serta akan menimbulkan rasa rindu bila terlalu lama meninggalkannya.

Upaya lain lagi adalah memperkuat kembali kontrol sosial masyarakat. Kendali sosial ini kian melemah seiring dengan semakin kompleksnya masalah-masalah sosial yang dihadapi masyarakat. Pada akhirnya, masyarakat terdorong

membangun kehidupan yang individualistik dan semakin jarak dengan kehidupan yang menonjolkan kolektivitas. Dalam situasi seperti ini, sistem kontrol sosial mengalami stagnasi. Setiap individu dalam masyarakat hidup dengan dunianya sendiri tanpa merasa terhubung dengan individu yang lain. Kondisi sosial seperti ini harus segera diamputasi jika kita tidak ingin melihat anak-cucu kita dipimpin oleh orang-orang yang lemah, baik secara fisik maupun psikis. Wallahu A'lam

BAGIAN KEDUA

A CUP OF SANGER

KOPI DAN BUDAYA DI ZAMAN BARU

“Barangkali Tuhan menciptakan kopi supaya kita semua bisa berteman”. (Anonim)

KOPI, MINUMAN UNTUK PERUBAHAN SOSIAL: Refleksi dari Sudut Warung Kopi di Aceh

Baiquni

Dosen IAIN Malikul Saleh, Lhokseumawe

Kopi, minuman hitam dan pahit, yang berefek tidak hanya pada level individual saja, tapi juga komunitas, bahkan negara. Bagi produsen, kopi adalah sumber penghasilan. Bagi ahli zikir, malam-malam panjang mereka dimulai setelah meneguk kopi. Dan bagi pekerja, kopi adalah “minuman berenergi” yang menenangkan dan juga meningkatkan kinerja otak. Setiap tegukan kopi seakan memperpanjang hari yang singkat.

Di samping kopi, selama ratusan tahun warung kopi (selanjutnya disingkat dengan warkop) juga telah berfungsi, tidak hanya sebagai tempat interaksi, diskusi, perdebatan, tapi juga sarang perlawanan dan ketidakpatuhan. Namun demikian, seiring makin canggihnya teknologi dan mudahnya akses informasi, tegur Asaf Bar-Tura, fungsi warkop mulai bergeser. Ia memerhatikan bahwa warkop saat ini mulai kehilangan fungsi interaksinya, diskusi apalagi membentuk gerakan. Dengan segala fitur yang mendukung

kenyamanan pelanggan, seperti sofa yang nyaman, stok kontak, dan *wi-fi* super kencang, interaksi dan perdebatan di warung kopi digantikan dengan menonton *Youtube*, *Facebook*, dan “bekerja” di depan *laptop* atau ponsel. Warkop, yang pada awalnya adalah sebuah ruang publik untuk interaksi, berubah menjadi ruang-ruang privasi. Alih-alih membentuk gerakan perubahan sosial, kedai kopi adalah tempat untuk menyendiri dalam kebersamaan (Bar-Tura, 2011).

Dalam konteks Aceh, sekilas, dengan kemajuan teknologi dan globalisasi saat ini, kita akan sangat tergoda untuk segera menyimpulkan bahwa fungsi warkop juga mulai berubah perlahan, sebagaimana ungkapan Asaf. Warkop, berseberangan dengan fungsi awalnya yaitu menjadi ruang publik, saat ini ia perlahan menjadi ruang-ruang isolasi kerja, bisnis dan privat tanpa sekat. Interaksi *face-to-face* mulai digantikan dengan *facetime*, *video call*, dan *game online*. Interaksi dunia nyata bermigrasi ke ruang *digital* (maya). Warkop, dari ruang publik meredup menjadi ruang kesendirian di antara keramaian. Namun apakah demikian adanya di Aceh? Ataukah model interaksi masih ada namun diekspresikan dengan cara berbeda? Jika demikian, apakah perubahan sosial masih dapat dimulai dari warung kopi?

Retrospeksi Kopi dan Warung Kopi dalam Sejarah

Semenjak diperkenalkan oleh pedagang Yaman, kopi dan warung kopi tidak pernah menjadi simbol ruang statis,

ia adalah ruang kontestasi, perdebatan, pergerakan dan protes. Lima abad lalu di Kairo, kopi adalah minuman haram karena ulama menganggap minuman hitam ini sebagai racun. Warkop dan masjid adalah dua institusi yang saling bertolak belakang, sehingga keduanya saling bersaing dalam “menarik” pengunjungnya. Pada tahun 1539, bertepatan dengan bulan Ramadan, warkop di Kairo sempat dirazia dan ditutup, walaupun hanya untuk beberapa hari saja. Di kesempatan lain, kopi sering dihubungkan dengan gerakan Sufi. Kopi pun dianggap *bid’ah* sehingga haram untuk dikonsumsi. Barang siapa yang meminumnya, maka dia akan dipenjarakan dan dicambuk. (About Islam Team, 2018).

Kontroversi kopi tidak berhenti di daratan Muslim saja, semenjak kopi dibawa ke tanah Eropa-Kristen dari Kekaisaran Utsmani, para pastor langsung melabel kopi sebagai “minuman setan”. Respons yang wajar dari pastor disebabkan konflik politik antara kedua kerajaan. Namun demikian, Paus Clement VIII menolak pelabelan pastor itu. Setelah mencoba langsung minuman kopi tersebut, Paus berkomentar “*Minuman ini lezat sekali!, kita harus melawan setan dengan membaptis minuman ini!*” (Guzman, 2014). Protes terhadap kopi juga datang dari kaum wanita. Mereka mengklaim kopi adalah penyebab impoten dan malasnya pria. Kopi telah mengubah sikap pekerja dan pejuang pria menjadi pencinta gosip dan komentar. (Oldenburg, 1999)

Selain sejarah kontroversial kopi, warung kopi juga telah lama menjadi sarang aksi-aksi kontroversial dan ide politik

yang kadang mengancam otoritas setempat. Warkop yang pada awal kemunculannya hanya dikuasai oleh kaum elite Inggris saja, kemudian perlahan mulai didatangi warga lain dari berbagai golongan. Akibatnya, interaksi antara golongan berhasil menantang narasi dominan kaum elite. Diskursus warung kopi pun kemudian mulai berubah, dari hanya untuk mendapatkan berita sosial menjadi tempat penyebaran berita. Pada tahun 1675, saking panasnya diskusi dan interaksi sosial-politik di warkop-warkop di Inggris, Raja Charles II mengeluarkan dekrit khusus untuk menentang warung kopi. Ia menuduh warkop sebagai tempat untuk menyusun rencana melawan Raja (Bar-Tura, 2011).

Pada tahun 1773 di Amerika, kopi dan Warung Kopi di Boston merupakan simbol perlawanan terhadap imperialisme Inggris. Ketika Inggris menaikkan pajak teh dengan tidak masuk akal, aktivis anti Inggris membuang ratusan kardus teh ke dalam laut di pelabuhan Boston (Schmittroth, Baker, & McConnell, 2000). Kejadian ini terkenal dengan nama *Tea Boston Party*. Tidak berhenti di situ saja, anggota Kongres Kontinental Amerika menetapkan kopi sebagai minuman nasional sebagai antitesis teh yang menjadi minuman kebanggaan Inggris. Ketika merencanakan aksi-aksi tersebut, anggota kongres bertemu secara reguler di warkop-warkop di Boston. Warkop juga termasuk tempat-tempat pertama di mana proklamasi kemerdekaan Amerika diumumkan (Bar-Tura, 2011).

Kisah yang sama juga didapatkan dalam sejarah gerakan Islam. Hasan Al-Banna, pendiri organisasi dan gerakan Ikhwanul Muslimin, memulai gerakannya dari warung-warung kopi (About Islam Team, 2018). Dalam sejarah Aceh, Warkop menjadi basis untuk membahas strategi dan tempat pertemuan sebelum perlawanan ke Belanda dilancarkan. “*Beungoh singoh geutanyoe jep kopi di keude Meulaboh atawa ulon akan syahid* (Besok pagi kita akan minum kopi di Meulaboh atau aku akan gugur)”. Kalimat terkenal yang dikeluarkan Teuku Umar, sebelum ia syahid ditembak Belanda. (Malau, 2017)

Peristiwa-peristiwa di atas menunjukkan Warkop sebagai ruang publik yang sangat efektif untuk mendapatkan informasi, membentuk opini, memulai gerakan, melakukan aksi perlawanan dan juga menyemai ide-ide kritis. Mengapa bisa demikian? Habermas menjelaskan karena karakter utama dari sebuah ruang publik seperti warkop adalah datangnya orang-orang dari tempat-tempat privasi ke ruang publik untuk membentuk sebuah komunitas publik. Dengan tujuan ini, maka interaksi yang paling dominan muncul dalam warkop seharusnya adalah ‘percakapan’ (*discursive*). Dari hasil diskusi ini lah baru kemudian kadang sebuah aksi dapat terbentuk. (Bar-Tura, 2011)

Warkop Sebagai Ruang Publik dan Ruang Ketiga

Kota seribu satu warung kopi adalah julukan untuk kota Banda Aceh saat ini. Mungkin saja, julukan ini memang

pantas disematkan untuk Banda Aceh. Karena hampir di setiap sudut kota terdapat Warkop yang siap melayani pelanggannya, mulai dari pagi setelah shalat Subuh hingga pagi hari lagi menjelang Subuh.

Posisi warung kopi di Aceh dapat dipahami melalui dua konsep penting: ruang publik (*public sphere*) dan ruang ketiga (*third Place*). Ruang publik, menurut Habermas, adalah ruang tempat orang-orang meninggalkan ruang privasi mereka untuk berkumpul bersama, bernegosiasi, mendapatkan hiburan dan berdiskusi tentang apa pun baik hal kecil sehari-hari hingga politik-sosial. Interaksi ini kemudian terkadang membentuk sebuah komunitas atau aksi. Ruang publik juga diindikasikan dengan ruang yang bebas otoritas, tanpa paksaan, setara dan bebas. Ia terbuka untuk khalayak umum tanpa dibatasi umur, kelas sosial, gender, ras, dan agama. Siapa pun yang masuk ke dalam ruang ini, menurut Habermas, akan dianggap setara karena segala status yang dimilikinya akan ditanggalkan (Habermas, 1991). Dengan demikian, ruang publik memberikan kebebasan yang cukup luas bagi pelanggannya. Kebebasan yang kemudian dimanfaatkan oleh pelanggan untuk mengkritik, menyampaikan opini, dan mengekspresikan ketidakacuhan sebagai protes terhadap struktur dan otoritas (bagian ini akan dibahas pada bagian lanjutan). Walaupun demikian, kritik Mark Kingwell terhadap Habermas, interaksi antar warga dalam ruang publik ini tidak menjamin terbentuknya satu opini atau kebenaran yang satu (*universal*), sebagaimana ide

yang Habermas tawarkan. Namun hasil interaksi antar individual atau kelompok tersebut akan mengakomodir banyak jenis kebenaran. (Wohl, 2017)

Di sini juga, kita dapat melihat bagaimana sebuah kekuatan yang kreatif—antitesis dari kekuatan represif—digunakan. Artinya, alih-alih melihat sebuah praktik pemaksaan, kita akan melihat orang-orang menggunakan kreativitasnya untuk mengekspresikan kebebasan yang diberikan di ruang publik. Salah satu contoh kekuatan kreatif ada pada cerita munculnya varian minuman kopi: *sanger*.

Sanger adalah Salah satu varian minuman berbasis kopi yang terkenal di Aceh. Komponen utamanya adalah kopi hitam, gula dan susu kental manis. Minuman ini mirip namun berbeda dengan kopi susu. Jumlah takaran susu kental manis *sanger* lebih sedikit daripada kopi susu. Jika ditanya dari mana asal minuman ini, maka tidak ada yang benar-benar tahu asalnya. Namun menurut narasi yang paling banyak beredar, *sanger* adalah minuman hasil negosiasi mahasiswa Aceh dengan *barista* kedai kopi setempat.

Dikisahkan, pada awal tahun 1990, dengan kantong yang mulai menipis namun tetap ingin menikmati kopi susu, mahasiswa meminta *barista* untuk mengurangi jumlah susu yang biasa dicampurkan dalam kopi susu agar harganya juga dapat dikurangi. Ternyata *Barista* pun sepakat dengan usulan tersebut. Atas sikap pengertian *barista* tersebut, muncullah kata “sama-sama ngerti”, yang kemudian disingkat menjadi “*sanger*”. *Sanger* saat ini, merupakan

jenis minuman favorit bagi peminum kopi di Aceh dan juga wisatawan yang datang ke Aceh. Bahkan sebuah komunitas *sosmed* menetapkan tanggal 12 Oktober sebagai hari Sanger. Pada hari itu, 200 gelas Sanger akan dibagikan secara gratis bagi *follower* komunitas tersebut (Affif, 2015).

Lebih lanjut, untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang warung kopi di Aceh. Saya akan membandingkannya dengan kota Tehran, Iran dan Istanbul, Turki. Aceh dan Tehran di samping sama-sama menggunakan hukum Islam, juga memiliki budaya *ngopi* yang sama. Tetapi, karakter pelanggan yang datang ke warkop di Iran cukup berbeda dengan di Aceh. Di Tehran, terdapat dikotomi antara pengunjung warkop dan pengunjung masjid, khususnya dalam kategori penduduk berusia muda. Identitas pengunjung warkop sering diasosiasikan dengan gaya hidup modern atau pos modern. Sebaliknya, pengunjung masjid biasanya direlasikan dengan gaya hidup tradisional dan agamis.

Para tradisionalis menganggap fenomena pergi ke warkop adalah perbuatan sia-sia dan bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Sehingga negara sering mengkritik warkop sebagai tempat yang tidak bermoral. Di sisi lain, para modernis menganggap warkop sebagai tempat untuk menghabiskan waktu luang dan berdialog. Para tradisionalis selalu berusaha untuk memarginalkan dan mengharamkan warkop, sedangkan pengunjung warkop merangkul budaya “*ngopi*” ini sebagai sebuah kebudayaan Iran (Sohrabi, 2015).

Dikotomi seperti di Tehran ini tampak lebih kabur, bahkan hampir tidak ada, di Aceh. Di kota Banda Aceh dan Lhokseumawe, misalnya, pelanggan warkop bisa jadi di saat yang sama adalah “pelanggan” mesjid juga—walaupun tidak semua pelanggan mengunjungi mesjid. Artinya, budaya *ngopi* dan ibadah di mesjid tidak mesti mewakili dikotomi gaya hidup tradisional atau modern. Orang yang *ngopi* tidak dianggap modern dan orang yang ke mesjid juga tidak dianggap tradisional. Orang Aceh, setelah Salat Subuh berjamaah di Mesjid, bisa langsung menikmati kopi di warung kopi yang dekat dengan mesjid. Terkadang bahkan, beberapa warkop di Banda Aceh sengaja memberikan kopi atau bubur gratis kepada jamaah yang melaksanakan salat Subuh di mesjid terdekat. Jika tidak terdapat mesjid di dekat warkop, maka sudah menjadi “kewajiban” dalam arsitektur kebudayaan Aceh bahwa warkop harus memiliki ruang ibadah (Mushalla).

Barangkali, budaya *ngopi* di Aceh lebih mirip dengan di Istanbul pada abad ke 16-17. Posisi warkop di Istanbul juga terletak dekat dengan mesjid. Dalam masyarakat Utsmani, posisi warkop dan mesjid tidak saling bertentangan, namun memiliki hubungan simbiosis yang cukup harmonis. Warkop berfungsi sebagai tempat *nongkrong* sembari menunggu waktu shalat tiba. Setelah shalat di mesjid selesai, daripada harus pulang ke rumah, Muslim Utsmani lebih memilih untuk menetap di warkop sampai waktu shalat berikutnya tiba. Warkop tidak hanya bermanfaat sebagai “ruang tunggu” mesjid, tapi juga merupakan salah satu sponsor finansial

penting untuk masjid. Dengan demikian posisi warkop di Kekaisaran Utsmani merupakan bagian integral dari Masjid. (Ervin, 2014; Wohl, 2017)

Posisi warkop di Aceh saat ini juga dapat dipahami dengan konsep Ruang ketiga (*third place*), konsep yang diperkenalkan oleh Ray Oldenburg. Ia menawarkan bahwa demi kemaslahatan, sebuah kota harus memiliki tiga ruang: 1) rumah, 2) kantor, dan 3) tempat bersosialisasi yang terbuka seperti Warkop, Bar, dan Café. Ruang ketiga (warkop) berfungsi sebagai ruang penstabil antara rumah yang bersifat pribadi dan kantor. Tanpa ruang ketiga ini, maka masyarakat akan terjebak dalam hubungan ruang privat dan kantor saja. Akibatnya, rasa keterikatan (*sense of community*) antar warga akan renggang. Bagi Oldenburg, rumah dan kantor adalah tempat yang cukup isolatif, apalagi bagi mereka yang tinggal jauh dari keramaian. Maka tempat ketiga mampu menjadi tempat pengeras hubungan sosial dan membentuk komunitas yang sehat. Di saat yang sama, ia juga mampu menjadi sistem pendukung sosial dan psikologi.

Ruang ketiga ini bersifat inklusif dan netral. Ia berfungsi sebagai penampung warga kota yang datang dari dan dengan berbagai macam latar belakang dan paradigma. Sebuah ruang informal yang menerima perbedaan dan menavigasikannya—tidak menghilangkan—perbedaan tersebut. Oldenburg juga menambahkan bahwa ruang ketiga sangat penting untuk interaksi dan keterikatan

masyarakat, untuk sebuah demokrasi yang sehat, dan untuk memberikan tempat yang nyaman dalam pekik dan kompleksnya pergerakan zaman modern. Dengan makin pesatnya teknologi saat ini, ada yang memahami bahwa dunia maya bisa menjadi ruang ketiga. Pendapat ini tidak benar. Karena ruang ketiga, hakikatnya, adalah fenomena *face-to-face*. Maka ruang ketiga yang paling efektif adalah pertemuan secara fisik di mana koneksi yang nyata antar masyarakat bisa terjalin.

Sebagai ilustrasi, ruang ketiga Oldenburg adalah kedai kopi yang berada di sudut jalan lorong rumah atau kompleks perumahan kita. Dengan jarak tempuh yang dekat, tempat ini menjadi tempat *nongkrong* atau *kongkow* warga setempat setelah di pagi atau sore hari. *Barista* dan pelayan mengenali hampir semua pelanggan di tempat tersebut. Bagi pelanggannya, tempat ini sangat strategis untuk bertemu komunitas-komunitas, mendapatkan kabar hangat terbaru, mendiskusikan masalah sosial politik, atau hanya bertukar cerita sehari-hari.

Warkop, Anak Muda, dan Perubahan Sosial

Dengan masifnya integrasi dan penggunaan teknologi dalam kedai kopi, ada yang mulai mempertanyakan fungsi warkop sebagai pusat interaksi dan perubahan sosial. Seperti Asaf Bar-Tura ungkapkan, ruang publik yang awalnya sarat dengan interaksi mulai perlahan berubah menjadi ruang isolasi yang minim interaksi. Apakah demikian adanya

di Aceh? Berbeda dengan Asaf, saya menilai warkop di Aceh masih dan terus akan menjadi sumber perubahan sosial. Dan generasi muda, khususnya pada zaman ini, adalah penggerak perubahan yang paling aktif dan efektif. Perubahan ini jelas tampak jika dilihat dengan kacamata Asef Bayat: *Social Nonmovement* (Non-gerakan Sosial).

Apa itu *Social Nonmovement*? Secara umum, *Social Nonmovement* adalah gerakan secara kolektif yang dilakukan oleh aktor-aktor non-kolektif. Gerakan ini berbentuk praktik atau kegiatan/kebiasaan sehari-hari yang dilakukan oleh individual atau kelompok dalam jumlah yang besar secara terpecah. Walau terpecah, namun kemiripan atau kesamaan dari aksi-aksi tersebut kemudian bisa saja memicu perubahan sosial. Perlu juga dipahami bahwa aksi-aksi tersebut tidak mesti dilakukan atas alasan ideologi, arahan atau perintah dari pemimpin atau institusi. Gerakan ini bertujuan untuk membela kepentingan dari orang-orang yang termarginalkan atau masyarakat kelas bawah seperti masyarakat urban yang miskin, mahasiswa, wanita dan juga pemuda (Bayat, 2013).

Bayat juga menambahkan, gerakan ini berbeda dengan gerakan sosial pada umumnya. Gerakan sosial biasanya merupakan hasil mobilisasi organisasi-organisasi pergerakan, perintah dari pimpinan kharismatik, dan ideologi. Sebaliknya, Non-gerakan Sosial merupakan ekspresi dari keinginan untuk menikmati 'the art of presence' (masa sekarang). Ia berasal dari keberanian dan

kreatifitas untuk menunjukkan keinginan (hasrat) kolektif dengan cara membelokkan aturan atau hukum-hukum yang berlaku. Gerakan ini memanfaatkan semua celah hukum atau aturan yang ada agar keinginan mereka didengarkan, dilihat, dan diwujudkan (Bayat, 2013, hal. 26).

Ada beberapa karakter penting yang membedakan Non-gerakan Sosial dengan Gerakan Sosial. *Pertama*, orientasi Non-gerakan sosial ini adalah aksi daripada ideologi. Ia bergerak secara perlahan, hening, tenang dan tidak lantang, karena memang mereka bergerak secara individual dan tidak secara satuan organisasi atau kelompok-kelompok besar. *Kedua*, dalam gerakan sosial, biasanya seorang pemimpin memobilisasi anggotanya untuk menekan kekuasaan agar mewujudkan keinginan mereka. Sebaliknya, dalam non-gerakan sosial, aktornya langsung memanifestasikan keinginannya, walaupun aksi tersebut dilarang oleh pemerintah. Dengan demikian, gerakan ini bukanlah gerakan protes politik, tapi praktik-praktik pengabaian peraturan secara langsung dan tersebar. *Ketiga*, aktor gerakan sosial biasanya melakukan aksi-aksi mobilisasi dan protes massa yang berbeda dengan rutinitas harian seperti meeting, lobi, membuat petisi, demonstrasi dan lainnya. Sedangkan aksi-aksi non-gerakan sosial biasanya hanyalah bagian dari rutinitas atau kegiatan sehari-hari. Sebagai contoh, usaha wanita pergi sekolah atau kuliah, berolahraga, *hangout*, melakukan “pekerjaan lelaki” dan memilih pasangan hidup. Dan poin *keempat*, non-gerakan sosial ini tidak dilakukan oleh grup-grup kecil dalam lingkup

politik, tapi mereka adalah kegiatan yang biasa dilakukan sehari-hari oleh berjuta-juta manusia lainnya secara terpisah (Bayat, 2013, pp. 20–21).

Dengan kacamata ini, maka non-gerakan sosial perempuan di Aceh dapat dijelaskan. Di kota-kota besar di Aceh seperti Banda Aceh, Lhokseumawe dan Langsa, segregasi antara laki-laki dan perempuan dalam ruang publik seperti warung kopi sangat kentara pada awal milenium lalu. Jaqueline Aquino Siapno bercerita bahwa warung-warung kopi di kota-kota besar di Aceh merupakan ruang eksklusif para pria, seperti ada peraturan tidak tertulis yang melarang perempuan masuk ke dalam warung kopi. Menariknya, lanjut Jaqueline, kondisi ini tidak begitu tampak di daerah-daerah pedalaman seperti di Pidie. Dia sempat terkejut melihat ada wanita-wanita yang duduk dan minum di warung kopi umum (Siapno, 2002, hal. 107-8).

Segregasi ini kemudian perlahan mulai memudar beberapa tahun setelah Tsunami. Dan sekarang, jumlah pelanggan wanita yang nongkrong di warung kopi jauh lebih banyak dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi sedemikian ini bisa muncul tentu bisa disebabkan oleh arus globalisasi dan sosialisasi kesetaraan gender oleh pemerintah dan juga LSM-LSM di Aceh (Fadlia et al., 2016; Mujib, Abdullah, & Nugroho, 2013). Namun di sisi lain, sepertinya perempuan-perempuan Aceh pos tsunami menemukan keberaniannya untuk menantang nilai-nilai patriarki masyarakat Aceh, khususnya di kota-kota besar di Aceh. ‘Invasi’ ini tak pelak

mengganggu stabilitas kekuasaan ruang lelaki. Maka tak mengherankan pula pada awal non-gerakan sosial perempuan ini terjadi, banyak protes yang disampaikan oleh kaum lelaki, mulai dari ekspresi kekecewaan hingga melabeli perempuan yang berada di warung kopi sebagai bukan wanita baik-baik. Tapi, dengan mengacuhkan protes tersebut, secara perlahan dan tenang, perempuan di kota-kota di Aceh terus melancarkan ‘invasi’ ruang publik tersebut. Jumlah mereka yang bertambah secara terus menerus. Hingga pada akhirnya, normalisasi keberadaan perempuan di warung kopi pun terjadi. Dan untuk memenuhi *demand* pasar dari kalangan wanita yang terus meningkat, pemilik warkop ‘terpaksa’ menambah fasilitas khusus perempuan (Fadlia et al., 2016), menyesuaikan menu, dan merombak desain interior warung kopi yang lebih ‘ramah’ dan menarik perhatian agar perempuan bisa nyaman berada di warkop.

Non-movement sosial lainnya juga tampak pada interaksi sosial di kalangan anak muda, khususnya pada interaksi antar lawan jenis. Hukum Islam di Aceh menghindarkan terjadinya integrasi antara lawan jenis. Beberapa kebijakan segregasi ini tampak pada aturan pemisahan ruang belajar antar siswa lelaki dan perempuan di sekolah-sekolah menengah pertama dan atas, dan pelarangan pendirian bioskop. Dalam kasus *khalwat*¹⁹ dan juga pacaran misalnya.

¹⁹ *Khalwat* adalah berdua-duaan antara laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim di tempat sunyi atau tersembunyi

Jika saja *wilayatul hisbah* melihat pasangan non-muhrim sedang bermesraan di tempat sunyi, maka mereka akan ditangkap dan kemudian di bawa ke Mahkamah Syariah baik untuk diadili atau diberikan nasihat. Jika pasangan tersebut ditangkap oleh warga masyarakat, maka biasanya akan dijatuhkan hukuman adat yang berlaku di tempat tersebut. Misalnya dengan memandikan pasangan dengan air comberan di depan publik, atau mengarak-ngarak pasangan mengelilingi desa.

Menyadari akan keterbatasan dan larangan ini, pasangan-pasangan muda memilih tempat publik daripada tempat sunyi sebagai bentuk ketidakpatuhan terhadap otoritas. Dan warung kopi, karena sifatnya sebagai ruang publik (*public sphere*) dan ruang ketiga (*third place*) menjadi tempat pilihan favorit mereka untuk mengekspresikan ketidakpatuhannya. Alasan Non-gerakan pemuda-pemudi ini biasanya tidak bertujuan untuk merubah tatanan sosial atau melawan otoritas pemerintahan, namun hanya untuk mengekpresikan jiwa mudanya dan ingin mengklaim serta menikmati masa mudanya.

Namun demikian, masif tidaknya non-gerakan pemuda—ketidakpatuhan terhadap hukum otoritas— sangat tergantung pada 1) derajat kontrol sosial diterapkan kepada mereka oleh otoritas politik dan moral, dan pada 2) derajat kohesi antar anak-anak muda tersebut. Belajar dari kasus di Iran pasca revolusi 1979, gerakan ketidakpatuhan (non-gerakan sosial) semakin masif ketika aturan yang

diterapkan terhadap mereka semakin ketat pula (Bayat, 2013, p. 19). Walaupun aturan yang diberlakukan pemerintah Islam Iran ketat, mereka secara masif tetap menunjukkan ketidapatuhannya dengan berkumpul dengan lawan jenis di warkop-warkop di Iran (Sohrabi, 2015).

Penutup

Barangkali, bagi sebagian masyarakat Aceh, adanya dua contoh non-gerakan di atas adalah dampak negatif dari warung kopi sebagai ruang perubahan sosial, karena telah membantu terjadinya pelanggaran tradisi lama dan hukum yang berlaku. Tetapi di saat yang sama, dengan derasnya arus globalisasi dan perkembangan teknologi, warung kopi, sebagai ruang publik juga berkontribusi positif. *Pertama*, warung kopi berhasil menjadi *information ground* dan *common ground* antara dua kubu yang berseberangan. Ruang ini telah membantu terlaksananya dialog (interaksi)—baik verbal atau non-verbal—antara tradisi lama dan baru, lelaki dengan perempuan dan generasi muda dengan tua. Berikutnya, warung kopi juga, sebagai ruang ketiga, mampu menjadi ruang untuk menavigasikan perbedaan antara golongan-golongan tersebut. Dan terakhir, dengan berhasilnya navigasi perbedaan paradigma antara kelompok berseberangan, warung kopi menjadi tempat yang menentang adanya opini publik yang tunggal, serta mengakomodir adanya kebenaran yang multipel.

REFERENSI:

- About Islam Team. (2018). Coffee Is Haram? How to Deal with a Strange Fatwa | About Islam. Retrieved March 5, 2018, from <http://aboutislam.net/shariah/shariah-and-humanity/shariah-and-life/coffee-haram-deal-strange-fatwa/>
- Afif. (2015). Mengenal sejarah Sanger kopi susu khas Aceh | merdeka.com. Retrieved March 3, 2018, from <https://www.merdeka.com/peristiwa/mengenal-sejarah-sanger-kopi-susu-khas-aceh.html>
- Bar-Tura, A. (2011). Coffeehouse as public Sphere: Brewing for Social Change. In S. F. Parker & M. W. Austin (Eds.), *Coffee Philosophy for Everyone: Ground for Debate*. United Kingdom: Wiley Blackwell.
- Bayat, A. (2013). *Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East* (2nd ed.). California: Stanford University Press.
- Ervin, M. (2014). *Coffee and the Ottoman Social Sphere*. University of Puget Sound.
- Fadlia, F., Darwin, R. L., Ramadani, I., Fadlia, F., Lhena, R., & Ramadani, I. (2016). Toilet Khusus Perempuan dan Warung Kopi di Banda Aceh (Sebuah Kajian Terhadap Konsep Keadilan Gender dan Gender Planning). *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies*, 2(1), 11–22.
- Guzman, S. (2014). Blessed Beans: How the Pope Baptized Coffee | The Catholic Gentleman. Retrieved March 5, 2018, from <https://www.catholicgentleman.net/2014/04/blessed-beans-how-the-pope-baptized-coffee/>

- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. *Contemporary Sociology* (Vol. 19). <https://doi.org/10.2307/2072652>
- Malau, M. C. (2017). Teuku Umar, Kopi, dan Kisah Taktik Dua Rupanya. Retrieved March 5, 2018, from <https://daerah.sindonews.com/read/1229653/29/teuku-umar-kopi-dan-kisah-taktik-dua-rupanya-1502483898>
- Mujib, I., Abdullah, I., & Nugroho, H. (2013). "Islam" in The Global Village: Post-Tsunami Dialog and Negotiation of Aceh Identity. *Al-Albab-Borneo Journal of Religious Studies*, 2(2).
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place : cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Cambridge Mass.: Marlowe.
- Schmittroth, L., Baker, L. W., & McConnell, S. A. (Eds.). (2000). *American Revolution, Primary Sources*. USA: UXL.
- Siapno, J. A. (2002). *Gender, Islam, Nationalism and the State in Aceh: the Paradox of power, co-optation and resistance*. London: RoutledgeCurzon.
- Sohrabi, N. M. (2015). *Coffee shop (Café), Public Sphere for Further Reflections on Social Movements (Case Study : Tehran , capital of Iran)*. Tehran Project 2, UC Irvine.
- Wohl, S. (2017). The Turkish Tea Garden. *Space and Culture*, 20(1), 56–67. <https://doi.org/10.1177/1206331216646058>

BUDAYA DALAM SECANGKIR KUPI

Hanif Sofyan

Andai saja ketika diplomat sekaliber Agus Salim membikin sedikit kegemparan dalam sebuah jamuan diplomatik di London, lantaran musabab kopi dan bukan kretek, seperti dinukilkan dalam catatan Mark Hanusz ; “Kretek, *The Culture and Heritage of Indonesia’s Clove Cigarettes*“ sampai memunculkan pertanyaan yang kemudian dijawab secara diplomatis dan politis “that Your Excellency, is that the reason for which the West conquered the world”. Atau kurang lebih, *Sir*, karena mempertahankan benda ini dari rampasan bangsa anda, maka kami tersisih.” (M. Sobary; 2011; xv), bisa jadi nilai kopi Indonesia lebih *booming*. Sayang-objeknya bukan kopi!.

Ketika itu, komoditas kopi memang belum menjadi “*product for the future*” seperti kata Pemerintah Belanda di tahun 1933 ketika membuka 13.000 hektar lahan di Takengon. Karena sembilan tahun sebelumnya di tahun 1924, Belanda dan investor Eropa memulai babak baru menjadikan tanaman kopi, teh dan sayuran sebagai komoditas unggulan. Terutama ketika antara tahun 1925-1930 Kampong Belang Gele menjadi sentra kebun kopi, sebagaimana dicatat John R. Bowen, dalam “*Sumatran*

Politics and Poetics, Gayo History 1900-1989". (tengkuputeh.com; 1/8/17).

Sebuah Kilas Balik

Dalam babak sejarah Aceh yang jauh lebih tua umurnya-pun tak ada catatan yang spesifik, baik dalam kunjungan Ibnu Battuta di tahun 1345 ketika era Sultan Malik az-Zahir maupun lawatan Marcopolo di tahun 1293 yang dinukilkan dalam "Hikayat Raja-raja Pasai" yang menceritakan tentang kopi sebagai komoditas unggulan.(Ross.E.Dunn; 2011;xii).

Bahkan ketika menelisik urutan varietas kopi unggulan dunia, Kopi Gayo belum masuk dalam urutan daftar tersebut. Sebuah literasi hanya menyebutkan Kopi Kolombia (*Colombian Coffe*) yang dikenal sejak 1800, meliputi kultivar Maragogyne, Caturra, Typica dan Bourbon yang menguasai 12 persen kopi dunia, kedua setelah Basilia. Berikutnya *Colombian Milds, Costa Rican Tarazzu, Guatemala Huehuetenango, Ethiopian Harrar, Ethiopian Yirgacheffe, Hawaiian Kona coffee, Jamaican Blue Mountain Coffee, Java coffee* hingga *Sumatera Mandheling* dan *Sumatera Lintong*. (Redaksi *Health Secret*;2012; 9).

Sialnya lagi, merk Kopi Gayo ternyata telah 'dibajak' dan terdaftar dalam undang-undang Belanda atas nama *Holland Coffe* yang melarang siapapun menggunakan kata "Gayo" pada merek kopinya. Saat ini indikasi Geografis Indonesia belum ada yang terdaftar di Uni Eropa, bahkan satu pengusaha Eropa mendaftarkan "*Gayo Mountain*

Coffee” sebagai merek dagang mereka, namun karena bertentangan dengan hukum sejak 2010 merek tersebut telah dicabut. Padahal Indikasi Geografis Indonesia seperti “*Arabica Coffee Gayo*” (Kopi Gayo), “*White Pepper Muntok*” (Lada putih), dan “*Carving Furniture Jepara*” (kerajinan ukir) memiliki nilai lebih yang dapat memenuhi pasar Eropa yang memiliki lebih dari 500 juta penduduk dan pendapatan per kapita 25.000 dollar AS. (antaranews.com). Konon lagi Indonesia adalah negara peng-ekspor biji kopi keempat terbesar dunia dan Aceh memasok 40 persen kopi Arabica premium Indonesia.

Tak banyak gambaran tentang kopi di era lama dengan latar belakang kultural yang bersifat trans-hemisferik (tinjauan berdasarkan belahan bumi) mengenai kopi Aceh itu sendiri yang kemudian menjelaskan bagaimana Arabica dan Robusta menjadi pilihan komoditas dan memiliki wilayah tumbuh ideal masing-masing sesuai kemampuan tumbuhnya. Karena sejarah mencatat sejak jaman kesultanan Aceh Darussalam, selain padi, tanaman lada merupakan komoditas utama, bukan kopi. Tome Pires (1512-1515) mencatat pelabuhan Pidie dan Pasai memperdagangkan komoditas lada hingga 2.718 ton (atau 16.000 bahar dalam ukuran ketika itu) per tahunnya, sehingga mencatatkan Aceh sebagai produsen utama lada dunia. Dan panjangnya sejarah perang hingga tahun 1942 kemudian menenggelamkan kejayaan lada sebagai komoditas utama. Sedangkan kopi baru dinisiasi oleh Belanda di tahun 1908 dengan memilih menanam

kopi Arabica di Utara Danau Laut Tawar, dan utamanya di dataran tinggi Gayo. (tengkuputeh.com; 1/8/17)

Sementara kopi robusta tumbuh subur di area Kabupaten Pidie (Tangse dan Geumpang serta Aceh Barat). Tak ada batasan soal penanaman, bahkan Belanda memerintah masyarakat sendiri mengkonsumsi kopi jenis robusta, sedangkan Arabica dikonsumsi dan diekspor oleh Belanda. Kondisi ini menyebabkan kopi begitu cepat berkembang karena mendapat respon positif dari semua orang terutama di Kampong Belang yang menjadi sentra kopi yang terkenal hingga sekarang sebagai penghasil kopi dengan kualitas prima. Apalagi tak banyak debat soal baik-buruk kafein kopi, sehingga tak harus membuat larangan layaknya catatan peringatan di kemasan rokok di Italia-*‘vietato a minori’* (dilarang untuk anak-anak di bawah umur). Sejak tahun 1925-1930 setidaknya terdapat empat kampong di Belang Gele yang menjadi sentra kopi Arabika, Kampong Belang Gele, Paya Sawi, Atu Gajah dan Pantan Peseng.

Budaya dan kopi

Budaya dalam secangkir kopi, tentu saja tulisan ini jauh dari keinginan membuat sekuel apalagi memplagiasi tulisan budayawan Mohammad Sobary yang dengan leluasa bercerita tentang bagaimana menerjemahkan rokok sebagai bagian dari tradisi. Sehingga muncul semacam pameo, *“Ngrokok Matek!, Kagak Ngrokok Matek!,* (merokok mati, tidak merokok mati), mewakili suara keras

para petani tembakau yang protes dengan kebijakan anti rokok. Pameo itu mungkin juga sama bombastisnya ketika di Aceh minum kopi menjadi semacam “ritual” dan tradisi, sehingga muncul pameo, “semua bisa selesai diwarung kopi”.

Tentu saja pameo itu ‘dalam’ sekali. Artinya warung kopi seolah menjadi ruang pusaran mereduksi dan merekonstruksi berbagai masalah sosial, ekonomi hingga politik menjadi lebih sederhana (kecuali mungkin urusan macetnya APBA). Sesederhana dialog iklan bapak dan anak gadisnya yang dilarang menghadiri konser dan seketika si ayah berubah pikiran lantaran meneguk segelas air yang dibubuhi teh wangi.

Kopi tidak lagi sekedar menjadi medium perkembangan tradisi dan budaya, namun kopi juga bisa bermakna politis alias “Kopi politik atau politik kopi. Bahkan tak jarang para petinggi kelas eksekutif memanfaatkan warung kopi sebagai ruang mediasi, menemukan cara penyetaraan, ketika pemimpin duduk sebangku dengan rakyat kecil dan sama-sama menikmati kopi sambil berdialog. Sesederhana apapun, tetap saja dialog itu bernilai politis karena yang hadir para petinggi nanggroe.

Bahkan dalam beberapa kesempatan, penulis juga menikmati narasumber gratisan ketika mengunjungi warung kopi, sekedar debat kusir atau bahkan ketika politisi menyampaikan visi terselubung, budayawan mengekspresikan cita rasa seni, atau sekedar mahasiswa

dan pegawai kantoran menikmati rehat melepas penat, bahkan kalangan perempuan yang dahulu tak pernah menjadi bagian dari warung kopi. Maka budaya “minum kopi” menjadi makin kompleks, terutama ketika budaya melebar dari batasan-batasan tradisi, sehingga kelas atas-bawah, perempuan-laki-laki, profesional dan amatiran berkumpul dalam ‘ekosistem kopi’ yang sama.

Tanpa disadari warung kopi telah jauh berubah, bahkan menjadi ruang perubahan, lepas dari salah benar. Ketika menyoroti hal ikhwal dimulainya perubahan, sejak tsunami, para pendatang membawa kebudayaan baru dalam menikmati kopi. Menjadikan kopi sebagai medium berbagi informasi, melepas penat rutinitas, menikmati kopi itu sendiri atau sekedar *kongkow*¹ biasa. Jika di abad ke-19 masyarakat Aceh tidak mengenal kopi dan di akhir abad ke-20 masih sebatas produsen utama kopi, mengingat Aceh memiliki bentangan kebun kopi seluas kurang lebih 94.500 hektar; 48.500 hektare (Aceh Tengah), 39.000 hektar (Bener Meriah) dan 7.000 hektar (Gayo Lues) yang menghasilkan tak kurang dari 50.774 ton pertahun, maka di abad ke-21 kopi telah menjadi budaya dan gaya hidup. (tengkuputeh.com; 1/8/17).

¹ *Kongkow* adalah duduk-duduk santai atau nongkrong ala anak muda

Seiring perubahan itu bermunculan kopi kelas premium yang memanjakan penikmat kopi. Meskipun tidak ada yang memaksa namun seiring waktu, kopi menemukan kelasnya yang baru. Menikmati kopi tidak melulu soal tradisi dan cita rasa, namun kini juga telah menjangkau ‘kalangan baru’ generasi Y. Gambaran stereotip kopi adalah minuman kalangan tua telah jauh terlewatkan. Justru kalangan tua terpinggirkan dan tetap menikmati kelasnya sendiri di warung kopi semula kampungnya sendiri.

Sedikit dari gambaran warung kopi jaman dulu, mungkin masih terlihat di kawasan Beurawe, yang masih membiarkan tampilannya seperti masa lalu. Mengunggulkan cita rasa tanpa peduli pernak-pernik dan polesan yang mengharuskannya tampil seperti sebuah “kafe jaman now“. Mungkin tak pernah terpikirkan bahwa pada akhirnya kopi harus punya kelas klasik alias reguler dan kelas premium. Maka beberapa produsen kopi menambahkan warung-warung premiumnya tidak saja sebagai bentuk daya tarik baru kopi yang telah menjadi gaya hidup namun juga menghadirkan kopi sebagai ‘pembeda’ gengsi semacam kasta jika tidak berlebihan. Sementara di sisi lain kota, tumpukan kubus *container* yang membentuk bangunan kafe kopi mungkin tak terpikirkan sebelumnya di era ketika ulhee kareng masih merajainya dengan warung kopi beratap daun rumbia.

Kini kafe-kafe dengan nama-nama jadul justru muncul menjadi ikon baru tak melulu nama-nama barat yang

disandingkan pada papan nama warung kopi. Secara fisik warung kopi telah mengalami metamorfosa sehingga membuat panoramik fasad-fasad kafe mencerminkan sebuah perubahan budaya dalam menikmati kopi tapi tidak dengan tradisi minum kopi itu sendiri. Jika dulu kawasan Beurawe, Ulhee kareng menjadi sentra warung kopi, seiring perluasan kota, Kampong Pineung, Batoh, Pango telah menjadi sentra baru melengkapi sebutan kota 1000 warung kopi.

Kopi Posmo

Kopi juga membawa pengalaman sosial dan persepsi kultural yang kaya dan beragam. Ketika mencoba menyerempet perubahan dan gejalanya sebagai bagian dari perubahan generasi posmo. Tentu kita tak akan membahasnya secara teoritis meski harus diakui dibutuhkan penyamaan visi untuk melihat sudut pandang agar seiring jalan dalam memahami perubahan dan makna di dalamnya. Seperti halnya David Graffin, yang melihat gejala postmodernisme sebagai sebuah 'koreksi' atas beberapa aspek dari modernism.

Postmodernisme dibedakan dengan postmodernitas, jika postmodernisme lebih menunjuk pada konsep berpikir. Sedangkan postmodernitas lebih menunjuk pada situasi dan tata sosial sosial produk teknologi informasi, globalisasi, fragmentasi gaya hidup, konsumerisme yang berlebihan, deregulasi pasar uang dan sarana publik, usangnya negara dan bangsa serta penggalian kembali inspirasi-inspirasi

tradisi. Hal ini secara singkat sebenarnya ingin menghargai faktor lain (tradisi, spiritualitas) yang dihilangkan oleh rasionalisme, strukturalisme dan sekularisme.

Setidaknya kita melihat dalam bidang kebudayaan yang diajukan Frederic Jameson, bahwa postmodernisme bukan kritik satu bidang saja, namun semua bidang yang termasuk dalam budaya. Ciri pemikiran di era postmodern ini adalah, pluralitas berpikir dihargai, setiap orang boleh berbicara dengan bebas sesuai pemikirannya. Postmodernisme menolak arogansi dari setiap teori, sebab setiap teori punya tolak pikir masing-masing dan hal itu berguna. Bagian penting ini yang menandai berbagai perubahan mendasar, untuk melihat bagaimana kebudayaan baru menikmati kopi berimplikasi lebih jauh dari sekedar sebuah ruang kuliner. Lebih dari itu godaan perubahan budaya yang memudar juga berjalan beriring bersamanya. Sehingga ketika berbicara tentang kopi, tradisi dan budaya menjadi tidak lagi sesederhana menikmati secangkir kopi biasa. Dari sisi berbeda Eagleton menyoroiti postmodernisme sebagai upaya mewarisi kritik yang mengambil jarak atas modernism. Sedangkan dari *avant-garde*, mencoba memecahkan masalah kehidupan sosial budaya, menolak tradisi, dan sebagai oposisi “*high culture*”.

Begitupun dengan segelas kopi, juga menjadi bagian dari koreksi atas modernisme menjadi postmodernitas. Fragmentasi gaya hidup, keluaran produk teknologi informasi, konsumerisme beradu *vis a vis* dengan tradisi dan

spiritualitas. Utamanya dalam kaitan syariah. Pengalaman sosial dan persepsi kultural ‘minum kopi’ menjadi jauh lebih kompleks. Jika modern hanya sekedar perubahan penampakan fisik, sehingga seringkali menimbulkan benturan dengan tradisi dan kultur tradisional. Dalam postmodernitas perubahan gejala itu coba direduksi, bahkan hingga urusan fragmentasi gaya hidup, konsumersisme yang berlebihan, hingga penggalian kembali inspirasi-inspirasi tradisi menjadi kaji pembahasan. Termasuk interpretasi skeptis terhadap budaya di dalamnya. Ketika menikmati segelas kopi posmo, kita berharap tak akan keblablasan dalam menikmati kebudayaan baru, menikmati kopi.

Wajar jika muncul benturan lantaran kekuatiran perubahan tradisi dan kultur. Utamanya kalangan tua muda, kalangan tradisional-modern maupun yang lebih spesifik kalangan agamawan dan ‘abangan’ Geertz (meminjam istilah untuk merujuk kelompok yang menggunakan agama menjadi semacam ritual belaka).

Dalam tradisi minum kopi di Aceh, perempuan terpisah secara parsial dari ruang simbol maskulinitas, karena minum kopi identik dengan dunia kelelakian. Sementara perempuan mendominasi urusan domestik. Namun perubahan dramatis paska tsunami 2004, ketika kunjungan ribuan relawan yang membawa latar belakang budaya yang berwarna memberi nuansa baru. Lepas dari debat positif-negatif, warung kopi ketika itu menjadi ruang kerja, semacam kantor jalanan, rapat, *report* dan *raport* bisa

dilakukan bersamaan di ruang yang sama, siang-malam. Kebiasaan itu kemudian terbawa menjadi budaya permisif.

Meskipun seperti melawan kultur, ketika ‘aktifitas darurat’ dibutuhkan untuk kemaslahatan dalam kerangka Rehabilitasi dan Rekonstruksi paska bencana, maka menjadi sah pada awalnya. Maka gejala permisif itu menguat dan menjadi sebuah budaya baru. Bahwa perempuan dalam konteks belajar, bekerja ‘berhak’ mengisi ruang-ruang “maskulinitas” menjadi wilayahnya juga, termasuk di malam hari. Konon lagi ketika perkuliahan mengharuskan para peserta didiknya berkutat lebih dekat dengan fasilitas teknologi informasi seperti internet yang tak semua bisa dijangkau secara personal, maka warung kopi menjadi pilihan.

Redanya konflik yang berkepanjangan, juga menjadi stimulan munculnya geliat kongkow di warung kopi, sehingga tidak sekedar menikmati paska-panen di pinggir pematang sawah, namun juga kesempatan silaturahmi, bersosialisasi, bahkan menyembuhkan luka traumatik paska konflik. Sehingga ketika tradisi minum kopi diyakini juga menjadi bagian atau simbol dari kebebasan maka minum kopi menjadi gaya hidup tidak lagi sekedar kebutuhan. Konflik panjang telah menyita semua jenis kebebasan, termasuk menikmati secangkir kopi di malam hari, ketika jam malam meski tidak secara *de facto* diserukan tetapi setiap orang tak mau menjadi martir sia-sia hanya gara-gara peluru tak bermata.

Maka seperti sebuah mata pisau, bagaimana menikmati secangkir kopi sangat tergantung personalnya, dibutuhkan kehati-hatian karena ruang tradisinya masih dalam perdebatan yang melibatkan banyak kalangan dengan persepsi yang berbeda dalam menilai benar salahnya. Maka reduksi benturan dalam konteks perubahan dan fragmentasi gaya hidup, konsumersisme yang berlebihan, hingga penggalan kembali inspirasi-inspirasi tradisi menjadi sisi yang sensitif untuk diperhatikan dalam perubahan budaya menikmati kopi di kafe-kafe kosmopolitan kita.

Seiring waktu tradisi minum kopi mungkin tidak lagi sederhana, bukan sekedar tentang cita rasa, namun tentang bagaimana menerima tantangan perubahan budaya baru dalam menikmati kopi, agar tidak hanyut di dalamnya. Tentang bagaimana mereduksi perubahan budaya agar tidak mencederai tradisi, pilihan-pilihan kita bersyariah. Karena pada akhirnya warung kopi menjadi semacam “simbol” perubahan atas Aceh dengan segala konsekuensinya karena terbebasnya sekat-sekat pembatas yang menempatkan warung kopi dan budaya minum kopi berada dalam situasi transisi yang juga mencemaskan. Utamanya ketika minum kopi beralih fungsi dari sekedar menikmati kuliner menjadi simbol gaya hidup baru yang keblablasan.[hans-2018].

MENYEDUH CERITA KE DALAM SECANGKIR KOPI ACEH

Zuhra Sofyan

Penikmat Kopi Aceh

Aah... kopi. *Qahwah al-bunn*. Sejak pertama kali peternak di Ethiopia mengamati fenomena perilaku aneh ternak mereka yang tak sengaja mengkonsumsi biji ajaib ini, hingga akhirnya ia tersaji di tangan para penjaga Warkop Aceh yang sibuk membolak-balikkan saringan kopinya dari satu gelas ke gelas lain, Kopi, adalah satu dari sedikit jenis minuman yang menjadi favorit umat manusia, tanpa mengenal suku, ras, golongan, dan agama.

Ayo saya ajak anda untuk ikut ke warung kopi di Aceh, merasakan suasana dan seperti apa pada umumnya peristiwa yang terjadi jika ada beberapa orang berkumpul di warung kopi, melalui tulisan ini. Anda boleh menikmati sajian saya sambil mencecap kopi di ruangan anda sendiri, sambil duduk sendiri di warung kopi, atau menikmatinya tanpa secangkir kopi sekalipun. Mudah-mudahan aroma kopinya tetap terasa.

Ingatan saya yang paling awal tentang kopi adalah aroma yang muncul saat saya bangun pagi hari di desa di dataran tinggi Aceh tengah, tepatnya di desa Jagong Jeget. Masih segar dalam ingatan saat saya yang saat itu mungkin masih duduk di bangku sekolah kanak-kanak, menghirup aroma kopi disaat matahari belum terbit karena tertutup kabut tebal, yang bahkan bisa membuat saya yang masih meringkuk dalam selimut bangkit dari kenyamanan tidur diantara hawa pegunungan yang dingin, dan lalu bergegas menuju arah sumber harum di dapur yang masih dihangatkan dengan nyala api dari tungku kayu bakar. Memintakan segelas kopi panas untuk kemudian dijejalkan ke mulut untuk mendorong beberapa potong ubi goreng masuk ke dalam kerongkongan yang sensasi lezatnya juga tak kalah luar biasa.

Berbicara tentang kopi di dataran tinggi Gayo, selain sudah diberdayakan sejak begitu lama oleh para penduduk asli Gayo, juga tidak bisa tidak lepas dari campur tangan para transmigran yang hijrah kesana dan yang kemudian ikut membesarkan nama kopi Gayo ke seluruh Indonesia. Kebetulan, saat itu, saya kecil belum begitu peduli, mengiyakan saja saat diajak ikut bersama orangtua melakukan penelitian di daerah transmigrasi nun di puncak pegunungan Aceh Tengah sana, dimana pada masa itu waktu petang masih menjadi waktu yang berbahaya mengingat banyaknya harimau yang sering turun ke jalan warga. Yang penting bagi saya, daerah Jagong Jeget adalah tempat liburan paling asyik, sebagai tempat bermain diantara

lebatnya daun perkebunan kopi sambil menikmati dingin mata air yang masih murni, atau berpetualang memetik jeruk langsung dari pohonnya, walau dengan rasa asamnya yang terlalu itu. Kopi varietas apa yang saya minum, karakter kopinya, bagaimana cara raciknya, serta berbagai istilah pelik para peminat kopi garis keras belum masuk dalam pola pikir saya. Ketika dulu menanyakan terbuat dari apa minuman aneh berwarna hitam, pahit tapi manis ini, saya sempat berargumen dengan polosnya saat diceritakan bahwa ianya terbuat dari kopi abang. “Kopi Abang? Kalau begitu saya mau rasa kopi adik”. Yang disambut dengan kekehan orang-orang yang mendengar celoteh saya. Belakangan saya tahu, bahwa ternyata maksud kopi abang adalah sebutan para transmigran dari Jawa itu untuk kopi merah siap panen (abang = merah, bahasa jawa).

Dari situlah, keakraban saya dengan kopi mulai terbangun. Saya akui, seiring waktu, hubungan saya dengan kopi lebih ke seperti *love-hate relationship*. Ada waktu dimana saya mati-matian menolak untuk tunduk pada kopi, dengan alasan masalah pada lambung, tapi pada banyak kesempatan, kopi adalah sebuah kenikmatan tersendiri, atau seperti kata-kata si rusa Elliot di film animasi *Open Season*: “*It’s terrible and wonderful at the same time! It’s freedom in a cup!*”.

Bertahun-tahun kemudian, dari *trial and error* yang beberapa diantaranya sempat menyebabkan saya menghabiskan butir-butir penahan nyeri lambung, baru ternyata, jawaban

dari menikmati kopi adalah masalah varietas kopi itu sendiri. Beberapa racikan kopi yang terlalu asam, dapat dipastikan merangsang produksi asam lambung. Akan tetapi, dengan komposisi kopi Aceh yang pas, siapapun, bahkan saya dapat menikmati rasa nikmatnya tanpa terimbas efek sampingnya dengan aman.

Bincang mengenai kopi di Aceh, adalah sebuah keniscayaan. Bagi banyak anak kecil di Aceh, kopi adalah penanda diakui kejantannya oleh figur ayah. Setidaknya bagi saya pribadi dan orang-orang yang tumbuh disekitar saya. Seorang bocah akan terangkat derajatnya dan dianggap lelaki cukup dewasa oleh bapaknya, bukan saja jika ia telah disunat, atau jika sudah khatam baca Al Quran. Jauh sebelum itu, penanda awal ia sudah dianggap “besar” adalah saat ia diajak secara khusus ke warung kopi berdua dengan ayahnya. Entah walaupun itu hanya perasaan saya saja, tapi bagi saya, itu artinya ayah sudah menganggap saya cukup umur untuk bisa menemani beliau ngopi di tempat “orang-orang dewasa biasa menghabiskan waktu”. Sementara ia menikmati kopinya, dan saya boleh memesan nasi gurih dan kue apapun juga (tentu, dengan segelas kopi Aceh yang kental hitam. Kopi yang hanya bisa saya nikmati dengan menuangkan isinya sedikit demi sedikit ke dalam tatakan gelas agar tidak membakar lidah). Mungkin juga karena ayah yang sudah berani mengajak anaknya ke warung kopi sudah menganggap anaknya cukup besar untuk tidak mengganggu aktivitas orangtuanya selama di warung kopi, tanpa harus mendengar renekan minta segera pulang.

Besarnya budaya mengopi di Aceh baru saya sadari saat kembali dari perantauan. Saya yang sebelumnya acuh sama sekali mengenai peranan warung kopi bagi orang Aceh, akhirnya mengerti dahsyatnya kebutuhan akan pengetahuan luas mengenai perwarungan kopi di provinsi ujung Sumatra ini. Bayangkan. Saat membuat janji, hampir pasti yang pertama dilontarkan oleh rekan atau kolega saya adalah: “kita ketemu di warung kopi X”, “warung kopi Y”, “warung kopi Z”, dengan asumsi mereka, saya hafal di luar kepala satu-persatu letak tiap warung yang tersebar di seluruh Aceh ini. Tentu, saya yang sebelumnya terlalu lama merantau, perlu meng-*update* kembali pengetahuan saya akan posisi lokasi setiap warung kopi yang ada di tiap kota di Aceh ini, dengan rajin bertanya, dan rajin membuka *google maps*, karena hampir mustahil, mengingat rasa-rasanya, walaupun semisal saya menghabiskan waktu dalam setahunnya setiap hari mengunjungi lima kedai kopi di Banda Aceh, maka tetap saja waktu setahun itu akan habis sebelum saya berhasil menjalankan misi mulia bertandang ke seluruh kopi yang berada di wilayah Banda Aceh saja. Belum lagi akibat peminat ngopi yang tak kunjung sepi, setiap harinya ada saja setidaknya satu kedai kopi baru yang berdiri, yang kemunculannya persis seperti jamur di awal musim penghujan. Cepat dan banyak. Itu sebabnya, tak jarang dalam sehari, jika saya memiliki janji bertemu dengan beberapa orang, artinya saya akan menghabiskan hari dengan berpindah dari satu kedai kopi ke kedai kopi lainnya, dan tiba-tiba saja, saya menjadi penikmat kopi

reguler, yang bisa saja menghabiskan 2-3 cangkir kopi perhari.

Sebagai penikmat kopi, tentu cerita-cerita di belakang kopi (Aceh) bagi saya sangat menarik untuk dicatat, seperti contohnya kopi sanger. Awalnya saya sama sekali tak tahu asal-usul darimana datangnya kopi sanger ini. Yang saya tahu, perpaduan antara kopi dan susu kental manis ini cocok untuk pemula yang suka minuman manis, tapi juga ingin merasakan citarasa kopi Aceh. Ternyata, dari cerita yang lumayan sah, istilah sanger dipopulerkan dari sekitar kampus di Aceh, yang artinya kurang lebih “sama-sama ngerti”, merujuk pada upaya mahasiswa mendapatkan minuman yang murah, tapi sekaligus mengenyangkan dan “bergizi”. Menuruti keinginan mahasiswa tersebut, peracik kopi tentunya mengerti kebutuhan konsumen “kere” sejenis mahasiswa ini, dan mencampurkan separuh porsi kopi biasa dengan susu kental manis dan gula, dan mengencerkannya dengan lebih banyak lagi air, agar tercipta minuman kopi manis yang tidak memberatkan kantong mahasiswa. Walaupun tentu saja susu kental manis bukanlah sumber protein seperti halnya susu sapi asli, tapi bagi mahasiswa, tentu ngopi plus pseudo-“lima sempurna” dalam bentuk susu kental manis, sepertinya sudah mencukupi sebagai sarapan pagi yang bisa mengganjal perut hingga waktunya makan siang nanti. Mengetahui asal usul sanger inilah yang membuat saya hingga saat ini agak kurang ikhlas jika harus ngopi sanger di kafé berkelas di Aceh yang menawarkan minuman ini tapi dengan harga selangit. Rasa-

rasanya seperti menyalahi kodrat asal kenapa sanger ini muncul. Curiga saya, minuman ini sengaja dimasukkan dalam menu sebagai sekedar hiburan bagi kaum borjuis, yang sesekali ingin ikut mencicipi citarasa selera protelar. Persis perasaan saya seperti saat menemukan nasi kucing di hotel berbintang lima Yogyakarta, dengan harga setara tiga puluh buah nasi kucing yang biasa saya santap di angkringan pinggir jalan.

Lain halnya dengan sanger, satu lagi kopi khas Aceh yang saya sukai ceritanya adalah kopi khop. *Kopi khop* adalah kopi yang ditutup dengan piring alas gelas, dan lalu gelasnya dibalik. Cara meminumnya adalah dengan membuka tutupnya sedikit, membiarkan aliran kopi tumpah ke alas gelas yang lalu bisa diseruput, biasanya dengan menggunakan sedotan. Konon kabarnya, *kopi khop* alias kopi terbalik ini sengaja dibuat sebagai tribut terhadap *Meukutop* karena bentuknya yang terbalik dan sekilas menyerupai tutup kepala tradisional Aceh itu. Tapi versi yang paling masuk akal adalah bahwa sesungguhnya Kopi khop lahir di daerah Pesisir, dimana para nelayan memposisikan kopinya secara terbalik diatas alas gelas untuk menjaga agar kopinya tetap hangat dan tidak terkontaminasi debu ataupun pasir selama mereka melaut.

Cerita-cerita inilah yang biasanya mengisi sela-sela waktu mengopi di warung kopi di Aceh, selain tentunya berbagai topik yang seakan tak pernah habis, saat orang Aceh duduk bersama di warung kopi.

Tak heran, jika saat ini, mengopi di warung kopi Aceh telah menjadi sebuah identitas Aceh yang kental sekental hitamnya kopi Gayo. Bagaimana tidak, bahkan Teuku Umar, pahlawan Aceh paling terkenal pun, sebelum menyerang garnisun Belanda dengan percaya dirinya pernah berujar:

“Beungoh singoh Geutanyoe jep kuphie di keude Meulaboh atawa Ulon akan syahed” (Besok pagi kita akan minum kopi di kota Meulaboh, atau aku akan mati syahid).

Nah!

TRANSFORMASI WARUNG KOPI

Ichsan Maulana

alumni Universitas Syiah Kuala Jurusan Ekonomi
Pembangunan

Dalam realitas, warung kopi atau dalam bahasa Aceh disebut dengan *keudee kupa* adalah entitas yang unik, sekaligus menarik. Eksistensinya melegenda, dari dulu hingga sekarang. Dari zaman *endatu* (leluhur) sampai eranya generasi baru, dari kopi hitam *tok* hingga berinovasi dengan kopi sangernya, yang aduhai *lemak mabok* rasanya. Nyatanya, warung kopi di Aceh tetap *survive* di tengah derasnya arus globalisasi dengan tsunami modernitasnya yang siap menggerus apapun, bilamana tak kuat untuk bertahan.

Jika ada satu hal yang paling berharga dari ragam kebudayaan di tanah Serambi Mekkah, maka budaya minum kopi merupakan kekayaan budaya yang memiliki esensi tinggi. Sayangnya, dalam konstelasi sejarah kita, tidak ada satu pegangan yang pasti kapan awal mula budaya minum kopi di Aceh itu muncul. Jikapun ada, masih mengundang perdebatan di berbagai kalangan. Kiranya, kekurangan ini menjadi pekerjaan rumah bagi kita semua agar lebih menggali kembali sejarah asal muasal budaya minum kopi.

Bagi orang awam, kebiasaan minum kopi acapkali diasosiasikan sebatas ritual semata. Padahal, jika ditelaah lebih dalam, kebiasaan *ngopi* di warung kopi mengandung esensi yang luas maknanya. Jika dirunut lebih lanjut, hal ini merupakan sumbu kekayaan budaya Aceh yang tak akan habis ditimba.

Masyarakat Aceh dan warung kopi, laksana dua sisi mata uang yang saling melengkapi. Kultur kebudayaan Aceh banyak sekali yang terkonstruksikan melalui peranan warung kopi. Sifat dan karakter orang Aceh yang ramah, mudah bergaul, suka berkumpul, juga gampang menjalin silaturahmi, membutuhkan sebuah ruang untuk berekspresi. Sehingga, tak heran bilamana warung kopi dijadikan media untuk ragam aktifitas.

Dari sisi sosio-kultural, *keude kopi* tak ubahnya laboratorium masyarakat Aceh. Keberadaan warung kopi sebagai ruang publik mampu merekam atau menggambarkan bagaimana karakter masyarakat Aceh itu sendiri. Dari warung kopi kita dapat mengetahui berbagai macam watak orang Aceh, karena ketika sudah berada di warung kopi, umumnya akan tampak bagaimana kepribadian seseorang. Ada yang pembual, pemalas, ada yang serius, ada yang heboh dan lain sebagainya. Semuanya akan tampak. Ini dikarenakan keberadaan warung kopi yang tidak mengekang. Semua aktifitas berjalan semestinya, apa adanya. Dalam artian, masing-masing individu bebas menentukan sikap dalam beraktifitas ketika berada di warung kopi, selama tidak

melanggar dengan norma adat istiadat yang berlaku. Maksudnya, bebas dengan batasan tanpa harus dituliskan peraturan. Sebagai contoh, seseorang bisa hanya duduk tenang murni menikmati kopi. Atau memilih melakukan diskusi bersama rekan ngopi lainnya. Jadi, keberadaan *keudee kopi* di Aceh tidak hanya sebatas tempat rehat saja, akan tetapi multifungsi.

Proses Transformasi

Menurut hemat penulis, pasca tsunami, keberadaan warung kopi mengalami transformasi, baik dari sisi tampilan fisik, menu hidangan, bahkan esensi warung kopi itu sendiri. Dari sisi tampilan fisik, dewasa ini kita dengan mudah akan mendapatkan bangunan warung kopi yang berarsitektur moderen. Jika sebelum tsunami warung kopi dominan dengan kontruksi bangunan sederhana, di kampung-kampung umumnya berlantaikan semen, toko kayu, atau semi-permanen, kini sudah berubah dengan bangunan permanen. Meski tak semuanya, tetapi fenomena ini sudah terlihat. Sedangkan di kota-kota, transformasi warung kopi nampak lebih kentara. Dari sisi fisik, bangunan warung kopi dominan berarsitektur moderen, umumnya minimalis plus sentuhan ornamen-ornamen lainnya semisal pemakaian *wallpaper*, hiasan dinding berupa lukisan dan sebagainya. Dari sisi menu hidangan juga sama, mengalami transformasi. Baik warkop yang berada di kampung maupun di kota-kota besar. Adanya perpaduan antara makanan tradisonal dengan makanan modern. Contoh, *pulot*,

timphan dengan kue bolu, kacang rebus dengan roti selai. Bahkan kopi sendiri juga bervariasi, tidak lagi terbatas pada pilihan *kopi hitam*, akan tetapi lahir kopi dalam varian baru, kopi sanger merupakan salah satu contoh daripada bentuk transformasi inovasi kopi Aceh yang paling fenomenal. Bahkan, kepopuleran kopi sanger menjadi buah bibir baik di kancan nasional maupun internasional. Tentunya hal ini tidak terlepas dari pada peranan media serta turis yang berkunjung ke Aceh.

Untuk konteks kekinian, kenyataannya warung kopi di Aceh mampu memberikan peranan penting untuk kemajuan Aceh. Warung kopi sekarang berbeda dengan dulu. Maksudnya, dalam kacamata positif, transformasi warung kopi berhasil berkontribusi banyak dari berbagai sektor. Dari sektor ekonomi, warung kopi menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi pemerintahan, menjamurnya warung kopi di Aceh bak cendawan di musim hujan sedikit banyak membuka lapangan perkerjaan baru, penyerapan tenaga kerja, mengurangi pengangguran. Dalam hal edukasi, warung kopi menjadi sarana untuk belajar, apalagi hampir kebanyakan warung kopi saat ini memberikan fasilitas berupa akses Wi-fi. Adanyanya wi-fi, berdampak nyata terhadap akses informasi bagi masyarakat untuk belajar banyak hal, dan tidak sebatas lokal, tetapi global. Masyarakat Aceh bisa mengikuti perkembangan dari berbagai belahan dunia melalui koneksi internet. Ini sesuatu yang sangat mendongkrak sisi edukasi masyarakat. Bagi pemilik usaha warung kopi yang laris, umumnya mereka

masuk dalam jajaran kelas menengah ke atas. Dari sektor pariwisata, warung kopi menjadi *landmark* Aceh yang khas, Aceh selain dikenal dengan sebutan ‘daerah 1001 menara; mesjid’, juga dikenal dengan ‘daerah 1001 warung kopi’. Ini menjadi *branding promotion* tersendiri bagi pariwisata Aceh melalui keberadaan warung kopi untuk mendongkrak minat para wisatawan untuk bertandang ke Aceh; Serambi Kopi. Dan masih banyak kontribusi positif lainnya daripada keberadaan warung kopi di Aceh.

Transformasi yang telah berlangsung pasca tsunami hingga sekarang mampu memberikan sesuatu yang positif untuk mendongkrak kontribusi dari keberadaan warung kopi di Aceh. Dengan itu, esensi warung kopi menjadi lebih bernilai. Esensi warung kopi dengan muatan nilai-nilai positif seharusnya mampu memperbaiki *image* warung kopi itu sendiri untuk menjaga eksistensi juga reputasinya. Yang pada akhirnya bermuara kepada citra warung kopi yang lebih baik. Dengan demikian, eksistensi warung kopi tidak hanya sebatas kekayaan budaya Aceh, akan tetapi lebih dari itu.

Degradasi Esensi

Proses transformasi warung kopi pada kenyataannya tidak hanya berdampak positif, akan tetapi juga dibarengi dengan hal-hal yang bermuatan negatif. Pasca tsunami, keberadaan warung kopi memberi kontribusi bagi degradasi esensi nilai yang amat kentara. Fakta dilapangan yang saban

waktu dapat kita lihat serta rasakan sebagai berikut. Dalam hal pemilihan warung kopi memunculkan gap-gap dan kelas sosial. Masyarakat kelas elit cenderung memilih warung kopi yang elit pula. Sedangkan masyarakat yang ekonominya lemah, memilih warung kopi yang terjangkau dan biasa saja. Ada semacam disparitas kelas sosial, jelas ini masalah. Belum lagi ada yang menjadikan warung kopi sebagai tempat untuk berjudi; *game online*, sebab adanya akses wi-fi gratis, atau taruhan bola, dan lain-lain. Tidak cukup disitu, ada satu fenomena baru pasca tsunami yang paling mencolok dari eksistensi warung kopi di Aceh, yaitu perempuan sudah bisa dan biasa *nongkrong* di warung kopi. Khusus fenomena ini, tentunya masih *debatable* di berbagai kalangan. Ada yang beranggapan ini sebuah kemajuan, pun ada pula yang menganggap fenomenan ini sebagai titik paling tampak daripada degradasi esensi warung kopi bilamana dikomparasikan dengan sosio kultural perempuan Aceh terhadap interaksi mereka dengan warung kopi. Sebab, dahulu, perempuan ke warung kopi dianggap tabu. Terkait masalah ini penulis melihatnya dari kedua sisi tanpa bermaksud memaksakan atau berpihak kepada salah satunya. Potret di atas menggambarkan kepada kita bahwa memang degradasi esensi warung kopi benar adanya. Dari segala sisi tanpa terkecuali. Warung kopi tidak hanya berkontribusi positif, akan tetapi juga memberikan dampak yang tidak baik bagi Aceh, terlebih kepada masyarakat.

Kesimpulan

Dari rentetan persoalan mengenai keberadaan warung kopi di Aceh kiranya perlu perhatian serius daripada semua pihak. Warung kopi bukan hanya sebatas tempat rehat, namun lebih dari itu. Jadi, bila esensi warung kopi lebih banyak berdampak buruk terhadap tatanan masyarakat, dan semua kita memilih abai, maka jangan heran bila akan memunculkan persoalan baru di kemudian hari yang bersumber dari keberadaan serta eksistensi warung kopi. Ini bom waktu dalam dimensi lain, daya ledaknya berbahaya dan tak disangka-sangka. Untuk itu, transformasi warung kopi yang telah berhasil, sebaiknya oleh masyarakat kita lebih memaknai, mewarnai, serta mengisi esensi warung kopi dengan nilai-nilai yang positif. Sebab, tanpa itu semua akan memperburuk citra warung kopi. Ingat, antara masyarakat Aceh dan warung kopi adalah dua sisi mata uang yang saling mengisi untuk sebuah nilai.

Hanya dengan masyarakat yang pahamlah mampu memperbaiki esensi warung kopi itu sendiri, butuh sebuah pemahaman yang baik dan benar guna mengejawantahkan keberadaan warung kopi di Aceh. Sebab, baik buruknya warung kopi tergantung kepada masyarakatnya sendiri. Bila esensi warung kopi gagal dipahami dengan baik, maka akan berdampak luas. Jika hal ini terjadi, kita khawatir, hanya karena warung kopi yang esensinya salah diartikan, menyebabkan rusaknya tatanan kehidupan masyarakat pada banyak hal dalam kehidupan sehari-hari. Yang pada

akhirnya (boleh jadi) juga ikut memperkeruh peradaban Aceh di masa yang akan datang. *Homhai!*

DARI MEJA KE MEJA: Sebuah Esai tentang Warung Kopi

Muhammad Alkaf

Bahkan, Teuku Umar-pun sekalipun menjadikan warung kopi sebagai simbol kemenangan perang. Kata-kata legendaris-nya yang terpahat di monumen pengingatnya di Kota Meulaboh saya kutip dengan utuh berikut ini: *Beungoh Singoh Geutanjoe Jep Kupi di Keude Meulaboh atawa Ulon akan Syahid.*

Sebegitu pentingnya warung kopi sampai-sampai konsensus-konsensus politik juga dibangun dari sana.

Sekitar akhir 2005, bertempat di Solong Uleekareng, bertemu lah dua faksi yang beberapa tahun sebelumnya berperang; GAM dan RI. Saya kebetulan berada di tempat tersebut dan melihat, bagaimana Irwandi Yusuf, sebelum menjadi gubernur, mondar-mandir dari belakang ke depan untuk membawa pesan Usman Lampoh Awe kepada Djali Yusuf yang duduk di bagian depan warung tersebut.

Di Solong pula, kemudian ketegangan Pemilu 2006 diredakan. Dengan menjadi *headline* di Harian Serambi Indonesia, foto Irwandi dan Humam Hamid-pun bercengkrama dengan akrab, tentu dengan masing-

masing segelas kopi di depan mereka, seakan-akan seperti menunjukkan tidak pernah terjadi apapun sebelumnya.

Warung Kopi di Aceh memang merupakan arena yang paling mampu menjelaskan betapa persinggungan antar elite memerlukan sebuah ruang publik yang tepat, untuk melakukan negoisasi bahkan lobi sekalipun. Bahkan dalam beberapa hal yang lain, warung kopi menjadi tempat dimana segalanya dapat dibahas tanpa ada batasan apapun.

Fenomena Warung Kopi itulah yang kemudian berkesan bagi Yudi Latif, penulis buku tema-tema kebangsaan, ketika berkunjung ke Aceh beberapa tahun yang lalu. Baginya, warung kopi di Aceh seperti cafe-cafe di Eropa abad ke-19 yang menjadi ruang publik yang penting bagi masyarakat di sana.

Keberadaan warung kopi dewasa ini yang semakin menjamur akhir-akhir ini sebenarnya dipengaruhi oleh terbukanya Aceh melalui proyek rehabilitasi dan konstruksi tsunami dan reintegrasi politik pasca MoU Helsinki. Kedua proses tersebut memungkinkan Aceh kemudian kembali berjumpa dengan dunia di luarnya, dan warung kopi kemudian memainkan perannya secara baik.

Ketika Aceh didatangi banyak manusia dari seluruh penjuru dunia, maka yang ada di pikiran para pekerja itu adalah, selain mesjid Raya Baiturahman, adalah warung kopi. Solong Uleekareng, yang saat itu menggema sekali namanya, pernah menjadi tempat bertemunya setiap

orang yang akan datang ke Aceh, sekali-pun mereka belum pernah ke Aceh ‘ Nanti kita ketemu di Solong ya’ sambil melambai tangan sebelum menaiki pesawat.

Saya sendiri peminum kopi, di berbagai warung kopi terutama di Banda. Tidak tahu kapan awalnya mengenal warung kopi, selain dari beberapa kenangan yang selalu mengendap seperti berikut ini.

Kami sekeluarga biasa memanggilnya Bang Agam, anak laki-laki pertama di keluarga ibu saya. Saya teringat, ketika masih belum bersekolah, dia sering menjemput saya dari rumah di Banda Aceh untuk dibawa pulang ke kampung, Montasiek, Aceh Besar.

Yang paling saya ingat dari peristiwa, yang tentu sudah berlangsung lebih dari 25 tahun yang lalu, adalah kendaraan yang dinaikinya; Honda Super Cup 800 berwarna hitam. Karena saya masih sangat kecil, maka duduk di depan dan ikut memegang stang.

Perjalanan itu bagi anak kecil seusia saya saat itu tentu sangat mengasyikkan. Saya selalu saja teringat, jalan provinsi Banda Aceh-Medan saat itu masih sangat lapang, karena belum penuh dengan pemukiman baru akibat dari pelebaran Krueng Aceh. Kanan kirinya adalah hamparan sawah yang menyajikan pemandangan indah dari kaki gunung Seulawah.

Sesampai di Montasiek, kami tidak langsung ke Tibangfui Mesjid, kampung Nenek dari Ibu saya. Melainkan terlebih dahulu singgah ke warung kopi Siang-Malam. Sebuah warung kopi tepat di depan Pasar Cot Goh.

Warung kopi Siang-Malam terbuat dari bahan kayu dan berbentuk panggung. Disitu saya lihat Bang Agam memesan kopi, dan saya tentu saja meminum sirup merah dingin. Masih lekat dalam ingatan ini, dinding warung kopi tersebut dipenuhi dengan poster sepak-bola dari Piala Dunia, entah itu tahun 1978 atau 1982, saya tidak begitu ingat detail. Dan kabar baiknya, warung kopi Siang-Malam masih tegak berdiri hingga hari ini.

Ingatan berikutnya adalah warung kopi Cut Li. Terletak tepat di depan Rumah Sakit Umum Zainal Abidin. Karena strategis dan memiliki area yang luas, warung itu menjadi tempat ‘tongkrongan’ favorit laki-laki dewasa kala itu. Mahasiswa, dan juga pekerja, yang juga tinggal mengontrak rumah di lingkungan ku, yang memang tidak jauh dari warung Cut Li, juga memilih tempat itu untuk menghabiskan rasa penat dan lelah setelah beraktiftas.

Untuk warung tersebut, ingatan ku yang paling berbekas adalah pada satu malam di tahun 1996, bersama teman-teman sepermainan, tiba-tiba berubah menjadi laki-laki dewasa. Kami dengan gagahnya mendatangi warung Cut Li, hanya untuk menonton final Piala FA, antara MU vs Liverpool, langsung dari Wembley Stadium! Saat itulah saya mengetahui betapa ektase-nya menonton bola di warung

kopi: berteriak, bersorak dan memukul meja sekuat-kuatnya. Hal yang saya pelajari setelah melihat Cantona mencetak gol dari luar kotak penalti, yang kemudian membawa MU juara piala FA saat itu.

Dan kabar buruknya, warung itu telah punah. Pemiliknya telah pindah ke Makasar dan bangunannya pun kini lenyap. Berganti Ruko yang kokoh berdiri dengan sangar.

Sekarang tentu, sebagaimana yang telah saya singgung di awal tulisan ini, warung kopi yang kini sering saya kunjungi adalah yang 'bermazhab' Solong. Dalam artian, warung kopi di seputaran Banda Aceh yang memiliki kaitan dengan Solong Ulee Kareng, entah itu melalui bubuk kopinya, racikannya atau juga pernah bekerja di sana.

Bersama teman-teman, Pak Tar, Syukurdi, Musyu dan dulunya juga Asnawi Muhammad Salam, yang wafat pada peristiwa Tsunami yang lalu, kami melihat tidak hal yang berubah dari setiap warung kopi yang kami datangi. *Dia-*nya selalu menjadi tempat yang menawarkan kenyamanan, kesetaraan dan keterbukaan bagi siapa-pun. Bahkan tidak *melulu* untuk laki-laki.

Oleh karena itu, tidak berlebihan kalau saya mengatakan bahwa warung kopi adalah salah satu cara untuk memahami wajah Aceh.

WARUNG KOPI: MASYARAKAT HOMOGEN DAN RASIONALITAS PEMILIH

Rizkika Lhena Darwin

Dosen Ilmu Politik FISIP UIN Ar Raniry dan Manajer
Survei The Aceh Institute

Tulisan ini ingin melihat pengaruh kehadiran warung kopi sebagai ruang publik terhadap rasionalitas masyarakat pemilih dalam konteks demokrasi elektoral. Konsep ruang publik yang dipopulerkan oleh Habermas, dimana ruang publik digambarkan sebagai wadah memfasilitasi jumlah interaksi yang mempengaruhi rasionalitas masyarakat, sekalipun pada masyarakat heterogen. Habermas tidak memprediksi bagaimana logika rasional bermanifestasi dalam kondisi masyarakat homogen. Sehingga argumentasi penulis melihat bahwa dalam masyarakat homogen akan melakukan penolakan kepada perbedaan secara vulgar, namun masih memberikan ruang negosiasi bila hanya sekedar wacana dalam pemilihan.

Maksudnya, bila ada kandidat non muslim mencalonkan diri, maka ia akan mendapatkan penolakan dari masyarakat Aceh. Berbeda halnya dengan isu non-muslim atau jika etnis Tiongkok menyerang salah satu kandidat. Bahkan ketika simbol agama dimainkan dengan komposisi kandidat adalah

muslim, itu bukan sesuatu hal yang sangat mempengaruhi rasionalitas pemilih. Pada masyarakat homogen, intervensi agama dan budaya mempengaruhi sebagian sisi fenomena politik yang berlangsung. Pilkada Aceh 2017 menjelaskan bagaimana “*hybrid*” demokrasi (demokrasi ala Aceh) pada ruang publik terutama dengan kehadiran warung kopi.

Konsep ruang publik sangat melekat dengan Habermas. Ia melihat ruang publik yang menekankan kepada kemandirian berpikir setiap masyarakat tanpa ketergantungan dengan status ekonomi dan politik. Baik dalam menguji legitimasi kebijakan maupun pelibatan masyarakat untuk melihat baik buruk elit yang akan merepresentasikan dirinya. Sehingga ia menganggap bahwa narasi wacana di warung kopi akan mendorong kematangan demokrasi.

Habermas dan Konsep Ruang Publik

Konsep ruang publik yang digambarkan oleh Habermas hadir ketika melihat fenomena pergeseran relasi borjuis dan masyarakat umum di Eropa pada abad ke-18. Dimana pada awalnya ruang publik hanya dapat diakses oleh kelompok tertentu. Bahkan kebijakan negara juga diatur secara eksklusif dan tertutup. Kehadiran ruang publik sebagai arena yang bersifat otonom memberi kesempatan luas bagi masyarakat untuk mengakses segala informasi melalui komunikasi interaktif di arena tersebut. Otonom ini mengandung dua hal, yaitu partisipasi di satu sisi bersifat

sukarela dan mereka relatif tidak bergantung pada sistem ekonomi dan politik negara (Finlayson; 2005).

Partisipasi yang didasarkan pada tujuan bersama dengan mengesampingkan keuntungan individu dan kepentingan pribadi. Lebih dalam lagi, mereka membentuk konsepsi tentang kebaikan bersama tanpa dipengaruhi oleh perbedaan budaya dan status sosial tertentu. Dengan independensi tersebut, wacana publik yang lahir dari arena ini dapat menguji legitimasi dan mempengaruhi kebijakan yang dibuat oleh negara. Maka gambaran ruang publik oleh Habermas menitikberatkan pada diskusi rasional dalam mengedepankan kebenaran dan kebaikan bersama, baik gagasan, keterbukaan, inklusivitas, kesetaraan dan kebebasan tidak tercela.

Walaupun konsep yang ditawarkan oleh Habermas itu menuai banyak kritik. Karena rasionalitas dan independensi tidak dapat dilihat menjadi suatu hal yang tunggal. Terlebih lagi dalam melihat realitas politik yang sangat kompleks. Bahkan salah satu tulisan dari Finlayson (2005) mengemukakan dengan detil bahwa rasionalitas itu sangat dipengaruhi oleh kapitalisme—bekerja melalui perusahaan media dengan melakukan framing wacana. Konteks Aceh menjadi berbeda, karena selain framing media, terdapat intervensi agama dan budaya mayoritas terhadap minoritas dalam konteks masyarakat homogen. Bentuk masyarakat tersebut yang menyebabkan kritik teraplikasi dalam tindakan *silent majority society* ketika pemilu.

Melihat beberapa kontradiksi di atas, menarik melihat warung kopi sebagai ruang publik. Ruang publik yang menghasilkan interaksi bersifat rasional dan independen serta terdapat konsekuensi dari intensitas interaksi. Konsep ideal ala Habermas tentang warung kopi dan ruang publik menarik untuk menganalisa lebih dalam terkait konsep rasionalitas masyarakat sebagai pemilih di Aceh. Terutama bagi Aceh yang terkenal dengan “seribu satu warung kopi”. Bagaimana kesempurnaan konsep tersebut seyogyanya dapat mendorong pemilih primordial dan tradisional ke arah masyarakat rasional.

Modal Baru: Budaya Ngopi dan Pergeseran Fungsi Sosial Warung Kopi

1 Oktober menjadi hari kopi internasional. Seremonial yang menegaskan bahwa ia menjadi budaya global karena dijadikan budaya oleh hampir mayoritas masyarakat di dunia. Kelahiran warung kopi yang semakin menjamur di berbagai negara membuat “ngopi” bukan saja rutinitas namun juga gaya hidup, dengan spesifikasi warung kopi yang berbeda-beda, termasuk Indonesia pada umumnya dan Aceh pada khususnya.

Warung kopi dan aktivitas ngopi bukan budaya baru bagi masyarakat Aceh. Beberapa sumber menyebutkan historis yang berbeda terkait lahirnya budaya ngopi di Aceh. Beberapa sumber menyebutkan ngopi merupakan budaya Turki dengan melihat posisi mayoritas warung kopi di Aceh

yang pada umumnya terletak di dekat mesjid. Potret yang mirip dengan kebiasaan warung kopi di Turki. Sumber lain menyatakan bahwa Aceh masa penjajahan Belanda mengenal warung kopi karena pengaruh budaya Belanda. Sehingga bibit kopi di bawa oleh Belanda untuk di tanam di Aceh.

Warung kopi di Aceh menjadi arena yang tidak hanya membahas politik, namun juga ekonomi dan kehidupan sehari-hari, seperti jual beli ternak, jual beli tanah, budaya dan lain-lain. Wacana publik yang berputar di warung kopi sangat liar dan beragam melewati ruang batas spesifikasi isu tertentu tertentu.

Memasuki pasca konflik dan tsunami menyebabkan perubahan sosial termasuk nilai-nilai, sikap-sikap dan pola-pola perilaku yang sangat mencolok bagi masyarakat Aceh. Sebelum tsunami, warung kopi identik tersedia untuk laki-laki dewasa. Pasca tsunami, membuka lebar ruang interaksi budaya masyarakat global dengan Aceh. Pengaruh yang paling tampak ialah terbukanya ruang bagi masyarakat mengakses warung kopi, baik itu perempuan, pemuda-pemudi, tanpa mengenal jenis kelamin dan usia. Melihat beragam klasifikasi peminat warung kopi, maka sistem pasar menyediakan beragam fasilitas di warung kopi, dari warung kopi ala tradisional (tanpa *wi-fi*), warung kopi dengan *wi-fi* sampai dengan desain tempat yang sangat moderen klasik atau minimalis.

Ketersediaan fasilitas itu menyebabkan variasi aktivitas yang dilakukan, mulai dari proses negosiasi, diskusi (awalnya diskusi ilmiah hanya terdapat di ruang tertentu seperti kampus dan sejenisnya, saat ini beralih ke warung kopi), bekerja dan belajar, hingga fenomena fotografer dan selebgram. Elemen-elemen penting yang berada di ruang publik adalah pers, parlemen, LSM, politisi, ormas dan elemen-elemen yang dapat menciptakan diskursus sosial. Walaupun salah satu tulisan tentang “Aceh: sejarah, budaya dan tradisi” mengulas bahwa jumlah warung kopi melebihi jumlah toko buku di Aceh – seiring dengan menurunnya peminat toko buku (Amirul Hadi, 2010). Ia menilik lebih detil bagaimana kaitannya tingkat kesadaran ilmiah di Aceh yang semakin menurun padahal memiliki perkembangan warung kopi (sebagai ruang publik) yang sangat pesat.

Namun pergeseran fungsi sosial warung kopi membuatnya memiliki nilai utilitas dalam proses demokrasi elektoral. Karena warung kopi dijadikan sebagai sarana kampanye konvensional di Aceh, selain dayah dan meunasah (Darwin, 2015; 2017). Dalam kacamata pemasaran politik, warung kopi menyediakan variasi segmen pemilih yang cukup sempurna, terutama karena perubahan sosial pasca konflik dan tsunami. Sehingga politisi dan tim sukses kandidat menggunakan warung kopi sebagai sarana kampanye. Di warung kopi pula masyarakat pemilih berinteraksi dan berdiskusi tentang kriteria dan kapabilitas calon wakil rakyat.

Melihat utilitas warung kopi, kekhawatiran Habermas bahwa terdapat otoritas politik dan sosial melalui tindakan manipulatif wacana untuk kepentingan pemilu, biasanya dilakukan oleh kandidat, tim pemenangan maupun partai politik menggunakan media atau secara langsung. Sehingga produksi wacana populer maupun tidak populer (manipulatif) berhasil mendorong kehendak yang bermanifestasi melalui perilaku pemilih (Habermas; 1993). Warung kopi menjadi modal baru, dimana ruang publik yang dapat mendorong terwujudnya demokrasi substantif. Melalui pergeseran pemilih tradisional ke pemilih rasional. Kesempurnaannya sebagai ruang publik karena memfasilitasi proses interaksi dan komunikasi dengan sempurna.

Potret Pilkada Aceh 2012, beberapa pihak mencoba memainkan isu etnis dan agama. Isu yang tidak begitu laku (lagi) dalam masyarakat Aceh. Begitu pula pada Pilkada 2012, dimana isu etnis (bangsa Aceh versus Jawa) yang diperlihatkan melalui tragedi kekerasan yang dialami etnis Jawa di Aceh. Isu itu bermain dalam narasi konflik GAM versus Pemerintah Indonesia, bukan konflik antar etnis seperti layaknya di Ambon. Dimana masyarakat Aceh memiliki kesadaran akan pengalaman masa lalu (konflik RI vs GAM) lebih dominan, sehingga diskriminasi atas nama bangsa Aceh dianggap terselamatkan oleh isu penyelamatan perdamaian.

Begitu pula Pilkada 2017 kemarin memperlihatkan bahwa isu sara, etnis dan agama tidak memenuhi ruang wacana

dominan. Walaupun Aceh menjadi salah satu daerah yang dianggap berpotensi terjadinya diskriminasi ras dan etnis serta gangguan pilkada selain Papua dan DKI Jakarta. Berbeda dengan daerah lain yang melaksanakan Pilkada serentak 2017, termasuk DKI Jakarta. Isu agama dan etnis meningkat tajam karena keberhasilan *framing* wacana yang dilakukan oleh media, padahal kondisi masyarakat tersebut heterogen. Sedangkan Aceh memiliki konteks masyarakat homogen, yaitu Islam mencapai 98,80 % dan suku Aceh mencapai 70,65%.

Di Aceh pada Pilkada 2017, muncul juga isu yang terbentuk paska pembakaran gereja, demo sekelompok orang yang mengatasnamakan Aswaja (*Ahlus Sunnah wal Jamaah*) dan simbol-simbol bernuansa Islam yang digunakan oleh kandidat. Dalam kampanye, beberapa elit juga coba menggiring isu agama (Aswaja) dan etnis (dengan sebutan: Bangsa Aceh) secara dominan. Namun wacana tersebut tidak menjadi faktor determinan yang menyebabkan kemenangan, malah sebaliknya mengalami kekalahan. Menurut keterangan salah satu ormas Islam di Aceh “selama kandidat yang menggunakan wacana anti syariah sudah pasti tidak terpilih dan akan mendapat penolakan dari masyarakat, terutama ormas Islam” (Wawancara, Zkr, Banda Aceh, 27 Juli 2017). Ditambahkan lagi bahwa “hampir mayoritas masyarakat memilih karena program kebijakan publik dan kesejahteraan yang ditawarkan dibandingkan isu agama dan etnis” (wawancara, Mrn, 28 Juli 2017).

Dua potret periode pemilihan kepada daerah di Aceh memperlihatkan rasionalitas masyarakat terhadap pilihan politiknya. Selama proses pilkada berlangsung, warung kopi di Aceh menjadi tempat mendiskusikan berbagai hal seputaran isu pilkada, mulai dari visi misi kandidat, pola kampanye dan isu dominan pada kampanye. Pemberitaan media massa juga menjadi pembahasan masyarakat mengisi warung kopi dari pagi hingga malam. Surat kabar halaman depan menyangkut pilkada menjadi topik pembahasan utama. Bahkan acara nonton debat kandidat juga dilakukan di warung kopi, sehingga selesai debat berlanjut pembahasan di meja kopi. Contohnya rasionalitas masyarakat Aceh menghadang percikan rasisme yang ditularkan secara nasional pasca isu penistaan agama yang dilakukan Ahok. Namun ketika isu Irwandi Yusuf yang didukung oleh PDI-P dikaitkan dengan isu rasis, PKI sama dengan Cina dan lain-lain oleh lawan politik. Isu tersebut menjadi perbincangan di warung kopi dan narasi JKA (Jaminan Kesehatan Aceh) lebih memenuhi potret tentang Irwandi Yusuf, bukan wacana Irwandi, PDI-P, Cina dan komunis.

Penjelasan di atas menegaskan bahwa masyarakat Aceh tidak akan terpengaruh dengan isu etnis dan agama, bahkan penggunaan simbol agama dalam pemilihan. Namun bagaimana bila ada personal yang mencalonkan diri adalah dari non Islam atau non etnis mayoritas? Tentu akan sangat berbeda bila kandidat yang mencalonkan diri adalah dari non muslim atau calon kepala daerah dari non

muslim (kecuali pada posisi wakil kepala daerah). Respon yang sangat mencolok pada kandidat non Muslim. Contoh detilnya adalah penolakan terhadap calon kepala Desa Gampong Peunayong pada tahun 2017.

Dampak signifikan akan dapat dilihat bila ada kandidat yang maju dari etnis atau agama yang berbeda dari etnis dan agama mayoritas masyarakat Aceh, terlepas dari terpilih atau tidaknya mereka. Minimal mereka tidak mendapat penolakan dan diberi peluang untuk menjadi kandidat adalah bentuk rasionalitas masyarakat. Perlu penelitian lebih lanjut atas penerimaan wacana calon kepala daerah dari agama minoritas di Aceh. Walaupun secara regulasi tidak ada pelarangan mereka mengajukan diri sebagai kandidat. Hal itu terbukti dari persyaratan administrasi dan tes uji baca Al Quran yang diperuntukkan hanya bagi politisi yang beragama Islam.

Kontradiksi di atas memperlihatkan bahwa warung kopi menjelaskan dua hal. Di satu sisi sebagai wadah penetrasi meredam isu ras atau agama dalam konteks pemilihan. Bisa dikatakan rasionalitas masyarakat dengan menekankan penilaian pada kebijakan kesejahteraan dalam perbincangan di warung kopi merupakan wujud maksimalisasi fungsi sosial dari warung kopi. Di sisi lain, rasionalitas murni tidak terwujud dengan melihat penolakan mereka atas kandidat dari agama dan etnis minoritas. Maka analisa ini dapat menyebut bahwa Aceh berada pada *hybrid* demokrasi atau demokrasi ala Aceh.

Masyarakat Homogen: Pergelutan antara Rasionalitas atau Common Sense

Kompleksitas fungsi sosial bagi penikmat warung kopi di Aceh seyogyanya dapat berdampak pada terbentuknya masyarakat yang kritis. Seperti yang dikatakan oleh Habermas bahwa dengan tingkat pengetahuan dan kapasitas kritis di ruang publik akan membantu menemukan apa yang bisa menjadi standar kebenaran dan rasionalitas untuk kepentingan umum.

Konsep Habermas tentang ruang publik, rasionalitas dan demokrasi tidak tepat menggambarkan dialektika wacana dan rasionalitas masyarakat di Aceh. Karena Habermas tidak sampai melihat bahwa konstruksi rasionalitas dan wacana dominan dapat dipengaruhi oleh intervensi lembaga atau komunitas dan budaya dan agama. Seperti yang diungkapkan oleh Finlayson (1995) tentang *the decline of public sphere*, bahwa transformasi struktur memetakan disintegrasi dan penurunan kualitas demokrasi di ranah publik. Opini publik yang memiliki fungsi kritis kehilangan otonomi bersama meningkatnya kapitalisme perusahaan media membentuk wacana publik yang beroperasi untuk kepentingan pribadi dan politisi. Alih-alih membina pembentukan opini rasional dan bisa diandalkan keyakinan, ranah publik pada abad 19 dan 20 menjadi sebuah arena di mana opini publik dapat dikelola dan dimanipulasi media massa, majalah, dan novel laris, radio dan televisi siaran,

tanpa menekankan pada kebebasan dan lebih cenderung benar-benar mulai memburuk (Finlayson, 2005).

Berbeda halnya dengan Aceh, transformasi sosial di Aceh dipengaruhi oleh karakter masyarakat yang homogen memenuhi ruang diskusi. Karakter masyarakat homogen akan berdampak pada cara berpikir masyarakat yang tidak mempertimbangkan rasionalitas atau pilihan rasional dari sebuah kebijakan atau proses politik yang sedang terjadi. Walau itu sangat kondisional.

Hal itu terjadi karena homogenitas sangat identik dengan *common sense*, dibandingkan dengan rasionalitas. Masyarakat homogen cenderung *common sense*, dimana sudah memiliki kebenaran dan keyakinan atas apa biasa atau kebiasaan yang dilihat. Sederhananya meyakini pengetahuan umum yang tersepakati dalam kondisi suatu masyarakat. Berbeda dengan rasionalitas, dimana keyakinan hadir bukan karena faktor kebiasaan. Bisa jadi ketidaksepakatan umum itu berpeluang dijadikan landasan rasionalitas.

Narasi wacana dominan yang mempengaruhi cara berpikir masyarakat Aceh adalah Islam dan konflik. Konflik di sini bukan konflik antar agama, namun konflik pusat dan daerah, sama seperti DI TII, PRRI, PERMESTA, peristiwa RMS di Maluku, pada masa Orde Lama. Logika yang berlangsung adalah ketimpangan pembangunan dan *self-determination*. Kemudian, Islam menjadi budaya dominan, dari masa kerajaan Aceh, dimana sangat lama

sebelum adanya formalisasi Islam melalui regulasi. Terkait etnis, tidak cukup signifikan mendominasi, dimana etnis hanya berbicara jumlah yang mayoritas dan minoritas.

Narasi Islam dan konflik yang membuat dua hal kontradiksi diatas terjadi. Disatu sisi tidak terpengaruh oleh isu dan simbol agama dan etnis asalkan kandidat adalah seorang muslim. Di sisi lain menuai penolakan bila non Islam yang akan mencalonkan diri menjadi kandidat. Dengan demikian, Islam dan konflik menjadi pembentuk kebiasaan dan common sense masyarakat Aceh melihat proses sirkulasi elit.

Harapan sebagai Arena Mematangkan Demokrasi pada Masyarakat Homogen

Masyarakat Aceh dewasa ini cenderung mengarah kepada bentuk masyarakat homogen (Hadi, 2010). Ia menambahkan bahwa ini akan memunculkan kondisi yang tidak sehat. Karena sikap prejudice dan diskriminatif berpeluang muncul dalam kehidupan masyarakat atas nama etnik dan bahasa. Bahkan dalam bukunya ia sampai pada kesimpulan bahwa tidak ada negara atau kelompok masyarakat yang mampu mencapai tingkat kemajuan yang tinggi ketika ia berbentuk homogen.

Warung kopi di Aceh memberikan harapan bagi terwujudnya kemapanan komunikasi dan rasionalitas masyarakat dalam memilih. Dampaknya adalah kualitas pemilih dan kualitas demokrasi substansial pada pemilu. Ini bentuk upaya untuk

memulai proses pematangan demokrasi. Memaksimalkan warung kopi sebagai ruang publik sama dengan memaksimalkan implementasi demokrasi deliberatif.

Konsep ini sama seperti pemikiran seorang demokrat di Indonesia, Mohammad Hatta. Membangun masyarakat dengan mempertimbangkan keadilan, keterbukaan dan demokrasi adalah cara pengaturan sosial pada masyarakat majemuk, konon lagi pada masyarakat homogen. Sehingga konsep musyawarah mufakat yang menekan pada kebersamaan dalam kehidupan. Musyawarah mufakat juga diatur dalam Islam. Dan kehadiran warung kopi sebagai ruang publik perlu dioptimalkan untuk bisa menggeser common sense ke arah rasionalitas. Termasuk juga halnya nanti terkait respons atas kebijakan publik.

Referensi

- Darwin, Rizkika Lhena. 2016. Bireuen, Aceh: The Aftermath of Post-conflict Politics and the Decline Partai Aceh in Electoral Dynamics in Indonesia: Money Politics, Patronage and Clientelism at the grassroots. Singapore: NUS
- Darwin, Rizkika Lhena. 2017. The Power of Female Brokers: Local Elections in North Aceh. Contemporary Southeast Asia. Volume 39, Number 3, December 2017, pp.532-551. ISEAS Publishing.
- Finlayson, James Gordon. 2005. Habermas: A Very Short Introduction. New York: Oxford University Press

Hadi, Amirul. 2010. Aceh: Sejarah, Budaya, dan Tradisi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Jurgen Habermas. 1993. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (translated by Thomas Burger with the assistance of Frederick Lawrence). New York: Cambridge

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161128141605-32-175833/komnas-hampantau-potensi-diskriminasi-ras-di-pilkada-2017>

<http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/provinsi/detail/11/aceh>

COFFE PEACEBUILDING: Kuphi & Potensi Rekonstruksi Modal Sosial di Aceh

Danil Akbar Taqwadin

Catatan Awal

Dalam 10 tahun terakhir, narasi tentang *kuphi* (yang selanjutnya dibaca: kopi), *jeip kuphi* (... baca: ngopi) dan *keude kuphi* (... baca: warung kopi) di Aceh meningkat tajam berbanding tahun-tahun sebelumnya. Sejatinya, Aceh memang dikenal dengan komoditas kopinya. Terdapat dua varietas yang lazim dapat ditemukan di Aceh, yaitu Robusta dan Arabika. Daerah penghasil robusta tersebar di seluruh bagian wilayah Aceh, sedangkan arabika hanya ditemukan di bagian tengah Aceh, dataran tinggi Gayo (Kabupaten Aceh Tengah, Gayo Lues dan Bener Meriah). Kopi Gayo merupakan varietas arabika yang begitu terkenal, bahkan tersedia di berbagai *coffee shop* di seluruh dunia seperti *Starbucks*, *Coffee bean*, dsb. Di Aceh, sajian kopi robusta cukup sering ditemukan di berbagai jengkal jalan (kecuali jalan setapak) di Aceh, sedangkan arabika tidak terlalu demikian karena harganya yang relatif mahal. Meskipun begitu, tetap saja bila dibandingkan dengan harga kopi Gayo yang disajikan di *Starbucks* (contohnya) di Malaysia,

maka harga segelas dapat berkisar antara RM 8-15 (\pm Rp.24.000, - Rp.45.000,-), sedangkan di Aceh tidak lebih dari RM 5 (\pm 15.000,-), dan kopi Robusta tak lebih dari RM 3 (\pm Rp.9000,-). Maka wajar, standar rasa kopi masyarakat Aceh cukup tinggi dan menjadi kebanggaan tersendiri.

Jeip kuphi bagi masyarakat Aceh terkadang bukan hanya sekedar minum atau menikmati kopi, namun juga berarti berkumpul, berdiskusi atau bersilaturahmi. Acapkali makna *jeip kuphi* dianggap sebagai *means* (proses) berbanding *ends* (tujuan). Secangkir *kuphi* akan terasa berbeda apabila dinikmati bersama kenalan, teman atau handai taulan. Khususnya bila dilakukan di *keude kuphi*. Hakikatnya, *keude kuphi* merupakan tempat dimana kopi yang telah diproses sedemikian rupa dijadikan sebagai menu utama – yang umumnya minuman – kepada pembeli atau pelanggan.

Kuphi, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* memang sulit dipisahkan dalam konteks masyarakat Aceh saat ini. Bagi sebagian, ini – mungkin – telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat – kalau tak ingin disebut sebagai budaya, khususnya kaum Adam. Bahkan, kebiasaan ini juga telah meretas batas-batas gender. Jadi, tak heran apabila kaum hawa pun kerap ‘*nongkrong*’ di tempat yang sama.

Selain menyiratkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang cukup signifikan, menjamurnya berbagai *keude kuphi* belakangan ini juga dipercaya berkontribusi dalam re-konstruksi modal sosial yang telah rusak akibat konflik berdarah. Nah, dengan menggunakan kerangka pikir

peacebuilding (pembangunan perdamaian), bagaimana sesungguhnya potensi dari ketiga narasi ini mampu berkontribusi dalam merekonstruksi kembali modal sosial yang telah rusak akibat konflik berkepanjangan?

Kerusakan Identitas *Vis a Vis* Modal Sosial

Tak terbantahkan, Aceh terletak di penghujung barat pulau Sumatera. Ia terletak pada pintu masuk Selat Malaka yang dikenal sebagai salah satu jalur perdagangan laut tersibuk di dunia. Bukan hanya pada saat ini, tapi sejak ratusan tahun ke belakang. Dahulunya, jalur ini dipenuhi oleh kapal-kapal yang berlayar dari Arab, Afrika, Eropa, Arab, India, Champa, China juga Nusantara. Dan Aceh yang secara geografis terletak di salah satu persimpangan Selat Malaka (selain Singapura), menjadi daerah yang cukup menarik saat itu. Oleh – salah satu – sebab itu, setelah disatukan sebagai sebuah Kesultanan (baca: Kesultanan Aceh Darussalam) di abad ke 16, Aceh menjadi daerah yang maju kala itu, dengan masyarakat yang sangat heterogen. Heterogenitas masyarakat ini dibangun berdasarkan sebuah *qanun* tentang pengelompokan masyarakat berbasis pada asal muasalnya yang diterbitkan pada masa Sultan Alaaidin Al-Kahar (1530-1552) (Zainuddin, 1961) Pengelompokan ini bersandar pada konsep *kawom/sukee* (kaum/puak), yang berbeda dengan konsep etnik yang lazim dipahami – penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk menjelaskan hal ini, antara lain: pertama, *kawom/sukee Lhee Reutoh* (Tiga Ratus). Mereka berasal dari orang-orang *Manteu* dan *Batak* yang dianggap

sebagai penduduk asli; kedua, *kawom/sukee Imeum Peut* (Imam Empat). Mereka berasal dari India dan beragama hindu sebagai pendatang; ketiga, *kawom/sukee Ja Sandang* (penyandang). Mereka adalah imigran Hindu yang telah memeluk agama Islam, dan; keempat, *kawom/sukee Tol Batee* (yang mencukupi batu). Mereka berasal dari berbagai etnik lainnya, pendatang dari berbagai tempat, dan tidak termasuk dari ketiga *kawom/sukee* yang lainnya di atas. Kemudian dalam perkembangannya, belum ada data yang menceritakan tentang bagaimana dinamika dan dampak dari pengelompokkan ini, baik ketika masih berdirinya Kesultanan Aceh ataupun setelah dikuasai oleh Belanda (1903). Hal ini juga dapat menjadi catatan bagi sejarawan untuk meneliti konteks dinamika masyarakat Aceh di masa lampau.

Di sisi lain, Jacob (1984) juga menjelaskan bahwa masyarakat Aceh adalah suatu “*anthropologis mixtum*” atau percampuran darah yang berasal dari pelbagai etnik dan bangsa. Ada yang berasal dari Semenanjung Melayu, Melayu-Minangkabau, Batak, Nias, India, Arab, Habsyi, Bugis, Jawa, Cina, Eropa, Afrika, Siam, Champa dan lain lain. Sehingga secara fisik, masyarakat Aceh memiliki bentuk tubuh dan warna kulit yang sangat beragam.

Dari berbagai diskusi, “Aceh” sesungguhnya adalah sebuah identitas politik dan budaya yang dikonstruksi di masa Kesultanan. Hal ini tak lepas dari disatukannya berbagai kerajaan-kerajaan kecil seperti Pidie, Pasai, Perlak, Daya,

dan sekitarnya. dalam Kesultanan Aceh Darussalam yang didirikan oleh Ali Mughayatsyah (sekitar tahun 1514). Benar memang, pendekatan dalam penyatuan ini tidak melulu seragam, ada yang dilakukan dengan cara-cara diplomatis, ada pula dengan kekerasan. Selain faktor tersebut, identitas ini juga terkontruksikan akibat migrasi masyarakat melayu setelah Melaka direbut oleh Portugis di tahun 1511, serta bergesernya intensitas perdagangan dari jalur selat Melaka ke arah barat pulau Sumatera. Sehingga asumsinya, asal muasal masyarakat Aceh bukanlah masyarakat yang homogen dan tertutup, tetapi merupakan masyarakat heterogen yang terbuka bagi dunia luar.

Seiring dengan itu, tradisi intelektualitas di Aceh juga cukup disegani se-antero Nusantara. Beberapa pemikir, penulis dan ulama besar seperti Abdurrauf As-Singkily, Nuruddin Ar-Raniry, dan lainnya muncul pada masa keemasan Kesultanan Aceh Darussalam. Bahkan, ada pula yang berasal dari luar juga datang ke Aceh untuk menimba ilmu seperti Tun Sri Lanang, yang saat ini namanya tertabal pada Perpustakaan Universiti Kebangsaan Malaysia. Hal ini karena didukung oleh perkembangan institusi pendidikan Islam yang begitu pesat, baik di *meuseugit* (masjid), *meunasah* (musalla), *rangkang*, maupun *dayah*.

Ironisnya, sejak lebih dari seabad silam, berbagai pertikaian berdarah berlaku di Aceh. Terhitung sejak Perang Aceh melawan invasi Belanda di tahun 1873 hingga menurunnya perlawanan Aceh secara drastis di tahun 1911 ketika Teungku

Ma'at di Tiro wafat. Belum lagi ketika kolonialisasi berlaku, kontrol sosial atas masyarakat didesain atas kepentingan kolonial yang pada akhirnya melahirkan perang Cumbok (1946) antara *uleebalang* dan ulama yang sebagian besarnya berafiliasi dengan PUSA. Padahal sebelumnya, Jepang telah masuk “menggantikan” Belanda selama tiga tahun (1942-1945). Belum lagi dalam masa 1945-1949 Aceh juga punya andil dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia, salah satunya dengan mengirim laskar perang ke Medan Area (Sjamsuddin, 1985). Kemudian, pemberontakan DI/TII juga berlaku sejak 1953 hingga 1962. Tak lama, “pembersihan” PKI dan simpatisannya pun dimulai pada tahun 1965. Di Aceh saja, lebih 4.000 jiwa menjadi korban (Melvin, 2015). 10 tahun berselang sejak 1976, periode berdarah pun muncul kembali dengan munculnya aktifitas GAM yang bertujuan memisahkan Aceh dari Indonesia. Tentu Pemerintah Indonesia tidak tinggal diam mengatasi hal ini. Berbagai operasi intelijen, keamanan, dan militer dilaksanakan untuk menghancurkan GAM. Tidak kurang dari 10.000 jiwa meninggal dunia dalam konflik ini.¹

1 Tidak ada data yang valid terkait jumlah korban dalam konflik antara GAM dan Pemerintah Indonesia selama tahun 1976-2005. Ross (2003), menyatakan jumlah korban jiwa selama tahun 1990-1992 saja mencapai 2.000-10.000 jiwa. Sedangkan Chaidar, et.al (1998) menyebutkan sekitar 3.800 hingga 5.000 jiwa menghilang (*extra-judicial killing*) selama periode 1991-1998. Hamid (2006) menyebutkan angka korban jiwa selama konflik ini berlangsung sekitar 16.000 jiwa. Terakhir, Badan Reintegrasi Aceh (BRA) menyebutkan 62,000 mangsa konflik yang mendapatkan *kompensasi* dalam skema reparasi, tetapi

Belum lagi yang menjadi korban dan berbagai kerugian infrastruktur public (Avonius, 2010). Apakah beruntung atau tidak, bencana tsunami di penghujung 2004 ternyata menjadi *trigger* (pemicu) yang cukup efektif menurunkan intensitas konflik hingga ke titik nadir, penandatangan perjanjian damai pada bulan agustus 2005. Hematnya, rentetan peristiwa berdarah selama lebih dari seabad ini berdampak pada rusaknya identitas yang pernah ada: heterogenitas, keterbukaan, dan tradisi intelektualitas. Hal ini juga yang disampaikan oleh Usman (2003) sebagai periode kehancuran peradaban Aceh, termasuk pula berdampak pada rusaknya modal sosial yang merekatkan identitas tersebut (Apridar, 2012).

Pembangunan Perdamaian: Modal Sosial, Kohesi Sosial dan Ruang Publik

Pembangunan perdamaian (*peacebuilding*) merupakan pendekatan holistik dan berjangka panjang meliputi seluruh upaya dalam mencegah berlakunya konflik kembali, serta berusaha mentransformasikan budaya kekerasan kepada budaya damai demi membangun keberlanjutan perdamaian (Galtung, 1969; Ghali, 1992; Lederach, 1997). Mekanismenya, Pugh (2000) berpendapat bahwa budaya damai yang pernah ada perlu diregenerasikan dalam masyarakat paska konflik. Budaya damai yang dimaksud

jumlah ini tidak menunjukkan tentang korban yang masih hidup atau telah meninggal dunia (Avonius, 2010).

merujuk pada modal sosial (*social capital*) yang dulu pernah ada.

Hakikatnya, modal sosial merupakan perasaan keterikatan dalam jaringan masyarakat (Hasbullah, 2006). Untuk itu, rasa saling percaya (*trust*) perlu hadir. Dalam membentuk rasa saling percaya ini, masyarakat perlu berproses – baik secara natural maupun dengan sengaja dikonstruksikan – melalui instrumen yang dilembagakan atau tidak (Fukuyama, 1995). Dalam prosesnya menurut Putnam (1993), hal ini perlu melibatkan upaya *bonding* yang melihat secara dalaman (*inward looking*) dan membangun identitas tersendiri dalam masyarakatnya, serta *bridging* atau lebih melihat keluar (*outward looking*) dan menciptakan harmonisasi di antara masyarakat lainnya. Proses ini juga dikenal dengan kohesi sosial (Colleta & Cullen, 2000). Tetapi, jika rasa saling percaya dalam masyarakat telah luntur ataupun rusak, maka rentan berlakunya fenomena-fenomena yang menyimpang dari norma dan nilai yang telah ada serta boleh saja berakibat fatal bagi dirinya, orang lain, masyarakat ataupun Negara.

Dalam konteks pembangunan perdamaian, membangun modal sosial yang telah rusak bukan perkara ringan. Lunturnya rasa saling percaya berkelindan dengan trauma dan dendam. Namun begitu, hal ini dapat direkonstruksi kembali dengan menghadirkan kondisi yang integratif untuk meningkatkan interaksi di dalam dan di luar masyarakat sendiri (Colleta & Cullen, 2000; Popova, 2009).

Dalam kerangka pembangunan perdamaian, kohesi sosial merupakan “kunci pengikat” antara upaya rekonstruksi modal sosial dan kondisi paska konflik kekerasan. Pada prosesnya, apabila semakin tinggi intensitas aktifitas/ upaya dalam upaya rekonstruksi modal sosial, semakin kohesif pula masyarakatnya. Hal tersebut boleh jadi dapat menghadirkan mekanisme dan kondisi untuk mengelola ataupun memediasi friksi sebelum lahirnya kekerasan. Namun apabila kohesifitas sosial masyarakatnya lemah, maka sosialisasi dalam membentuk nilai dan kontrol sosial dalam masyarakat akan lemah pula. Hal ini meningkatkan kerentanan akan lahirnya disorganisasi sosial dan fragmentasi dalam masyarakat, yang berpotensi dalam melahirkan kekerasan kembali. Maka hakikatnya, kohesi sosial bertujuan membentuk dua hal yang saling terkait, yaitu: *pertama*, absennya sumber konflik (*latent conflict*), baik atas dasar kesenjangan ekonomi, friksi antar ras ataupun etnik, ketidakadilan politik, dsb. dan; *kedua*, hadirnya ikatan yang kuat yang dinilai dari tingkat rasa saling percaya dan berbagi, kehadiran institusi yang mampu menjembatani strata-strata sosial dan kehadiran institusi yang dapat mengelola serta mencegah berlakunya konflik. Institusi yang dimaksud berkenaan dengan pembangunan demokratisasi, sektor birokrasi dan media yang independen (Colleta & Cullen, 2000), dan ruang publik yang dapat merekonstruksi modal sosial secara efektif (Zhang, 2016). Yang disebutkan terakhir – ruang publik – menjadi fokus utama yang dititikberatkan dalam tulisan ini.

Secara konseptual, ruang publik merupakan ruang sosial dimana anggota masyarakat (individu) mendiskusikan segala sesuatu dan membentuk opini atau wacana terkait bersama (Habermas, 2007). Dalam prosesnya, para individu saling bertukar pendapat dan prinsip-prinsip yang dapat diterima, sehingga menciptakan wacana kolektif yang berangkat dari pemahaman di antara mereka. Komunikasi dalam ruang ini dapat berlaku secara langsung (diskusi tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media massa atau media social). Ruang publik bukan hanya memiliki potensi untuk menciptakan opini dan wacana, namun juga mampu meng-(re)-produksi budaya kolektif dan integrasi dalam masyarakat (Nanz, 2007), tentunya ketika rasa percaya telah muncul diantara mereka (Fukuyama, 1995). Tetapi setidaknya, ruang publik harus memenuhi tiga unsur utama yang berkaitan dengan “publik” yaitu, kepemilikan fungsi ruang, akses dan kegunaan (Carmona, Magalhaes, & Hammond, 2008). Atau dengan kata lain, ruang publik merupakan ruang yang terbuka, tanpa batasan, bebas dari intervensi budaya yang eksklusif maupun hegemony hierarki (Nanz, 2007).

Melalui kerangka konseptual ini, penulis akan mencoba mengaitkan dengan tiga narasi yang telah diungkapkan di awal tulisan – *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi*. Namun sebelumnya, ada baiknya untuk mengulas ketiga narasi ini dari perspektif sejarah dan Aceh. Yang kemudian akan berlanjut dalam mengeksplorasi potensi ketiga narasi tersebut dalam konteks pembangunan perdamaian di Aceh.

Kuphi, Jeip Kuphi & Keude Kuphi: Perspektif Sejarah

Sejarahnya, *kuphi* berasal dari Ethiopia, Afrika Timur. Sebelum abad ke 8, *kuphi* digunakan sebagai suplemen untuk merevitalisasi tenaga bagi masyarakat tempatan. Bahkan sebelumnya, biji *kuphi* diberikan sebagai pakan ternak (Ukers, 1935). Namun, saat itu *kuphi* juga telah dikenal sebagai bahan perobatan. Al-Razy (*Rhazes*) pada abad ke-9 mengakui manfaat kopi dalam bidang perobatan. Begitu juga Ibnu Sina dalam kitabnya *Qanun Al-Tib* pada abad ke-10 yang menjelaskan bahwa kopi adalah:

“sebuah bahan perobatan yang berasal dari Yaman. Biji kopi yang baik bewarna kuning, ringan, dan harum. Sedangkan yang kurang baik bewarna putih dan berat. Fungsinya adalah menyegarkan dan memberikan kekuatan bagi tubuh, membersihkan kulit, dan mengeringkan permukaan kulit yang lembab, dan memberikan keharuman yang sangat baik bagi tubuh.”

Namun, dalam tulisan kedua ahli tersebut, penyebutan kopi tidak tertulis layaknya dalam bahasa arab (*qahwa* – yang berarti kekuatan), melainkan *bunc/bunn* yang bermakna kopi dalam bahasa Ethiopia (Zaimeche, 2003).

Menurut Zaimeche (2003) pula, dari dataran Afrika Timur, kopi menyebar ke tanah Arab, tepatnya di Yaman. Di sini, kopi mulai diproses (dikeringkan dan di-roasting) dan

disajikan dalam bentuk minuman.² Di Yaman, minuman kopi mulanya dikonsumsi oleh para sufi untuk membantu mereka tetap terjaga saat melakukan ibadah di malam hari. Lebih lanjut, ia menyebar ke seantero Dunia Arab dan mulai populer dikonsumsi ketika tiba di Turki sekitar abad 15.

Di Turki *lah*, popularitas kopi semakin meroket. Turki sebagai pintu gerbang perdagangan antara Asia dan Eropa kala itu, menjadi *pivotal point* populernya kopi di seantero Eropa. Dari sini, kopi mulai dianggap sebagai komoditas dagang yang menarik. Yang kemudian menginisiasi Belanda (dalam hal ini VOC) membawa bibit kopi masuk ke Indonesia sebagai bagian dari eksploitasi tanah jajahan (perkebunan skala besar).

Dalam konteks Indonesia, ada perdebatan antara, apakah kuphi beriringan masuk sejak kedatangan Belanda ke Indonesia (terutama Pulau Jawa) sejak 1942 hingga tiga setengah abad ke belakang? atau apakah komoditas ini telah duluan hadir jauh sebelum Belanda memperkenalkan sistem perkebunan kopi di Indonesia sejak abad ke 19? Mengingat hubungan antara kerajaan Islam dengan dunia Arab juga telah berlangsung jauh sebelum berlakunya sistem kolonial. Apalagi khususnya dalam konteks Aceh yang hanya sekitar 40 tahun menguasai daerah ini (1903-

² Walaupun, ada pula argumen yang menyatakan bahwa minuman kopi telah populer lebih dahulu di Persia, sebelum di Yaman (John, 1774).

1942), narasi tentang *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* telah lama hadir dalam masyarakatnya. Apa alasannya?

Hal ini dibuktikan dengan kata-kata terakhir Teuku Umar – salah seorang pahlawan nasional asal Aceh – sebelum wafat di pertempuran terakhirnya di Meulaboh, Aceh Barat (11/2/1899), “*Beungoh singoh geutanyoe jeip kuphi di keude Meulaboh atawa ulon akan syahid*” yang artinya “besok pagi kita akan minum kopi di pasar Meulaboh atau saya akan syahid.” Dalam hal ini tampak bahwa *kuphi*, *jeip kupi* dan *keude kuphi* telah hadir sebelum Belanda mampu menaklukkan Kesultanan Aceh pada tahun 1903. Bahkan apabila dilihat lagi ke belakang, hubungan perdagangan dari Dunia Arab ke Aceh dan sebaliknya, telah berlangsung sejak abad ke 12, termasuk para sufi dari Yaman yang akhirnya menetap di Aceh. Hal ini mungkin dapat ditelisik dari keberadaan Gampong Jaman (Yaman) yang terletak di Mukim Beureunun, Pidie. Argumen lainnya, menurut Lombard (1986) menyatakan bahwa di masa Kesultanan Iskandar Muda, warung-warung kopi di sekitar Kutaraja (Banda Aceh saat ini) menjadi persinggahan para kuli pelabuhan yang didominasi orang-orang Tionghoa untuk melepas lelah. Boleh jadi warung-warung ini layaknya *tavern* (semacam café dalam konteks saat ini) di Amerika Utara masa kolonial yang dijadikan ruang informasi terkait daerah sekitar, baik itu isu politik, keamanan, sosial, ekonomi, ataupun remeh temeh (Struzinski, 2002). Hal ini sedikitnya membuktikan bahwa narasi *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* telah jauh masuk ke Aceh sebelum Belanda mem-

privatisasi perkebunan kopi di wilayah dataran tinggi Gayo di awal 1900an. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk membuktikan argumen tentang kesimpulan sementara ini.

Ironisnya, narasi tentang *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* seakan hilang akibat konflik berkepanjangan. Ketika Indonesia merdeka dan Aceh menjadi bagian di dalamnya, Pemerintah Pusat baik pada era Soekarno, Soeharto, Abdurrahman Wahid, Megawati, dan Susilo Bambang Yudhoyono, kerap kali menetapkan kebijakan yang represif demi mengontrol Aceh dan masyarakatnya. Berbagai operasi dilakukan sejak saat itu, dari operasi intelejen, keamanan hingga militer. Kalaupun ada periode ‘tenang’ di dalamnya, ia tak lebih dari “babak istirahat” menuju periode kekerasan selanjutnya. Dalam masa-masa itu “dinding *keude kuphi* pun seolah-olah dapat mendengar” dan memberikan ancaman yang nyata bagi masyarakat.³ Berkumpul dan berdiskusi menjadi momok yang menakutkan bagi sebagian besar masyarakat saat itu. Maka wajar – bila dikaitkan dengan modal sosial – rasa saling percaya baik di dalam masyarakat Aceh maupun

³ Kata-kata ini begitu kerap terdengar di kalangan para aktifis HAM ketika berbicara Aceh sebelum 2005. Lazimnya, individu yang membicarakan hal-hal negatif tentang kebijakan represif Pemerintah di *keude kupi* akan menjadi target dari militer atau aparat keamanan (kepolisian), dan rentan terhadap kriminalisasi, penyiksaan bahkan penghilangan paksa (*extra-judicial killing*). Saat itu, yang paling ditakutkan adalah kehadiran intelejen yang tersebar di seluruh wilayah Aceh (operasi intelejen).

hubungannya dengan masyarakat luar, terkikis habis ke titik nadir. Kecurigaan yang awalnya sengaja dikonstruksikan ternyata menjadi *legacy* paling berbahaya yang ditinggalkan masa konflik. Lantaran ia juga berpengaruh dalam masyarakat yang tradisi intelektualitasnya tidak dapat terjaga dengan baik akibat gangguan dari kondisi konflik itu sendiri. Karena bagaimanapun, tradisi intelektualitas ini *lah* yang menjadi acuan bagi seseorang untuk memunculkan rasa saling percaya dan bijak dalam melihat sesuatu.

‘Coffee’ Peacebuilding: Berkaca dari Darussalam

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa selama 13 tahun terakhir, narasi *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* berkembang cukup massif di Aceh. Ratusan bahkan ribuan *keude kuphi* baru didirikan di seluruh Aceh paska perdamaian 2005. Wajar saja, hal ini untuk menjawab *demand* yang cukup tinggi dari masyarakat untuk dapat berinteraksi ataupun hanya sekedar menikmati segelas *kuphi*.

Ada yang unik di Aceh, lantaran ketiga narasi ini hadir bersamaan. Maksudnya, kebiasaan *jeip kuphi* di *keude kuphi* didukung pula keberadaan produsen *kuphi* tempatan. Di luar Indonesia, hal seperti ini dapat ditemukan Sau Paulo (Brazil)⁴ dan Da Lat (Vietnam)⁵. Di Indonesia juga dengan mudah ditemukan di Makassar. Belakangan Bandung

⁴ Lihat www.brasilbar.com/blog/archives/brazil-coffee-regions

⁵ Lihat <http://lenscoffee.com/vietnamese-dalat-blend-green-unroasted-premixed/>

juga mencoba mempromosikan ketiga narasi tersebut sekaligus, walaupun popularitas kopinya belum sebanding dengan kopi Gayo dan Toraja. Dibandingkan dengan daerah lainnya, hanya narasi *jeip kuphi* dan *keude kuphi* saja yang hadir. Namun popularitas *kuphi* juga ikut terdongkrak dalam lingkungan masyarakat kawasan tersebut. Sebut saja di Wina (Austria), Amsterdam (Belanda), Wellington (Selandia Baru) dan berbagai kota besar di Amerika Serikat (Firmansyah, 2014). Begitu pula hal ini juga ditemukan di berbagai kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya dan lain-lain. Meskipun begitu, setiap daerah punya ciri khas dan faktor yang mempengaruhi ketiga narasi tersebut pada masyarakat tempatan. Ia bergantung pada varietas kopi, ragam sajian, hingga faktor-faktor politik, ekonomi dan sosial yang mempengaruhinya.

Khususnya di Aceh, aspek politik, ekonomi dan sosial paska konflik menjadi '*variable x*' terbesar yang mempengaruhi meningkatnya popularitas ketiga narasi tersebut selama 13 tahun terakhir. Tingkat perdamaian yang semakin meningkat dan stabilnya sektor perekonomian masyarakat yang didukung pula dengan aliran dana 'otonomi khusus' serta bantuan paska tsunami, memberikan dampak cukup positif bagi pembangunan komunikasi sosial dalam masyarakat yang dahulunya sempat kandas. Terutama menjamurnya berbagai *keude kuphi* sebagai platform rekonstruksi modal sosial paska konflik. Tak ayal, kerja-kerja rekonstruksi dan rehabilitasi paska tsunami dan konflik memberikan angin segar dalam menghadirkan kembali

kebiasaan berkumpul dan berinteraksi dalam masyarakat, bahkan lebih bebas dan kritis daripada kondisi sebelumnya. Singkatnya, *keude kuphi* menjadi ruang publik yang cukup efisien mengakomodir kebiasaan ini sekaligus menjadi ruang yang mampu menampung narasi *kuphi* dan *jeip kuphi* tanpa sekat dan kecurigaan.

Belakangan, *keude kuphi* dikemas dalam desain dan arsitektur menarik bergantung pada konsep yang ditawarkan kepada pelanggan. Ada yang dilengkapi dengan *wi-fi*, televisi layar lebar, tersedinya menu kopi arabika dan robusta, ada yang masih mempertahankan konsep tradisional, ada yang menyajikan berbagai menu makanan yang menarik lainnya, bahkan ada pula yang dibangun di tengah kebun kopi. *Keude kuphi* seperti ini lazimnya menyajikan kopi hitam, kopi susu dan *sanger*⁶, baik panas maupun dingin.

Khususnya di Banda Aceh, Lhokseumawe, Meulaboh dan Langsa, *keude kuphi* telah menjelma menjadi ruang publik dengan batasan ideologi yang minim, bebas dari intervensi budaya yang eksklusif maupun hegemoni hierarki. Hal ini pula didukung oleh kehadiran berbagai institusi pendidikan tinggi

⁶ Sanger adalah salah satu minuman kopi yang khas di Banda Aceh. Dahulunya ia dipopulerkan oleh mahasiswa perguruan tinggi di Banda Aceh (Universitas Syiah Kuala dan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry) pada tahun 1970-1980an. Sanger adalah campuran antara kopi, sedikit gula dan sedikit susu. Istilah *sanger* merupakan singkatan dari “sama-sama ngerti” (*mutual understanding*). Minuman ini lebih murah dari kopi susu (*milk coffee*) yang harganya lebih mahal.

yang tersebar di kawasan tersebut. Dan seringkali *keude kuphi* dijadikan sebagai tempat belajar, diskusi, pementasan seni kreatif. Dengan kata lain, *keude kuphi* sebagai ruang publik juga dijadikan “institusi pendidikan informal” bagi civitas akademika. Atau lebih tepatnya, ia berfungsi sebagai *platform* dalam pembangunan tradisi intelektualitas di luar dari fungsi universitas yang sewajarnya. Salah satu contohnya dapat dilihat dari keragaman *keude kuphi* yang hadir di sekitar wilayah Kopelma Darussalam, Banda Aceh.

Kopelma atau Kompleks Pelajar dan Mahasiswa merupakan kawasan pendidikan terbesar di Aceh. Ia lahir dari rahim konflik DI/TII pada tahun 1959. Di dalamnya hadir Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (sebelumnya dikenal dengan Institut Islam Negeri Ar-Raniry) dan Universitas Syiah Kuala. Selain itu terdapat juga berbagai institusi pendidikan tinggi lainnya seperti Sekolah Tinggi KIP BBG, Sekolah Tinggi Al-Washliyah, Sekolah Tinggi Tgk. Chik Pantekulu, Universitas Ubudiyah, Akademi Manajemen dan Informatika, dsb. Belum lagi dengan berbagai institusi pendidikan menengah dan dasar yang tersebar di sekitar wilayah ini. Tak heran, *civitas akademika* mendominasi unsur masyarakat dalam wilayah ini.

Di sekitar wilayah ini, puluhan *keude kuphi* hadir memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengakses *jeip kuphi* atau *kuphi*-nya saja. Meskipun begitu, setidaknya ada empat *keude kuphi* yang konsep dan potensi untuk rekonstruksi modal sosialnya berbeda. **Pertama, Zakir Coffee** yang

menghadirkan konsep *keude kuphi* yang menekankan pada segmen mahasiswa. Tempat ini cenderung menjual akses wi-fi gratis kepada pelanggannya berbanding sajian kopi robusta yang ditawarkan. Citarasa kopi di tempat ini pun kurang populer di kalangan penikmat kopi. Namun sajian di *keude kuphi* ini tergolong murah dan selalu dipenuhi oleh pelanggan. **Kedua, Nook Bakery Cafe** yang menghadirkan konsep retro dengan desain yang cukup menarik. *Keude kuphi* ini juga bersanding dengan *bakery* yang tampak *ciamik* disajikan di depan pintu masuk. Tempat ini menawarkan sajian kopi arabika dan beragam menu makanan yang fokus pada segmen mahasiswa dan kalangan menengah ke atas. Disini juga menawarkan akses wi-fi gratis sehingga memberikan keleluasan bagi pelanggan untuk sekedar mengakses dunia maya ataupun bekerja. Namun, dengan kesan eksklusif mungkin membatasi besarnya pelanggan yang datang ke *keude kuphi* ini. **Ketiga, Gampong Gayo Kafe** yang hanya menawarkan sajian kopi arabika dengan citarasa khas. Tempat ini menawarkan konsep *jeip kupi* yang terbuka dengan rerumputan yang cukup hijau. *Keude kuphi* ini juga tidak fokus menawarkan konsepnya bagi kalangan manapun. Lagipula disini pun tidak tersedia akses wi-fi. Dan dari sisi harga tidak terlalu mahal berbanding sajian kopi arabika di tempat lainnya. Tetapi tempat ini baru buka menjelang siang hari dan baru ramai ketika sore. **Keempat, Warkop Dekmi Rukoh** yang menawarkan konsep *jeip kuphi* yang cukup normal dan murah dengan sajian kopi robusta sebagai produk utama. Namun beragam sajian makanan

ringan dan berat juga disediakan. Keude kuphi ini tidak memfokuskan diri pada segmen tertentu, hanya saja sektor pelayanannya saja yang cukup baik berbanding lainnya. Dan dari aspek intensitas jumlah pelanggan, keude kuphi ini tampaknya cukup ramai berbanding lainnya.

Hipotesa sementara dari keempat ‘observasi’ ini menunjukkan bahwa *keude kuphi* yang tidak menawarkan wi-fi ternyata cukup potensial dalam rekonstruksi modal sosial atau konstruksi kohesivitas sosial berbanding lain. Mengapa? Ada kecenderungan yang signifikan dengan adanya akses wi-fi maka membatasi interaksi antar individu. Hal ini tampak apabila melihat pada intensitas para pelanggan yang saling berinteraksi sesamanya di Dekmi Rukoh serta Gampong Gayo, berbanding Zakir Coffee dan Nook. Namun, tidak berarti pula bahwa Zakir Coffee dan Nook tidak cukup potensial. Dari sisi jumlah pelanggan Zakir Coffee lebih memiliki peluang yang lebih besar bagi pelanggannya untuk berinteraksi sesamanya. Karena mereka yang datang ke tempat tersebut lazimnya adalah para mahasiswa dan mengerjakan tugas bersama-sama. Sehingga intensitas komunikasi juga hadir disitu walaupun pembahasannya akan lebih terbatas pada soal-soal tugas dan pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Begitupula di Nook, tempat ini juga menawarkan tempat yang cukup nyaman untuk berkomunikasi, walaupun idealnya dijadikan tempat pacaran. *Toh*, pacaran juga dalam rangka membangun rasa saling percaya, yang mana inti daripada

modal sosial! Walau untuk mencapai tahap kohesif mungkin perlu menyediakan penghulu!

Catatan Akhir

Tulisan ini sebenarnya tidak menegaskan bagaimana kontribusi *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* dalam rekonstruksi modal sosial paska konflik. Tetapi lebih melihat daripada dari sisi potensinya dalam membangun kembali modal sosial yang telah rusak. Walaupun secara kasat mata, tampaknya ia cukup berpengaruh dalam hal tersebut.

Memang agak sulit mengukur seberapa besar pengaruh *kuphi*, *jeip kuphi* dan *keude kuphi* dalam rekonstruksi modal sosial paska konflik di Aceh secara kuantitatif. Tetapi bukan berarti secara kualitatif tidak dapat dibuktikan. Dengan keleluasan waktu dan anggaran maka bisa saja hal tersebut dapat dijelaskan dengan lebih sistematis dan kredibel.

Dan walaupun ini terbukti dan dapat dijelaskan dengan baik, boleh jadi, ketakutan Suhrke & Samset (2007) ataupun Collier et. al (2003) tentang ‘*conflict trap*’ bahwa 25% hingga 50% kawasan yang telah berdamai dalam rentang 5 – 10 tahun akan kembali lagi berkonflik, tidak berlaku di Aceh karena kehadiran narasi *kuphi*, *jeip kuphi* dan khususnya *keude kuphi* sebagai *platform* rekonstruksi modal sosial menuju kohesivitas masyarakat dalam konteks pembangunan perdamaian yang berkelanjutan. *Mungkin!*

Bibliography

- Apridar. (2012, Desember 20). *Runtuhnya Modal Sosial di Aceh*. Retrieved December 2016, 28, from Serambi Indonesia: <http://aceh.tribunnews.com/2012/12/20/runtuhnya-modal-sosial-di-aceh>
- Avonius, L. (2010). *Reintegration: BRA's Roles in the past and it's future vision*. Helsinki: Crises Management Initiative.
- Carmona, M., Magalhaes, C., & Hammond, L. (2008). *Public Space Urban Spaces*. New York: Routledge.
- Chaidar, A., Ahmad, S. M., & Dinamika, Y. (1998). *Aceh Bersimbah Darah: Mengungkap Penerapan Status Daerah Operasi Militer (DOM) di Aceh 1989-1998*. Jakarta: Buku Islam Utama.
- Colleta, N. J., & Cullen, M. L. (2000). *The Nexus between Violent Conflict, Social Capital and Social Cohesion: Case Studies from Cambodia and Rwanda*. World Bank, Social Development Department. Washington D.C.: Washington D.C Press.
- Collier, P., Elliot, L., Hegre, H., Hoefler, A., Reynal-Quero, M., & Sambanis, N. (2003). *Breaking the Conflict Trap; Civil War Development Policy*. Washington DC.: The World Bank.
- Firmansyah, E. O. (2014). *Pemanfaatan Warung Kopi sebagai Ruang Publik di Kota Banda Aceh*. Yogyakarta, Indonesia: Universitas Gadjah Mada.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Values and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Galtung, J. (1969). Violence, Peace and Peace Research. *Journal of Peace Research*, VI(3), 167-191.

- Ghali, B. B. (1992). *An Agenda for Peace: Preventive Diplomacy, Peacemaking, and Peacekeeping*. New York: United Nations.
- Habermas, J. (2007). *Ruang Publik: Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. (Y. Santoso, Trans.) Yogyakarta.
- Hamid, A. F. (2006). *Jalan Damai Nanggroe Endatu; Catatan Seorang Wakil Rakyat Aceh*. Jakarta: Penerbit Suara Bebas.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Capital (Menuju keunggulan budaya manusia Indonesia)*. Jakarta: MR-United Press.
- Jacob, J. (1984). *Het Familie en Kampng Leven Op Groot Atjeh*. Leiden: E.J. Brill.
- John, E. (1774). *An Historical Account of Coffee with Engraving, and Botanical Description of the Tree: To Which are Added Sundry Papers Relative to its Culture and Use, as an Article of Diet and of Commerce*. London: Edward and Charles Dilly.
- Lederach, J. P. (1997). *Building Peace: Sustainable Reconciliation in Divided Societies*. Washington, DC.: United States Institute of Peace Press.
- Lombard, D. (1986). *Kerajaan Aceh, Jaman Sultan Iskandar Muda*. (W. Arifin, Trans.) Jakarta: Balai Pustaka.
- Melvin, J. (2015, September 30). *Documenting Genocide*. Retrieved March 3, 2017, from Inside Indonesia: <http://www.insideindonesia.org/documenting-genocide>
- Nanz, P. (2007). *Multiple Voices: An Interdiscursive Concept of European Public Sphere*. Oslo: ARENA, University of Oslo.

- Popova, Z. I. (2009). *The Role of Social Capital for Post-Ethnic Conflict Reconstruction*. Bath, UK: University of Bath.
- Pugh, M. (2000). *Regeneration of War-Torn Societies: Global Issues Series*. New York: St. Martin Press.
- Putnam, R. (1993). *Social Capital*. Princeton: Princeton University Press.
- Ross, M. L. (2003). *Resource and Rebellion in Aceh, Indonesia*. Los Angeles: Yale - World Bank.
- Sjamsuddin, N. (1985). *The Republican revolt: A Study of the Acehese Rebellion*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Struzinski, S. (2002). The Tavern in Colonial America. *The Gettysburg Historical Journal*, 27-38.
- Suhrke, A., & Samset, I. (2007). What's in a Figure? Estimating Recurrence of Civil War. *International Peacekeeping*, 12(2), 195-203.
- Ukers, W. H. (1935). *All About Coffee*. New York: The Tea & Coffee Trade Journal Company.
- Usman, A. R. (2003). *Sejarah Peradaban Aceh*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Zaimeche, S. (2003). *The Coffee Trail: A Muslim Beverage Exported to the West*. Manchester, UK: Foundation for Science Technology and Civilisation.
- Zainuddin, H. M. (1961). *Tarich Aceh dan Nusantara*. Medan: Pustaka Iskandar Muda.
- Zhang, W. (2016). The Role of Public Relations in Social Capital. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, VI(3), 211-233.

DI LAPO KOPI; DARI MAKAN BUBUR KETAN, MEHOTA POLITIK, SEKOLAH SOSIAL HINGGA PEMBANGUNAN KARAKTER

Sadri Ondang Jaya

Penulis Buku Singkil Dalam Konstelasi Sejarah Aceh
(SDKSA)

Jangan pernah mencari buah kopi yang masih muda di Aceh Singkil. Sangat sukar menemukannya. Sekali pun buah kopi itu mau dipergunakan mengobati pasien yang sekarat: Ya ampun, untuk mendapatkannya luar biasa susah. Mengapa? Karena di tanah Aceh Singkil, tanaman kopi, nyaris tidak pernah tumbuh, seperti daerah tetangganya Sidikalang.

Ada memang beberapa orang petani yang memaksakan menanam batang kopi di Aceh Singkil. Pohon kopinya hidup. Akan tetapi, pertumbuhan dan perkembangannya tidak sempurna. Pohonnya tidak subur layaknya tanaman kopi. Aneh, jangankan buah yang muncul, bunganya pun enggan nongol.

Sebenarnya bukan batang kopi yang tidak mau tumbuh. Melainkan tanah titisan darah Syekh Abdurrauf ini yang

tidak mau menerimanya. Dengan kata lain, tanah Aceh Singkil bukanlah habitat yang cocok untuk tanaman kopi.

Karena secara geografis dan ekologis, Aceh Singkil yang luasnya sekitar 2.187 km², termasuk daerah yang berdataran rendah, sedikit perbukitan dan berada di lekuk bibir pantai plus daerah kepulauan.

Posisi Aceh Singkil yang demikian, membuat daerah ini berhawa panas. Suhu udaranya setiap hari mencapai 27-36 derajat Celsius. Suhu yang demikian panas, tidak cocok ditumbuhi tanaman kopi. Apa lagi udara Aceh Singkil, mengandung uap air asin yang selalu ditiup angin dari laut.

Hamparan, dataran tanah Aceh Singkil menurut pakar botani, lebih cocok ditanami kelapa sawit dan karet. Sehingga tidak mengherankan, kelapa sawit ini telah menjadi tanaman primadona warga. Bahkan, telah menjadi ikon Aceh Singkil.

Apabila kita menyusuri jalan-jalan di Aceh Singkil. Di kirikan jalannya, sejauh mata memandang, kita menyaksikan berpuluh-puluh hektar hamparan tanaman sawit. Ada yang telah tua berbuah lebat dan banyak yang masih remaja yang berbunga pasir.

Sawit ini, di samping punya masyarakat, lebih banyak pula milik perusahaan. Malah di Aceh Singkil, ada puluhan perusahaan *bonafid* yang membuka perkebunan kelapa sawit lengkap dengan pabrik CPO-nya. Di antaranya

perusahaan peninggalan penjajah Belanda, PT. Succofindo namanya.

Kendati tanaman kopi tidak tumbuh subur di Aceh Singkil. Akan tetapi, warga yang berpenduduk sekitar seratus ribu lebih itu, tidak ada yang tidak mengenali buah kopi. Dengan kata lain, buah kopi ini bukanlah sesuatu yang asing bagi mereka.

Lazimnya daerah-daerah pesisir pantai, termasuk di Aceh Singkil, terutama daerah Pulau Banyak, Kuala Baru, Singkil, dan Gosong Telaga, buah kopi telah dijadikan bahan penyedap minuman. Bahkan tradisi minum air memakai rempah kopi telah menjadi budaya.

Bagi mereka kalau tidak minum kopi sehari barang segelas, dunia ini serasa berputar. Kepala pening, *nyut-nyut*, dan otak tidak encer berpikir. Apalagi bagi nelayan, saat melaut mencari ikan, kalau tidak minum kopi, badan terasa tidak segar alias lesu saat diterpa sang bayu. Karena itu tidaklah aneh, apabila di perkampungan-perkampungan Aceh Singkil, kita banyak menemukan kedai kopi. Warga setempat menyebutnya dengan nama *lapo kopi*.

Konon, istilah *lapo kopi* ini dikutip dari akronim 'La' yang berarti lapangan dan 'Po' berarti politik. Jadi *lapo kopi*, adalah lapangan politik. Tempat warga berhujah',

¹ Berargumen, berpendapat

berdiskusi, *mehota* dari membahas persoalan remeh temeh, berbagai perkembangan, dan isu-isu santer, tak terkecuali juga, persoalan kemasyarakatan.

Bahkan, berbagai masalah pemerintah, negara, dan politik ke kinian acap “dikuliti” di *lapo kopi* ini. Kalau lagi musim Pemilu, kontenstan sering menjadikan *lapo kopi* sebagai tempat kampanye yang murah meriah.

Minimal di *lapo kopi*, mereka mempersamakan persepsi terhadap persoalan yang ada. Dalam menyamakan persepsi ini kerap terjadi debat kusir atau pertengkaran kecil-kecilan. Layaknya, seperti acara *talkshow* di televisi. Masing-masing memainkan peran. Ada berperan sebagai pengulas, penanya, dan ada pula sebagai komentator. Pokoknya, *lapo kopi* ini selalu seru, riuh, dan ramai setiap hari.

Di *lapo kopi* inilah, biasanya masyarakat duduk berkumpul dan berleha-leha, “membunuh rasa suntuk” (*killing the time*) baik siang maupun malam hari. Mereka menghabiskan waktu duduk berjam-jam sembari menenggak segelas kopi, mengisap beberapa batang rokok plus melahap makanan ringan berupa bubur pulut ketan, goreng-gorengan, dan lain-lain.

Di beberapa *lapo kopi* yang terdapat di Gosong Telaga dan Kuala Baru, ada kuliner khas untuk sarapan pagi. Yaitu, pulut ketan dimakan dengan *lauk sambam* atau ada juga ketan yang *dikudok* dengan ikan goreng balado. Maknyusss!

Menariknya, di lapo kopi di antara pengunjung, nyaris tidak terlihat adanya perbedaan status dan strata sosial. Siapa yang besar suara dan pandai mengolah kalimat serta sedikit pintar beretorika, perkataannya sering didengar. Malah, ungkapannya pun acap dijadikan rujukan. Apalagi kalau dia mau merogoh kantongnya, membayar minum kopi dan rokok pengunjung. Wah, ia akan menjadi ‘bintang’ di *lapo kopi* itu.

Selain *mehota*, pengunjung ada juga yang bermain catur, main halma. Malah akhir-akhir ini, marak dan sedang digemari main batu domino. Entah kapan dan siapa yang membawa permainan yang membangun imajinasi ini ke Aceh Singkil? Banyak orang yang tidak bisa menjawabnya dengan pasti. Yang jelas, permainan ini telah menjadi tradisi di *lapo kopi*.

‘Tidaklah ramai dan semarak sebuah *lapo kopi*, kalau *lapo kopi* tersebut tidak menggelar permainan batu domino. Karenanya di *lapo kopi*, banyak ditemukan lapak mainan batu domino ini.

Permainan yang menggunakan kubus berukuran kecil empat persegi panjang dengan tulisan titik-titik yang ditafsirkan sebagai angka ini, dalam proses permainannya selalu dihempas. orang Aceh menyebutnya dengan *peh batee*. Batu ini terus dihempas oleh pemain yang terdiri dari

empat orang. Permainan e ini, oleh ibu-ibu di Aceh Singkil disebut, *menokok batu yang tak salase-salase*.

“Tak... tak... tak,” begitu bunyi hempasan batu domino yang terbuat dari bahan plastik campur fiber memecah kehening malam. Suara ini pun acap terdengar tingkah meningkah dengan bunyi jangkrik, cacing tanah atau binatang malam lainnya.

Memang, para pemain batu domino tidak bertaruh uang. Melainkan mereka hanya bertaruh jongkok. Ada juga taruhan orang yang kalah membayarkan kopi yang menang. Taruhan seperti ini lazim mereka dilakukan tanpa beban. Mereka berpandangan, hanya sekadar ‘penikmat’ permainan di lapo kopi.

Bila dicermati lebih dalam, peran *lapo kopi* sangat besar dalam pembangunan. Banyak ide-ide pekerjaan besar dan monumental yang diracik, dimatangkan, dan dikemas dalam diskusi lapo kopi. Lapo kopi menjadi ajang musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang) ala kampung. Misalnya, pembangunan masjid, jalan desa dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Tidak jarang, persoalan-persoalan sosial kemasyarakatan acap dibahas di *lapo kopi*.

Budaya *lapo kopi*, tanpa disadari telah membentuk karakter yang melekat pada masyarakat Aceh Singkil. Mereka kuat dalam berpikir dan daya ingat, karena pengaruh seringnya

bermain catur dan main batu domino. Pintar berdebat dan beretorika, karena acap berdiskusi di *lapo kopi* membahas berbagai persoalan. Konon petinggi dan orang-orang hebat di Aceh Singkil—termasuk anggota DPRK-- banyak yang berasal dari alumni ‘sekolah’ *lapo kopi* ini.

Singkatnya, *lapo kopi* di Aceh Singkil, telah menjadi multi fungsi. Sebagai tempat jualan air kopi dan penganan lainnya, kohesi sosial, tempat mehota sekaligus Musrenbang pembangunan, **sekolah sosial** dan juga sebagai ajang bisnis rumahan.

Sebagai ajang bisnis rumahan, *lapo kopi* yang ada di Aceh Singkil, telah mengindikasikan bahwa dari sinilah titik gerak ekonomi dimulai. Paling tidak, *lapo kopi* ini menunjukkan tingginya semangat warga dalam mencari nafkah untuk menyambung hidup atau *survival*.

Karena lumrahnya sebuah *lapo kopi* dan orang-orang yang berada di dalamnya, sejak pukul empat pagi, telah bangun dan melakukan aktifitas bisnis. Dari menyalakan api, menjarang air, membuat penganan sarapan, dan membuka pintu *lapo kopi* hingga melayani pengunjung yang mau makan-minum di *lapo kopi* tersebut.

Ada sebuah falsafah hidup yang dianut pedagang *lapo kopi* di Aceh Singkil:

‘kalau mau jualan kopi, bersiap-siaplah membuka warung kopi sebelum orang lain bangun dan aktifitas lain dimulai. Kalau tidak mau melakukan itu, jangan pernah membuka lapo kopi dan siap-siaplah menerima umpatan.’

Umumnya, tradisi minum kopi di daerah-daerah lain termasuk di Aceh disajikan dengan cara memasukkan biji kopi yang telah diracik dan dihalusi dengan mesin penggiling ke dalam cawan besar yang di dalamnya telah tersedia air panas. Lantas air yang telah dicampur bubuk kopi ini disaring lagi dengan saringan berbentuk kaus kaki. Saringan ini, secara berkala diangkat-angkat atau ditarik-tarik ke atas sebanyak dua atau tiga kali. Kemudian barulah air kopi itu dimasukkan lagi ke dalam ceret melalui saringan yang telah dipasang. Lantas dari ceret inilah air kopi dituangkan pada gelas yang ditaburi gula. Lalu disajikan kepada pengunjung warung kopi yang memesan. Jadi, proses penyaringan air kopi berlangsung sebanyak dua kali.

Berbeda dengan penyajian kopi di lapo kopi Aceh Singkil. Biji kopi, terlebih dahulu digongseng hingga bewarna hitam arang. Setelah itu, biji kopi ini ditumbuk menggunakan alu dan lesung. Sebelum ditumbuk, biji kopi tadi ditaburi dengan sedikit beras pulut, barulah ditumbuk hingga halus dan menjadi serbuk. Serbuk ini diayak hingga buah kopi halus seperti tepung.

Nah, serbuk tepung kopi inilah yang disedu di *lapo-lapo kopi* di Aceh Singkil. Penyeduan ini, masih ala tradisional, unik, dan ala rumahan. Kopi diseduh dengan cara memasukkan bubuk kopi dan gula secukupnya ke dalam gelas. Setelah itu, baru dituangkan air mendidik yang panasnya luar biasa. Air panas inilah secara alamiah langsung merebus kopi.

Setelah dibuat tadah berupa piring di bawah gelas, pelayan pun menghidangkan kepada pengunjung. Pengunjung mengaduk kopinya dengan sendok. Ketika diaduk bubuk kopi terasa pekat menyatu dengan air dan gula.

Jika penikmat menyeruput air kopi, ampas serbuknya turut bercampur dengan air yang diminum. Di titik inilah, minum kopi, terasa mantap dan nikmat. Kopi seperti ini, kalau di Aceh Singkil namanya kopi *pakek*. Di daerah lain, dinamakan lumpur atau kopi tubruk. Konon lebih dikenal dengan sebutan *turkish coffee*. Nah, bagi penggemar kopi, kunjungilah *lapo kopi* Aceh Singkil. Dahaga *coffein* Anda akan dimanjakan di sana.[]

KETIDAKSETARAAN DALAM KENIKMATAN WARUNG KOPI

Ismar Ramadhani

Ketika hendak membahas tentang warung kopi di Aceh, fokus kebanyakan orang bukanlah hanya pada jenis panganan atau objek wisata kuliner yang mampu dihadirkan olehnya, melainkan juga sebagai fenomena sosial, budaya dan politik yang unik dan sangat populer di Aceh. Wacana ini sudah termasyhur ke tingkat nasional bahkan skala dunia. Sampai-sampai ada istilah, jika syarat masuk syurga adalah mereka yang sering ngopi atau duduk di warung kopi, sudah dapat dipastikan orang Acehlah yang akan duluan masuk syurga.

Fenomena warung kopi memang sangat menarik minat dan perhatian banyak kalangan. Terutama bagi mereka yang memang sudah kecanduan ‘nongkrong’ di warung kopi, tentu sudah dapat merasakan betapa hebatnya sensasi kenikmatan yang disajikan. Mulai dari kualitas kopi dan panganan yang beragam, variasi dan fasilitas tempat yang dapat dipilih sesuai selera, wi-fi gratis dsb. Warung kopi di Aceh juga sangat terkenal sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi mengenai berbagai persoalan sosial, politik, pendidikan, dsb. Bahkan, kategori kelompok sosial yang

dihadirkan berbeda pada masing-masing warung kopi yang ada.

Namun yang menjadi perhatian saya adalah bahwa sayangnya sensasi itu tidak dapat dinikmati dengan nyaman-nyamannya oleh semua kalangan tanpa terkecuali. Masih ada pengkotak-kotakan dan penilaian yang timpang tentang siapa yang layak dan tidak layak untuk mengecap kenikmatannya. Sebut saja perempuan. Meskipun tidak terdapat aturan khusus yang melarang perempuan duduk di warung kopi, namun tetap saja stigma masyarakat terhadap perempuan yang duduk di warung kopi masih saja negatif. Dan tetap saja, yang mendominasi warung kopi masihlah pihak lelaki.

Hal ini diperkuat oleh sebuah penelitian oleh seorang mahasiswa Unsyiah, Rany Permata Sari yang berjudul *Perempuan Dan Warung Kopi (Analisis Terhadap Perilaku Perempuan Dan Persepsi Masyarakat di Kota Banda Aceh)*, yang menunjukkan bahwa keberadaan perempuan di warung kopi, melahirkan persepsi tersendiri dikalangan masyarakat Aceh. Masyarakat memandang keberadaan perempuan di warung kopi merupakan sebuah permasalahan karena tidak sesuai dengan adat dan budaya yang berlaku dalam tatanan kehidupan masyarakat Aceh. Hal ini belum seberapa, karena hal yang paling tidak mengenakan adalah ketika terdapat beberapa tokoh masyarakat dan akademisi yang dengan sangat tajam dan

tidak berperasaan mengeluarkan umpatan di media masa terhadap perempuan yang duduk di warung kopi.

Memang, dalam konstruksi sosial dimana hubungan yang terjalin menunjukkan masih adanya ketimpangan di sana-sini, terdapat berbagai simbol-simbol yang memperkuat dominasi kelompok dan menjadi pengabsah dalam mensubordinat kelompok lainnya. Kopi sendiri merupakan simbol maskulinitas bagi masyarakat timur. Bahkan, segala kenikmatan warung kopi sendiri sesungguhnya hanya dapat dinikmati oleh perempuan kelas menengah ke atas saja, karena kita tidak akan bisa menjumpai perempuan di kedai kopi tradisional. Di kedai kopi jenis ini perempuan hanya datang untuk membungkus kopi untuk dibawa pulang kerumah atau ke ladang untuk suaminya (Hafid Akbar dalam “Perempuan Aceh di Kedai Kopi”).

Yang menjadi pertanyaan mendasar, sesungguhnya dosa besar apa yang telah dibuat oleh perempuan ketika mereka duduk di warung kopi? Memang, senang tidak senang harus diakui bahwa tidak sedikit masyarakat di Aceh yang masih memiliki pola pikir dan perilaku tradisional dan konservatif. Berharap perempuan memperoleh perlakuan yang sama adilnya dengan laki-laki dalam konteks sosial di Aceh saat ini rasanya bagai mimpi di siang bolong. Tanyakan pada mereka tempat apa yang paling layak bagi perempuan? Sebagian besar akan dengan besar hati menjawab: di rumah. Saya tidak sedang ingin memperdebatkan peran domestik perempuan. Hanya saja, jika hal tersebut dijadikan

alasan untuk memenjarakan perempuan, mungkin kita harus berpikir ulang atas dasar kebijaksanaan dan keadilan. Yang menjadi pertanyaan kemudian, apakah hanya laki-laki saja yang makhluk sosial? Apakah laki-laki saja yang membutuhkan akses pendidikan (non-formal) dan informasi? Apakah hanya laki-laki saja yang berhak untuk mengembangkan potensi diri dan beraktualisasi selama itu tidak merugikan diri sendiri, orang lain dan mengenyampingkan peran lain yang telah dibebankan padanya?

Saya bukan tengah ingin mengkampanyekan asas-asas liberalisme dimana perempuan selayaknya diizinkan berperilaku bebas apalagi hingga taraf mengabaikan nilai-nilai esensial yang berlaku di masyarakat. Hanya saja, apa yang salah ketika perempuan ikut berdiskusi dengan laki-laki untuk saling bertukar informasi, pengetahuan dan pemikiran apalagi jika itu menyangkut kepentingan sosial? Bukankah di Aceh tidak sedikit perempuan yang juga aktif berperan sebagai aktivis, organisatoris, politisi, anggota LSM, ekonom, akademisi, pekerja pemerintah atau swasta, dsb? Dan apa yang salah dengan kondisi dimana perempuan ikut duduk di warung kopi sekedar mencari bahan kuliah dan mengerjakannya hingga selesai di warung kopi dengan menggunakan fasilitas *wi-fi* gratis yang cenderung memberi manfaat secara ekonomis bagi mereka? Apa yang salah dengan perempuan yang sekedar *refreshing* melepas penat dari aktivitas yang menyita energi, pikiran dan perasaan?

Senang tidak senang, masyarakat Aceh harus menerima kenyataan bahwa kondisi kekinian telah membawa perubahan pola pikir dan perilaku banyak kalangan, terutama mereka yang merupakan generasi baru. Masyarakat Aceh harus menerima kenyataan bahwa perkembangan teknologi dan informasi telah membawa kondisi perkembangan kesadaran akan kebutuhan para perempuan yang ternyata tidak jauh berbeda secara hakiki dengan laki-laki terhadap akses publik, hubungan sosial, pendidikan, politik, pemerintahan, dsb. Masyarakat tidak dapat lagi sepenuhnya memaksakan pemikiran dan keinginan mereka untuk mengurung anak gadisnya, istrinya, adiknya, kakaknya ibunya di rumah selama aktivitas yang dilakukan masih dalam batas yang wajar dan dapat ditoleransi.

Rasa takut semengerikan apa yang dimiliki oleh masyarakat ketika perempuan-perempuan mereka duduk di warung kopi? Memang, bisa saja mekanisme mengenai hal-hal yang dianggap dapat menimbulkan kekhawatiran oleh masyarakat diatur melalui kebijakan-kebijakan terhadap warung kopi maupun melalui pendidikan yang lebih efektif secara formal maupun nonformal? Namun sama saja, bukankah dalam konteks ini, perempuan tetap saja dimaknai sebagai pihak yang aksesnya terhadap warung kopi dibatasi—boleh duduk di warung kopi asalkan memenuhi persyaratan tertentu. Sedangkan pelaku maksiat dan hal-hal negatif bukan saja dapat dilakukan dan menimpa kaum hawa. Menyikapi hal ini, kebijaksanaan

yang dimiliki manusia hendaknya dipakai untuk membentuk masyarakat yang berkualitas dengan cara-cara yang pantas dan manusiawi, memperlakukan dengan adil selayaknya sama-sama manusia untuk memperoleh hak dasar yang sama.

Terutama menyangkut warung kopi, tidak sedikit pula pihak yang menyatakan bahwa warung kopi memang merupakan tempat dengan segudang inspirasi. Warung kopi seolah memiliki *magicnya* tersendiri. Tidak sedikit yang menghasilkan karya, dan malah hanya dapat menghasilkan karya bila sudah duduk di warung kopi. Tidak sedikit lembaga, gerakan, kebijakan, aspirasi, dan hal-hal krusial lainnya yang lahir di warung kopi. Tidak sedikit pula yang tumbuh menjadi sosok yang cerdas, kritis, punya kapasitas sosial politik yang mumpuni melalui warung kopi. Dan ini berlaku baik bagi laki-laki dan perempuan.

Dan sedikit mengutip pernyataan pada tulisan Hafid Akbar, bahwa kedai kopi di Aceh sejatinya menjadi tempat sosialisasi yang merupakan aktualisasi dari kemanusiaan. Namun, identitas dan konstruksinya telah menyekat kemanusiaan, aktualisasi manusia dilihat berdasarkan sekat tersebut, berdasarkan gender dan jenis kelaminnya. Keduanya menutupi sisi kemanusiaan yang berada dibalik identitas tersebut, membangun sekat untuk membangun dominasi, yang terlegitimasi oleh narasi besar keagamaan dan kebudayaan. Semuanya dibentuk dalam relasi kuasa dan pengetahuan, nilai-nilai dibentuk dari serangkaian makna

yang diambil dan dikembangkan dalam *setting* kebudayaan. Kedai kopi harusnya menjadi ruang ekspresi kemanusiaan, tanpa dilucuti oleh pagar gender dan seksualitas yang menyilaukan. Karena kedai kopi akan kehilangan essensinya ketika fungsinya sebagai ruang kontemplasi sosial dilucuti oleh wacana yang menindas. Sudah seharusnya evolusinya dibiarkan berakar dari resistensi masyarakat bukan tarikan dan kontestasi nilai-nilai.

Demikianlah kehebatan yang dimiliki oleh warung-warung kopi yang terdapat di Aceh. Sehingga jika dengan mengecap kehebatan itu saya dicap menjadi hina, sepertinya saya harus menyesal karena telah dilahirkan sebagai seorang perempuan.

BAGIAN KETIGA

ESPRESSO – YOURSELF! **KOPINOLOGI DI MASA DEPAN**

“Coffee is a language in itself”

(Jackie Chan)

“KOPI, NGOPI, Wi-fi”

Ketika Warkop Aceh Menggeser Simbol Maskulin

Muhajir Al Fairusy

(Mahasiswa Antropologi UGM, Yogyakarta dan
Peneliti di lembaga PKPM Aceh)

Empat orang perempuan usia hitungan dua dekade, berhijab dan dipadu dengan celana *jeans*, duduk di sudut ruangan tengah sebuah warung kopi, mengitari meja petak persegi yang memang diperuntukkan untuk setiap pengunjung warung tersebut. Di atas kursi dan meja ini, kenyamanan untuk pengunjung disuguhi, Di hadapan mereka ada laptop yang berjejer mengikuti lingkaran posisi duduk, dipenuhi oleh cangkir-cangkir kopi setinggi 10 sentimeter dan beberapa piring kecil (Aceh: *cupee*) berisi kue. Sinyal *wi-fi* telah lama menembus layar dinding laptop mereka-sejak mereka mengetahui *password* dari sang pelayan. Keberadaan *wi-fi* telah menjadi menu utama pelengkap kopi di warung kopi Aceh. Sekali-kali tangan mereka memegang *smartphone android* dan dilakukan lebih sering daripada jemari mereka mengetuk *keyboard* laptop. Adakalanya, mereka saling bertatapan sembari bercakap-cakap lalu tertawa lepas. Perilaku sekelompok

kecil para gadis tersebut tak ubahnya perilaku beberapa pengunjung lain yang didominasi oleh laki-laki.

Diskusi-diskusi yang dibangun dalam interaksi di warung kopi, cenderung melahirkan multiwacana seiring dimensi waktu tak menentu. Dalam rubrik budaya, yang ditulis surat kabar Kompas, menurut LK Ara, bahwa aktivitas warung kopi yang telah dimulai sehabis shalat subuh tersebut terus berlangsung hingga malam hari. Adapun obrolan dan diskusi yang dieksplorasi oleh pengunjung sangat beragam, mulai dari sosial politik, ekonomi, hingga urusan kesenian (Kompas, 2011).

Mengenai potret warung kopi sebagai bagian demokrasi (tanpa mengikat pada simbol ruang publik), sebelumnya pernah saya tulis pada satu artikel lepas, dan dimuat dalam blog Aceh Institute-online. Saat itu, saya menceritakan mengenai fungsi warung kopi di Aceh. Tulisan tersebut sebenarnya menyinggung warung kopi di Aceh sebagai arena politik informal.

“...Fungsi warung kopi memang tidak diragukan lagi, dia telah menjadi institusi sosial paling efektif masyarakat Aceh, untuk merangkai jaringan sosialnya, mencari sumber informasi, tempat untuk melakukan pertemuan, tempat negosiasi bisnis hingga penguat tim sukses dalam konteks pilkada. Ruang publik untuk semua golongan menjadikan warung kopi sebagai media efektif dan makin sakral di medan pilkada saat aroma-aroma politik ditabuh dan menebar di masyarakat Aceh. Sekilas di warung kopi kita tidak akan menemukan struktur di

sana, karena di sana pembauran individu, kelompok dalam sebuah ruang seakan melepaskan baju status dan identitas simbol kelas sosial, masing-masing sibuk tertawa, canda dan sekali-kali berwajah serius sambil meneguk kopi perlahan-lahan hingga tuntas. Namun, apabila kita menelusuri lebih dalam, maka akan tampak bahwa kelas-kelas itu ada, meja-meja yang dihuni oleh para politikus, mahasiswa, LSM, buruh hingga orang-orang sekedar ngopi bisa ditemukan. Pembahasan pun kian berbeda antar satu meja dengan meja lain. Ruang publik itu penuh dengan makna, tidak hanya sekedar melepas canda tawa, tapi sarat akan fokus sebuah misi para pengopi. Tidak sedikit tim sukses para calon “raja” hadir, dan memenuhi ruangan itu, nuansa politik pun kini mewarnai. Kadang para tokoh pendukung berkumpul bersama yang menarik perhatian para pengunjung. Secangkir kopi adalah pemantik diskusi dan misi dalam sebuah meja saat isu-isu politik digulirkan, segelas sanger selain menjadi minuman khas juga menjadi penegas bahwa kompetisi politik akan segera dimulai. Meja-meja warung kopi kadang tidak jarang menjadi garis batas penegas, “inilah kaum kami,” namun sebenarnya inilah ruang dan media utama resolusi konflik kalau kita mau mencermati lebih dalam, karena dalam ruang ini kadang lawan politik harus berdekatan, dan terjadinya negosiasi wajah.”(Al Fairusy, 2012)

Diskusi yang saya bangun saat itu, sekedar membongkar sinyal-sinyal negosiasi (komunikasi), dan wacana politik di warung kopi di Aceh. Pun demikian, warung kopi bisa disebut sebagai “public sphere” (ruang publik), dan arena

politik bagi masyarakat dan *elite*. Negosiasi politik yang memiliki legitimasi informal di Aceh, memang cenderung memilih warung kopi sebagai arena utamanya. Mengingat golongan dari berbagai kelas sosial berkumpul di sini. Dalam perkembangannya, “kopi” adalah topik yang mulai sering didiskusikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (termasuk Aceh), terutama menyangkut tempat dan jenis kopi yang akan diseruput. Tidak berhenti dalam konteks perbincangan, kopi juga telah merambah dalam lembaran-lembaran kertas bermuatan kajian sosial humaniora, persis seperti kafein yang merambah ke dalam sebuah wadah rongga cangkir yang siap diseruput.

Dalam beberapa kajian, khususnya tentang kopi dan *ngopi* di Aceh, muncul persepsi dan kecenderungan yang menggelar deskripsi ketidaksteraan gender dan menganggap warung kopi di sana bagian dari totalitas arena publik yang hanya diperuntukkan untuk kaum laki-laki. Lebih tepat, ingin menyebut bahwa warung kopi merupakan arena milik dan didominasi oleh kaum laki-laki. Sekilas, asumsi ini dipengaruhi oleh keberadaan sebagian besar warung kopi di Aceh, yang memang kerap merepresentasi kehadiran laki-laki, mulai dari pagi hingga pertengahan malam, makhluk ciptaan Tuhan pertama sekali bernama dan berjenis kelamin laki-lakilah yang paling sering ditemui di warung kopi. Kehadiran mereka di warung kopi telah menjadi pembenaran tradisi dari sejak dulu, dibanding kehadiran perempuan yang dianggap tabu dan penuh persepsi-persepsi miring di tengah masyarakat Aceh tempo dulu.

Pada awal perkembangan warung kopi, kehadiran laki-laki di warung kopi mendominasi, dari sekedar menghabiskan waktu karena tidak ada pekerjaan, ruang interaksi sosial, sekaligus tempat menggali segala informasi di tengaaah masyarakat. Laki-laki sebagai aktor utama dalam struktur sosial masyarakat Aceh, secara otomatis menguasai dan paling ramai ditemui di warung kopi. Pada saat itu, perempuan yang hadir dan menyeruput kopi di warung kopi dianggap kurang beretika secara kultur dan nilai yang ada dalam masyarakat Aceh, yang selalu memenangkan dan membenarkan laki-laki dalam setiap arena publik.

Namun, jika ditilik dari perjalanan panjang sejarah warung kopi di Aceh, ruang publik ini justru telah melakukan banyak perubahan akan keberadaan, status dan fungsinya, hampir seluruh ruang warung kopi di Aceh bertransformasi secara radikal dalam konteks tersebut. Jika membaca novelnya *Achdiat Karta Mihardja-Atheis*, maka kita akan paham makna perubahan, karena perubahan adalah keniscayaan dalam dunia waktu. Pun demikian warung kopi, sebagai produk kebudayaan manusia Aceh, arena kebudayaan ini perlahan mengubah diri dari ruang yang terkesan maskulin menjadi ruang publik yang membuka diri, dan ikut memberikan hak kesetaraan bagi kaum perempuan Aceh sebagai pengunjung, untuk sama-sama dapat menikmati kesan ruang publik di dalam warung kopi. Seiring perubahan fisik diikuti oleh perubahan persepsi, kesan tabu perempuan *ngopi* di warung kopi, dan simbol kopi adalah semata-mata kejantanan, kini mulai digeser

dan memudar. Perempuan Aceh, mulai ikut menunjukkan eksistensi mereka lewat secangkir kopi, ikut *ngopi* dan memanfaatkan *wi-fi* warung kopi hingga tengah malam. Meskipun, fenomena perempuan *ngopi* masih kalah secara jumlah dibanding kehadiran kaum laki-laki, dan pandangan-pandangan miring jika perempuan berbaur di warung kopi hingga tengah malam masih terdengar. Tentunya, kondisi ini setidaknya telah menunjukkan perjalanan warung kopi di Aceh bukan lagi ruang publik laki-laki. Komodifikasi fungsi dan ruang dengan *make-up* interior di dalamnya yang menarik dan memberikan kesempatan pada pengunjung dari berbagai latar dan jenis kelamin, penanda memudarnya persepsi tabu *ngopi* di warung kopi bagi perempuan.

Keberadaan warung kopi ditengarai telah ada sejak zaman penjajahan Belanda yang diperkenalkan oleh masyarakat etnis Cina-Tionghoa (Mauriza, 1998). Konon, keberadaan warung kopi yang pada saat itu hanya disinggahi kaum laki-laki, pada awalnya dibiarkan oleh kolonial, strategi untuk pembunuhan karakter orang Aceh yang gigih. Suasana warung kopi sebagai tempat bersantai, dipandang dapat membuat pengunjung terlena, sehingga orang Aceh tidak sempat memikirkan perang dan strateginya. Namun, siapa sangka ruang publik ini menjelma dan menjadi bumerang bagi Belanda. Diskusi dari negosiasi wajah yang lahir, justru konsep-konsep perlawanan terhadap kolonial. Karena itu, keberadaan warung kopi sempat dipantau dan dilarang oleh pemerintah Hindia-Belanda saat itu. Peran dan fungsi warung kopi sebagai ruang publik terus berlanjut hingga

sekarang. Pengunjungnya juga masih didominasi oleh kaum laki-laki. Sebelum tsunami melanda Aceh, warung kopi menjadi *icon* penegas identitas maskulinitas di tengah masyarakat. Namun, perlahan pascatsunami, ruang publik ini memberikan hak pada perempuan untuk ikut bersama terlibat di ruang publik ini. Kondisi ini, menunjukkan adanya pergeseran simbol yang terjadi pada status warung kopi di Aceh.

Perubahan yang radikal terjadi pada warung kopi di Aceh mengenai tema kesetaraan gender akan didiskusikan dalam tulisan singkat ini. Fokus pengamatan dan pengumpulan informasi dilakukan di sejumlah warung kopi yang tersebar di Kota Banda Aceh. Pemilihan Kota Banda Aceh sebagai lokasi penelitian, mengingat kota ini miniatur Aceh, di mana segala kelompok manusia di seluruh Provinsi Aceh ada di sini, selain kota ini merupakan titik pancar pembangunan dan *icon* keacehan. Perubahan sosial di Banda Aceh merepresentasi perubahan Aceh itu sendiri. Selain itu, data juga diungkapkan dari pengalaman penulis sebagai penduduk Banda Aceh. Pun demikian, penguatan data melalui beberapa bacaan tidak diabaikan, terutama yang berhubungan dengan tema.

Transformasi warung kopi dalam tulisan ini dikemas melalui fusi dari tiga kata "*Kopi, ngopi dan Wi-fi,*" untuk memudahkan membaca perjalanan perubahan yang dimaksud. Bagaimanapun, ruang publik di tengah masyarakat Aceh ini lihai menyesuaikan diri dengan perkembangan global,

dan tetap menunjukkan eksistensinya sebagai tempat yang masih dan paling diminati oleh masyarakat Aceh. Eksistensi warung kopi belum mampu digeser oleh keberadaan ruang publik dan pasar lain yang mulai berdatangan, seperti *Mall* dan bioskop yang begitu amat difavoritkan di kota lain justru belum terlalu menjadi arena yang lebih ramai dibanding warung kopi. Tulisan ini dibagi dalam tiga sub-bab, masing-masing komponen sub tersebut mencoba memberi deskripsi tersendiri sesuai dengan tema. Deskripsi singkat ini, juga akan menceritakan bagaimana kehidupan sosial masyarakat Aceh dengan warung kopi yang tak dapat dipisahkan.

Warung Kopi ; Simbol Maskulinitas di Era 90-an

Ernst Cassirer dalam bukunya *Manusia dan Kebudayaan ; Sebuah Esei Tentang Manusia* (1990) menyebut manusia adalah *animal symbolicum*. Eksistensi dan kesadaran manusia diawali dari memberi simbol-simbol melalui bahasa. Simbol sebagai penanda menjadi sangat penting bagi manusia. Demikian juga Geertz, menyebut bahwa manusia terjebak pada jejaring simbol yang diciptakannya. Pun demikian, simbol dalam kajian kebudayaan harus ditafsirkan dan dimaknai karena cenderung implisit. Perilaku kumpulan individu di warung kopi Aceh, pada dasarnya menggiring kelahiran simbol yang dirajut bersama di sana. Warung kopi tidak boleh berhenti dibaca sekedar *icon* yang menunjukkan tradisi dan kultur masyarakat Aceh. Makna-makna implisit yang ada di tengah ruang publik ini,

harus dirasakan, dilihat dan dibaca. Keidentikan warung kopi dan laki-laki (Aceh ; *Ureung Agam*) telah berkembang di tengah masyarakat terutama di era 90-an. Warung kopi dan laki-laki merupakan simbol utama yang paling mudah dilihat dan dirasakan untuk menunjukkan simbol maskulinitas.

Pagi-pagi sekali di tahun 1994, saat Banda Aceh masih berbenah diri menjadi sebuah kota lokomotif Aceh, kendaraan masih dapat dihitung jari, tanah kosong yang kini diperebutkan dengan harga selangit menghampar luas dan masih hitungan ribuan rupiah permeter, saya keluar dari rumah menuju ke *madrasah* tingkat dasar di sekitar kawasan Jambotape, Banda Aceh. Hari itu, tatkala berangkat ke sekolah, Emak saya menitip sebungkus kantong plastik berisi puluhan telur ayam kampung yang dipelihara oleh ayah di belakang rumah kontrakan kami. Ayah memiliki beberapa kandang ayam yang dibuatnya sendiri, rutinitas domestik di luar jam kerjanya sebagai karyawan tetap Hotel Medan-Peunayong. Beberapa ekor ayam kampung sengaja dipelihara hingga bertelur banyak dan berpotensi untuk dijual guna menambah ekonomi keluarga. Meskipun, tidak sedikit “unggas” peliharaan tersebut sering dicuri oleh penduduk tempatan (Aceh ; *asoe lhok*) karena kami adalah pendatang di Kampung Lamgugob. Telur ayam peliharaan ayah sering *surplus* untuk dikonsumsi sendiri, maka sebagian besar dijual pada pemilik warung kopi atau kedai-kedai dekat rumah yang mau membelinya. Tugas saya setiap seminggu dua kali adalah membawa telur bernilai ekonomis tersebut

ke sebuah warung kopi di sebuah sudut jalan Kampung Lamgugob. Telur ayam menjadi salah satu kebutuhan dan pelengkap warung kopi Aceh saat itu, karena telur dimaknai sebagai simbol seksualitas kejantanan laki-laki. Telur sering diolah dalam dua bentuk di warung kopi sesuai permintaan pengunjung, dikocok dan dicampur dengan secangkir kopi hingga warnanya tampak seperti kopi susu dan berbuih. Cara kedua, telur dimasak setengah matang, lalu disajikan dalam kondisi kenyal setelah ditambah garam dan merica. Mengonsumsi telur ayam kampung saat itu di warung kopi selain trend di kalangan laki-laki Aceh, juga diyakini bagian dari kejantanan. Karena itu, hampir seluruh isi dagangan di warung kopi kecuali kue yang dibawa perempuan pedagang, keseluruhannya mewakili simbol kaum laki-laki termasuk rokok pada era 90-an.

Era 90-an, saya masih dapat melihat langsung, bagaimana ruang publik ini memang dikondisikan dan diperuntukkan untuk kaum laki-laki, mulai dari usia muda hingga orang berumur senja. Kebiasaan berkumpul dan *ngopi* sejak pagi hari telah dimulai saat itu. Para pengunjung, sebagian duduk di dalam warung, yang lain memilih berdiskusi di bawah pohon rindang yang bersebelahan dengan warung tersebut. Tidak hanya di warung kopi gampong tempat saya tinggal, beberapa kali ayah juga sering membawa saya ke warung kopi *Abu Solong Uleekareng*, terutama selepas kami berjogging pada pagi hari di jalan pinggir sungai jembatan Lamnyong hingga Krueng Cut. *Solong* pada saat itu telah menjadi *icon* warung kopi paling penting di Aceh.

Letaknya berdekatan dengan simpang tujuh, titik kumpul dan bertemunya manusia dari tujuh arah persimpangan. Di Solong, nuansa warung kopi semakin mengental, keramaian pengunjung lebih pekat terasa, riuh dan gaduh beriringan dengan mesin penggiling kopi yang menebar aroma ke seluruh sudut warung kopi ini. Apalagi, saat itu Solong merupakan salah satu warung kopi favorit klub sepakbola Banda Aceh-Persiraja. Beberapa kali, saya diperkenalkan ayah dengan pemain Persiraja yang kerap menyeruput kopi pagi di sana, salah satunya yang paling sering saya temui adalah M. Basir, penjaga gawang paling top dan melegenda dalam klub Persiraja kebanggaan orang Aceh saat itu.

Telur yang saya bawapun, baru kemudian di usia remaja saya tahu fungsinya, selain untuk stamina juga dipercaya secara turun temurun sebagai pendongkrak vitalitas kaum laki-laki. Pada saat memasuki warung, saya sempat berpapasan dengan beberapa orang perempuan yang juga membawa beberapa kantong plastik berisi kue, kemudian diserahkan ke pemilik warung. Selanjutnya, mereka pulang ke rumah, dan saya melanjutkan perjalanan ke sekolah. Perempuan tadi, baru kembali ke warung kopi yang sama pada sore hari, untuk mengambil keuntungan penjualan setelah dipotong persentase oleh pemilik warung kopi. Jadi, dunia perempuan di warung kopi pada saat itu hanya demikian aktivitas mereka, pergi pagi dan pulang sore mencari keuntungan penjualan kue dari pengunjung warung kopi.

Sebelum tsunami, kehadiran warung kopi di Aceh memang dibangun dan hanya diperuntukkan bagi kaum laki-laki,, terutama kalangan pemuda dan orang dewasa. Bahkan, anak-anak di bawah umur pun dilarang keras “ngopi” di warung kopi pada saat itu. Kelompok rentan ini (perempuan dan anak-anak) dilarang keras berada di tengah warung kopi jika tak ada keperluan berarti. Di kampung saya misalnya, kampung yang dianggap pedalaman dan berada di bawah administrative Kecamatan Seulimum Aceh Besar, ruang-ruang warung kopi memang hanya dikunjungi oleh kaum laki-laki yang sudah berusia dewasa, lanjut dan anak-anak muda yang sudah disunat dan “*baligh*.” Anak muda yang sudah dapat berbaur di warung kopi saat itu dipandang sebagai sebuah simbol untuk melihat seseorang itu dewasa di tengah masyarakat. Bahkan, hingga sekarang di kampung saya, perempuan juga masih tabu dan dilarang duduk di warung kopi.

Duduk di warung kopi pada saat itu, memiliki tujuan dan kesenangan tersendiri bagi kaum laki-laki, selain arena negosiasi wajah, bertukar informasi dan tempat melihat layar televisi. Televisi merupakan teknologi pertama yang hadir dengan kekuatan audiovisualnya, sehingga membuat orang-orang kampung yang belum pernah melihatnya tersedot ke warung kopi. Pemilik warung kopi memiliki modal cukup untuk menghadirkan televisi sebagai magnet bagi bapak-bapak dan anak muda. Setiap hari, film-film komedian, musik hingga *blue film* yang menjadi barang langka telah menarik minat pengunjung setiap

hari berkunjung ke warung kopi. Bahkan, di Banda Aceh dulu dikenal beberapa warung kopi yang kerap memutar *blue film* pada pengunjungnya, salah satunya warung kopi yang bersebelahan dengan Sinbun Sibreh pas di depan Mesjid Raya Baiturrahman. Para laki-laki bebas menonton hasil eksploitasi terhadap tubuh kaum perempuan oleh industri film porno yang telah merengsek masuk ke tengah masyarakat kala itu.

Lalu di mana kaum perempuan?, struktur sosial di Aceh saat itu telah membagi dunia perempuan dan laki-laki. Laki-laki masih menjadi penguasa lewat budaya patriarki yang hidup di tengah masyarakat. Adapun kaum perempuan, selain di rumah mereka hanya diperbolehkan datang ke ladang dan sawah membantu laki-laki bekerja mengumpulkan mata pencaharian. Ruang publik dan pemerintahan lokal, nyaris melarang perempuan terlibat, dan sudah menjadi konsensus yang dimaklumkan bersama. Kondisi perempuan diciptakan berada pada garis subordinat. Perempuan, hampir tak dapat ditemukan batang hidungnya seperti sekarang di warung kopi, ruang publik lain dan sektor pemerintahan tradisional. Jikapun ada, mereka adalah sekedar pedagang kue industri rumahan, yang datang pagi-pagi sekali ke warung kopi setiap hari membawa sebungkus plastik, lalu diserahkan pada pemilik warung, tak lama kemudian menghiasi rak kue yang akan menjadi pasangan seruput kopi kaum laki-laki. Tidak ada perempuan duduk berbincang dan berdiskusi di warung kopi. Kondisi ini menunjukkan, jika kiprah perempuan yang hanya dalam sektor domestik

dan laki-laki di ruang publik telah disahkan oleh pranata dan lembaga sosial. Kondisi ini sekaligus telah memperlihatkan struktur sosial yang timpang (Lihat Abdullah, 2003).

Kondisi demikian kian diperkuat oleh mitos pantangan (Aceh : *hammee*) bagi kaum perempuan yang terlibat di arena warung kopi, karena struktur sosial dibangun sedemikian rupa, terkesan begitu kental aroma maskulinitas pada awal keberadaan warung kopi, yang terus tersebar di tengah masyarakat. Pantangan ini disetujui dan disepakati oleh sistem sosial, sehingga perempuan dianggap kurang sopan dan melanggar norma moral (Aceh : *Hamme*) jika mereka ikut duduk semeja dengan laki-laki. Bagaimanapun, dunia laki-laki dan perempuan di Aceh pada sisi publik memang selalu dikondisikan terpisah. Karena itu, sektor publik dan pemerintahan lokal pada beberapa tempat kerap menonjolkan sisi maskulinitasnya di Aceh. Laki-laki memiliki otoritas mutlak pada saat itu.

Tsunami dan Titik Transformasi Warung Kopi Aceh

Tsunami yang menghantam Aceh pada tahun 2004, tidak sekedar bencana dahsyat dan menjadi momentum paling bersejarah bagi masyarakat Aceh khususnya, dan Indonesia umumnya. Tsunami seperti pintu waktu yang menjadi titik perubahan sendi kehidupan paling fenomenal. Selain memadamkan api konflik yang telah berkecamuk dan berlangsung sekian lama, tsunami juga mengubah *landscape* kehidupan sosial dan kultural masyarakat Aceh

dalam perjalanan waktu berikutnya. Dimulai dari Banda Aceh sebagai lokomotif dan jantung peradaban Aceh, perubahan masyarakat pascatsunami dapat dijadikan sebagai alasan untuk menyatakan Aceh mengalami transisi dan transformasi sosial yang tak pernah dibayangkan sebelumnya. Banda Aceh mengalami lompatan perubahan yang tak pernah terbayangkan sebelumnya. Struktur sosial dan politik ikut mempengaruhi iklim perubahan di Banda Aceh.

Selama satu dekade lebih sejak pascatsunami, kita dapat menyaksikan kancangnya perubahan yang terjadi dalam tatanan sosial masyarakat Aceh dari banyak segi. Salah satunya, munculnya peranan perempuan yang semakin masif di ruang publik dan sektor pemerintahan. Otoritas yang dulu hanya di genggam oleh laki-laki kini mulai dibagi. Struktur sosial yang tadi begitu kental membentuk laku maskulin, perlahan mencair dan mulai bergeser. Keterlibatan perempuan sejak dibina oleh beberapa NGO mulai nampak batang hidungnya di arena publik, termasuk keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan mengatur dan membangun gampong. Pun demikian dengan warung kopi, khususnya di Banda Aceh. Kedai kopi telah membuka diri untuk kehadiran kaum perempuan yang semakin berani setiap hari merambah hingga ke sudut ruang publik ini.

Kehadiran perempuan di warung kopi menunjukkan bagian dari proses perjalanan sebuah perubahan yang dimulai sejak pascatsunami, dan masuk dalam terma *Aceh Baru*.

Diawali dari kedatangan kelompok perempuan luar Aceh yang datang sebagai pekerja NGO dan LSM, kerja-kerja melibatkan perempuan ke ruang publik semakin berani. Meskipun, pada awal kehadiran mereka ke warung kopi sekedar mencari tempat hiburan untuk berkumpul bersama teman sepekerjaan. Saya kira mereka tentu tidak pernah memahami pakem sosial terkait larangan tak tertulis jika perempuan dipandang tabu oleh masyarakat Aceh duduk di warung kopi. Namun, pada saat proses pemulihan dari trauma dan kepanikan, kondosi sosial dan tradisi lokal tentu tak mendapat perhatian penuh. Perhatian masyarakat terfokus pada kondisi mengurus diri dari kerusakan parah yang diterima, dan bagaimana melanjutkan hidup. Perempuan pekerja NGO mulai masuk satu persatu berbaaur bersama pengunjung laki-laki lain di warung kopi. Bahkan, setiap pagi hingga hari, keberadaan mereka di sana ikut *ngopi* dapat ditemui, sebagian mengaku membahas berbagai program kerja atau melepas penat dan bosan di tempat hiburan satu-satunya di Aceh.

Pada awalnya, sikap dan aktifitas perempuan luar di warung kopi kurang mendapat simpati oleh masyarakat luas, tidak sedikit yang sinis melihat fenomena baru ini dengan membenturkannya pada persoalan agama dan nilai lokal. Perlahan, masyarakat urban di Banda Aceh mulai menerima kondisi demikian, dilanjutkan oleh perempuan karir berikutnya yang memanfaatkan warung kopi sebagai ajang interaksi sosial sesama kolega tempat bekerja. Kemudian, baru mahasiswi dan pelajar perempuan pun mulai berani

untuk sama-sama terlibat sebagai pengunjung warung kopi seiring bertambah pesatnya pertumbuhan warung kopi di Aceh. Kondisi ini, menunjukkan jika keterlibatan perempuan di luar rumah telah menandakan mereka berusaha merekonstruksi sejarah hidupnya, dengan membangun identitas baru bagi dirinya, tidak hanya sebagai ibu/istri, tetapi juga pekerja dan wanita karier (Abdullah, 2003 : 13).

Menjamurnya warung kopi memang telah menjadi icon sekaligus *make-up* nya beberapa kota di Provinsi Aceh. Khususnya Kota Banda Aceh, yang menjadi lokasi titik perhatian dalam diskusi ini. Sebagai pusat ibukota sekaligus lokomotif, Banda Aceh memiliki karakter dan ciri tersendiri diantara banyak kota-kota besar di Indonesia lainnya. Jika kota besar lain kerap menyugahi Mall, bioskop dan pusat pembelanjaan yang dibangun dengan arsitektur nan megah, Banda Aceh menghadirkan pusat hiburan berupa menjamurnya ruang publik bernama warung kopi. Karena itu, belakangan dalam banyak perbincangan, di mana-mana Aceh selalu dikaitkan dengan kopi dalam kurun satu dasawarsa terakhir. Keterlekatan antara Aceh dan kopi satu sisi membawa dampak pencitraan mulus dalam rangka menggeser posisi citra buruknya seperti ganja dan konflik yang sering dikaitkan dengan Aceh. Tidak berlebihan, jika salah satu sura kabar ternama di Indonesia-harian Kompas (2011) pernah memberi julukan untuk Aceh dengan istilah “*Aceh Negeri 1001 Warung Kopi,*” untuk menegaskan vitalnya keberadaan warung kopi di sana.

Tentunya, kehadiran dan menjamurnya warung kopi tak hanya dilihat sebagai icon budaya masyarakat Aceh. Beberapa persoalan dan keunikan perubahan yang terjadi dalam arena ruang publik warung kopi harus digali secara mendalam, dari kehadiran hingga makna warung kopi sendiri bagi pengunjungnya. Salah satunya, pada awal kehadiran warung kopi di Aceh, ia distereotipekan sebagai ruang maskulin. Bahkan, ada larangan tak tertulis yang bermuatan tabu di tengah masyarakat Aceh, perempuan tidak dibenarkan oleh tradisi ikut kumpul duduk berbaur di warung kopi. Karena itu, sebelum tragedi tsunami, dapat dipastikan hampir di setiap sudut kampung dan kota di Aceh yang ada warung kopi, tidak pernah tampak manusia berjenis kelamin perempuan menyeruput kopi di sana.

Di sisi lain, warung kopi di Aceh juga melakukan transformasi penyesuaian diri dengan laju teknologi dan globalisasi. Kehadiran *wi-fi* sebagai perangkat utama untuk mengakses internet misalnya, menjadi bagian penting kemudian hari yang melekat pada sebagian besar warung kopi di Aceh. Artinya, warung kopi bukan lagi sekedar ruang publik tempat manusia dan kelompok berkumpul, menegosiasikan wajah untuk bertukar informasi. Ruang publik ini berubah dan menjelma menjadi ruang penting bagi individu untuk berkomunikasi tanpa harus ada manusia lain melalui arena virtual. Warung kopi sebagai tempat berkumpul, bercerita dan melakukan interaksi sosial juga mengalami pergeseran, di mana *wi-fi* memastikan siapapun individu dapat hadir ke sini tanpa harus menonjolkan laku kebersamaan.

Pun demikian, fungsi warung kopi sebagai ruang publik masih terus bertahan. Meskipun pola dan cara interaksi sosial telah bergeser dari negosiasi wajah dan sentuhan fisik bergeser ke arena yang bersifat virtual. Konsep warung publik memang sebagai tempat interaksi sosial, terlepas pola dan model yang dilakukan. Sebagaimana dijelaskan oleh Hardirman bahwa ruang publik berkaitan dengan aktivitas suatu komunitas bahasa (*Sprachgemeinschaft*) dan bahkan dengan *sensus communis* (akal sehat) manusia, karena itu ruang publik terbentuk lewat interaksi dan komunikasi sosial (Hardiman, 2010 : 10).

Kesetaraan di Tengah Warung Kopi Wi-fi Aceh

Hari ini, saat berkunjung ke warung kopi di Banda Aceh, maka suasananya seperti yang dideskripsikan pada awal diskusi pembukan tulisan ini. Perempuan dapat duduk dan menikmati layaknya kaum laki-laki apa yang disuguhkan oleh warung kopi, termasuk *wi-fi* selain kopi. Kesan tabu dan *hammee* telah hilang, perlahan perempuan Aceh terus merambah dan berperan aktif di sektor dan ruang publik. Pagi, siang dan sore hari, meskipun jumlah laki-laki masih mendominasi di warung kopi, karena perempuan harus membagi peran mereka, rumah dan sektor publik, kehadiran perempuan dapat ditemui di sana. Perempuan dapat berbagi cerita, pikiran melakukan diskusi layaknya seperti kaum laki-laki.

“... dari domain (ranah) domestik dan publik terlihat dengan jelas bagaimana realitas hidup perempuan dibangun dan direproduksi terus menerus untuk memperkuat ideologi gender yang berkaitan langsung dengan ideologi familialisme di dalam masyarakat. Berbagai usaha dekonstruksi telah pula berlangsung yang menunjukkan betapa perempuan sendiri melakukan usaha-usaha aktif untuk membangun suatu realitas kehidupan.” (Abdullah, 2003 : 18).

Usaha perempuan keluar dari ruang domestik dan tradisi lokal yang mengungkung mereka, menunjukkan peran untuk mencapai posisi kesetaraan diperjuangkan oleh mereka sendiri. Warung kopi yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki di Aceh, perlahan dirambah oleh kehadiran mereka yang semakin masif dan berani menampilkan peran di ruang publik. Kini, warung kopi secara tradisi bukan lagi diperuntukkan hanya untuk kamu laki-laki, meskipun dominasi kehadiran laki-laki di warung kopi masih juara. Perempuan telah memiliki otoritas untuk menggeser pandangan publik konsep tabu jika mereka ke sana. Kaum perempuan di Aceh ingin menunjukkan jika warung kopi adalah mili bersama, dapat duduk semeja, bercerita sambil tertawa “terbahak-bahak” layaknya laki-laki, seiring *image* kurang sopan perempuan di warung kopi memudar.

Kehadiran perempuan di warung kopi dapat dilihat sebagai upaya membangun kesetaraan dalam rangka mengakses ruang publik ini. Meskipun, saya yakin dalam struktur masyarakat Aceh tidak mengenal istilah kesetaraan antara

laki-laki dan perempuan. Realitasnya, kaum perempuan masih dianggap kelompok sosial kedua setelah laki-laki (dalam kesadaran kolektif). Misalnya, ada ungkapan “*tanyo inong bek tajak peusama dro ngon agam*” (kaum perempuan tidaklah sama dengan laki-laki yang dipandang selalu harus di depan). Meskipun, hak-hak perempuan di Aceh dipenuhi dengan konsep adil menurut tradisi setempat. Misalnya, kepemilikan materi pascapernikahan, di mana perempuan jelas telah memiliki separuh harta suaminya, mulai dari konsep *porumoh* (pemilik rumah) hingga jumlah mahar yang harus dibayar tinggi untuk menikahi perempuan. Pun demikian, tak dapat dipungkiri jika perempuan juga akan dianggap begitu hina bahkan menanggung segala kesalahan dalam kasus tertentu. Kasus zina misalnya, maka perempuanlah yang paling berat menanggung beban dari tradisi lokal, selain harus diusir dari kampung juga beban sosial seperti bertanggungjawab atas anak yang dilahirkan hingga lebeling miring yang melekat pada mereka. Karena itu, apa yang mereka lakukan di warung kopi dalam rangka mencapai kesetaraan menunjukkan minat perempuan untuk keluar dari kungkungan sebagian tradisi yang dipandang menjadikan mereka tersub-ordinat.

Warung kopi dan perempuan sepenggal dari cerita bagaimana perempuan di Aceh berjuang untuk mendapat hak kesetaraan mereka. Meskipun, tradisi setempat masih membatasi beberapa aturan yang mengikat untuk perempuan. Tidak berlebihan jika menyebut warung kopi dalam konteks lintas-generasi X, Y dan Z di Aceh, adalah

saksi atas potongan salah satu sketsa perjalanan sejarah Aceh. Tidak hanya itu, warung kopi menjadi penanda bahwa kebudayaan Aceh juga tak pernah stagnan, dengan memberi kesempatan dan membuka pintu terhadap keberadaan perempuan Aceh yang sebelumnya dibelenggu oleh tradisi lokal, selanjutnya kelompok yang pernah dianggap butuh pemberdayaan ini diajak untuk sama-sama ikut *menyeruput* kopi di ruang publik yang telah lama menjadi *icon* maskulin di tengah masyarakat Aceh. Kehadiran *wi-fi* sebagai kunci mengakses informasi menjadi faktor pendukung diantara pelbagai alasan lain, perempuan dapat duduk berlama-lama di sana. Berbekal *laptop* kini perempuan pun dapat menghabiskan waktu sendirian di warung kopi.

Sebagai perangkat teknologi informasi, keberadaan *wi-fi* menjadi penting bagi generasi millennial dan masyarakat melek teknologi informasi umumnya. Alat ini menjadi penentu di beberapa tempat untuk dapat terhubung dengan dunia luar melalui layar android dan komputer. Kehadiran *wi-fi* di warung kopi telah membantu pemilik warung kopi menarik pengunjung yang ingin mendapatkan fasilitas ini selain *ngopi*. Kopi dan *wi-fi* adalah perangkat yang membentuk kerja kesetaraan laki-laki dan perempuan di Aceh dalam warung kopi. Setidaknya, dua komponen ini alasan keduanya dapat berbaur bersama di sana. Pun demikian, sinyal *wi-fi* dan rasa kopi tak pernah membedakan pengunjung, siapaun disuguhi sesuai permintaan dan setara. Dari kesan kesetaraan, kini warung kopi kian menampilkan

konfigurasinya yang utuh, dan totalitas terhadap publik (Aceh).

Daftar Bacaan

Abdullah, ed. 2003. *Sangkan Parang Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Hardiman, Budi, 2010 F. *Ruang Publik ; Melacak “Partisipasi Demokratis” dari Polis sampai Cyberspace*. Yogyakarta: KANISIUS.

Mauriza, Sazli.1998.*Warung Kopi Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat Aceh* (Skripsi Antropologi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta).

WI-FI: MENUMBUHKAN ENERGI PARA PEMBELAJAR

T. Zulfikar

Warung kopi di Aceh merupakan institusi sosial yang memiliki sejarah panjang. Hampir di setiap sudut kota maupun pedesaan di Aceh banyak dipenuhi dengan warung kopi. Bahkan, sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, banyak orang Aceh menghabiskan pagi mereka sebelum melakukan kegiatan lainnya untuk sekedar mencicipi segelas kopi di warung kopi. Mereka yang berasal dari perkotaan, pedesaan, mahasiswa, profesional, sampai eksekutif maupun legislatif mencicipi segelas kopi di warung kopi.

Bagi kebanyakan orang Aceh, baik pecinta kopi maupun tidak, menggunakan institusi warung kopi untuk bersosialisasi. Misalnya, pembicaraan yang terjadi bisa berkisar masalah politik, pendidikan, olah raga, sampai hal-hal yang remeh temeh.

Ketika jaman sudah berubah, bisnis-bisnis bercorak internasional, seperti KFC dan lain sebagainya, sudah bermunculan di Aceh, bahkan ketika pertumbuhan teknologi tak terbendung lagi, institusi sosial warung kopi

masih terus berkembang, dia tidak tergilas zaman, bahkan dia bersinergi dengan pertumbuhan teknologi tersebut.

Warung kopi di Aceh sekarang ini sudah banyak berubah bentuk, dia sudah mentransformasi dirinya, sehingga, bermunculan warung-warung kopi yang menyediakan WI-FI. Jaringan internet dan layar LCD sudah menjadi bagian tak terpisahkan di warung-warung kopi Aceh. Maka, tidak heran kalau warung kopi di Aceh sudah dipenuhi oleh mahasiswa dengan laptop di tangan. Sebagian besar mahasiswa, maupun profesional mendatangi warung kopi, sambil menghirup segelas kopi hangat, mereka menjelajahi pelosok dunia dengan laptop kecil di tangan mereka.

Kenyataan ini tentu sebuah kemajuan, walaupun eksese negatif dengan munculnya WI-FI gratis juga tidak terelakkan, namun tulisan ini ingin melihat sisi positifnya, dan tentu tidak mengenyampingkan sisi negatif dari munculnya warung kopi ber WI-FI. Warung kopi yang selama ini hanya menjadi sebuah institusi sosial, berubah menjadi sebuah institusi, dimana proses pendidikan juga berlangsung. Siswa dan mahasiswa sering terlihat baik di siang maupun malam hari mengakses internet di warung-warung kopi di banyak tempat di Aceh.

Fenomena ini menegaskan bahwa banyak pelajar di Aceh dewasa ini sudah melek teknologi. Internet dan laptop bagi mereka sudah bukan lagi barang asing, sama halnya dengan telepon genggam. Kemampuan

para siswa dan mahasiswa ini dalam mengakses banyak hal melalui internet, tanpa disadari merubah pola pikir mereka, dan juga merubah gaya belajar mereka. Siswa dan mahasiswa tersebut sudah lebih independent dan mampu mencari informasi dalam bidang apapun.

WI-FI yang ditawarkan secara gratis oleh para pengusaha warung kopi mampu menyedot minat siswa/mahasiswa. Warung-warung kopi di hampir semua sudut kota banda Aceh dipenuhi oleh siswa/mahasiswa dengan laptop ditangan mereka. Para pencari ilmu tersebut terlihat antusias memainkan huruf-huruf di *keyboard* komputer mereka. Mereka juga terlihat asyik menelusuri dunia maya.

Terlepas dari website apapun yang mereka browse (tentunya bukan website senonoh), sudah menunjukkan bahwa WI-FI apalagi yang gratis bisa menyedot minat mereka datang ke warung kopi. Mereka tidak hanya mernghirup kopi segar tapi sekaligus bisa menjelajahi dunia di depan duduk mereka. Nah, kalau seandainya *wi-fi* yang ada di warung kopi tersebut mampu menjadi magnet untuk siswa/mahasiswa, alangkah eloknya kalau fasilitas *wi-fi* juga tersedia secara gratis dikampus-kampus dan disekolah-sekolah. Perpustakaan disetiap kampus perlu dipasang *wi-fi*, sehingga minat yang sama untuk ke warung kopi juga terlihat di perpustakaan tersebut. Memang di kampus-kampus Aceh, setidaknya di dua kampus yang menjadi 'jantung hate' rakyat Aceh, UIN Ar-Raniry dan Universitas Syiah Kuala sudah tersedia *wi-fi*, namun

masih terasa belum maksimal, dan jaringan yang tersedia masih belum mencukupi.

Sebagian orang Aceh yang sudah pernah mengenyam pendidikan di negara maju, seperti Amerika Serikat maupun Australia, tentu bisa merasakan magnetnya WI-FI yang tersedia disemua sudut kampus. Mahasiswa datang ke kampus dengan membawa laptop dan mengakses internet gratis. Kampus juga menyediakan komputer gratis untuk semua mahasiswa. Fenomena ini sangat efektif menarik minat mahasiswa untuk berlama-lama di kampusnya.

Pemerintah Aceh melalui dana pendidikan yang lumayan banyak perlu melakukan terobosan ini. Selain mengirim putra-putri Aceh ke luar negeri, alangkah baik kalau sebagian dana tersebut digunakan untuk membantu lembaga pendidikan menyediakan fasilitas internet gratis kepada pelajar/mahasiswa.

Kalau para pengusaha kopi di Aceh mampu menjadikan warungnya sebagai 'tempat pendidikan', dimana pengunjungnya bisa menikmati teknologi internet, alangkah ironinya, kalau lembaga pendidikan di Aceh plus bantuan dari pemda tidak mampu melakukannya. Semoga, suatu saat nanti lembaga pendidikan di Aceh mampu menjadi magnet bagi siswa/mahasiswanya, walaupun melalui program sederhana seperti pengadaan *wi-fi* gratis yang memiliki kecepatan yang memadai, sehingga konsentrasi mahasiswa akan berpindah dari ber *wi-fi* riya di warung kopi, berpindah ke ber WI-FI riya di kampus mereka.

Sanger untuk Raja Salman

Fahmi Yunus

Walaupun sudah berusia kepala empat, Cek Pan belum pernah naik pesawat. Sore itu, di tengah keasyikan saya menikmati sanger di warungnya, tiba-tiba ia mengeluarkan satu amplop putih yang berisi uang dari kantongnya. Karena tidak direkatkan, saya sempat melirik beberapa lembar uang seratus ribu dalam amplop itu. Sambil mendorong amplop itu mendekati saya, Cek Pan berkata: “Tolong *beliin* saya tiket ke Bali!”

Saya yang sedari tadi menikmati salah satu nikmat Allah dalam bentuk sanger sambil baca koran, mau tak mau harus menghentikan aktifitas itu sambil bertanya ke Cek Pan, “*Peue na urosan droe* di Bali. Gaya *that lagoe*.”

“Saya mau jumpai Raja Salman. Agendanya, pertama saya mau protes. Kedua mau minta uang.”

Beberapa hari ini, banyak media yang memberitakan kedatangan Raja Salman dari Arab Saudi ke Indonesia. Ini dicatat sebagai kunjungan kepala negara paling kolosal sepanjang sejarah bangsa ini karena membawa rombongan hingga 1.500 orang, termasuk para menteri dan pangeran.

Setelah ke ibukota Jakarta, Raja Salman direncanakan mengunjungi Pulau Dewata, Bali.

“Jeh, bukannya senang, kok malah protes. Trus, minta uang untuk apa?” Saya mulai “geli” dengan rencana kawan satu ini. Cek Pan membetulkan posisi duduknya. Ia mulai serius dan berargumen.

“Lon protes, pakon Yang Mulia Raja Salman, hana dijak keunoe u Aceh. Kenapa dia justru memilih Bali daripada Aceh? Aceh kan daerah syariat, kenapa beliau gak masukkan daerah kita dalam agendanya? Kayaknya pemerintah kita lagi sibuk dengan urusan pilkada, makanya gak sempat undang Raja Salman ke Aceh.”

“Lheuh nyan, lon deungo dari haba keudee kupi, Raja Arab bawa uang banyak, mau bagi-bagi uang dan kasih modal. Jadi saya mau tawarkan saham warkop ini, supaya bisa expand.”

Bergegas saya tuntaskan secangkir sanger, butuh energi dan nutrisi yang cukup untuk merespon argumen Cek Pan.

“Betoi, Raja Salman mau berinvestasi di Indonesia. Betul mereka ‘bawa’ uang banyak. Tapi, sebenarnya negara Arab itu juga sedang mengalami masalah ekonomi. Perekonomian dalam negeri sedang tidak menggembirakan.”

Pendapatan paling besar negara ini berasal dari minyak bumi, sementara harga minyak dunia sedang anjlok, akibatnya pendapatan negara ikut melorot. Masalahnya tak

berhenti di situ. Angka pengangguran semakin meningkat, subsidi semakin besar, serta defisit yang menunjukkan angka yang tidak mengembirakan.

“Sama seperti negara kita, Arab Saudi juga sedang butuh dana segar dan besar.”

Indonesia bukan hanya satu-satunya negara yang dikunjungi Raja Salman dalam misi “marketing” ini. Sebelum ke Indonesia, mereka sempat singgah di Malaysia. Nantinya beberapa negara penting di Asia Pasifik, seperti Jepang dan China juga masuk dalam jadwal.

Menurut beberapa laporan, kedua negara ini awalnya adalah negara konsumen minyak bumi terbesar yang berasal dari Arab Saudi. Namun kini China mulai mengurangi impor minyak bumi dari tanah Arab. Perlahan-lahan Rusia mulai mengambil “lapak” Arab Saudi. Belum lagi Amerika Serikat yang mulai meramaikan pasar minyak dunia dengan memasok shale oil yang harganya lebih rendah dibandingkan minyak biasa.

Redupnya kejayaan industri minyak bumi kini sedang dicari jalan keluar. Maka pihak kerajaan menyusun kerangka reformasi ekonomi yang dikenal dengan Visi Saudi 2030. Salah satu agenda penting adalah program transformasi strategi Aramco atau penjualan saham perusahaan minyak milik pemerintah ke publik yang dipatok senilai 2 triliun dolar Amerika Serikat. Walaupun di kalangan analis dan

calon investor masih meragukan besaran nilai tersebut, yang menurut mereka justru lebih kecil.

Cek Pan manggut-manggut, tapi ia tak paham kenapa Raja Salman hanya mengunjungi Bali, bukannya ke Aceh. Menurut beberapa media, raja dan rombongan akan menghabiskan waktu lebih lama di Bali untuk liburan.

“Bali selain sudah lama terkenal sebagai destinasi wisata terbaik. Mereka punya fasilitas terbaik, seperti hotel-hotel mewah untuk menampung rombongan raja. Lagipula, *kalo* ke Aceh, sedang *asik-asiknya* berlibur, eeh... tiba-tiba mati lampu. *Kiban nyan?*”

Cek Pan tersenyum, sambil secara perlahan menarik amplop berisi uang yang sempat disodorkannya kepada saya.

Seharusnya, pelajaran penting dari kunjungan ini adalah strategi mereka dalam mengantisipasi berakhirnya era kejayaan minyak bumi. Sebelum tahun 2030, mereka sudah gencar mencari potensi sumber fulus untuk mendanai negaranya. Walaupun mereka punya “pasar” tetap umat Islam yang menunaikan ibadah haji sebagai sumber devisa. Ditambah makin maraknya tren golongan kelas menengah di Indonesia yang melakukan umrah. Kita, umat Islam di Indonesia adalah pasar terbesar dan objek penting bagi industri produk-produk khusus muslim seperti fashion islami, makanan halal, hingga haji dan umrah.

“Otoritas di Aceh, seharusnya juga bisa mencari jalan keluar pendanaan saat berakhirnya alokasi dana otonomi khusus tahun 2027 nanti. Mungkin strategi pemerintah *tanyoe, sep ta pula bak janeng mantong.*”

Kami tertawa bersama. Saya pesan lagi segelas sanger. Sepertinya diskusi tentang kunjungan Raja Salman membuat sanger buatan Cek Pan terasa beda.

Sambil menyodorkan secangkir sanger tambahan, Cek Pan berujar: “Kalo Raja Salman ke Aceh, saya akan ajak dia ke warkop ini. Saya bikin sanger terenak untuknya sambil mengajak raja supaya mau tanam investasi di warkop kecil ini.”

“*Beutoi. Mantap nyan,*” saya mengacungkan dua jempol ke arah Cek Pan. Lagi-lagi kami tertawa bersama. Sambil melihat meja sebelah kami yang juga tertawa, tapi entah tentang apa tawa mereka.[] - <http://www.acehkita.com/sanger-untuk-raja-salman/>

REVOLUSI PEH TEM DAN BUDAYA ONLINE

Saiful Akmal

Peh Tem !.. Sep Gura..! Meubago!. Adalah ekspresi warga Aceh ketika menyatakan keterkejutan, kekesalan dengan nada marah dan tidak senang. Secara lisan sedikit susah untuk membedakan pemaknaan ungkapan ini. Namun jika konteks sosialnya dilekatkan ditambah intonasi dan mimik wajah sang penutur maka kesan yang ditangkap oleh lawan bicara akan sedikit lebih mudah, apakah *Peh Tem* yang diucapkan tersebut berarti marah karena ada hal yang sudah direncanakan atau diharapkan ternyata tidak terealisasi. Atau *Peh Tem* yang dilekatkan dalam kalimat dan dilengkapi dengan kata kata lainnya. Seperti dalam..*Jak Peh Tem Keudeh!!*

Sebenarnya banyak makna lain dari ungkapan *Peh Tem*. *Peh Tem* juga berarti *peh janeng* atau *peh cakra*, satu kondisi dimana seseorang atau sekelompok masyarakat menghabiskan waktu berjam-jam (kebanyakan di warung kopi atau pos jaga) mendiskusikan satu atau beberapa hal yang tidak ada ujungnya dan relatif tidak atau kurang bermanfaat. Biasanya diskusi ini lebih bersifat *relaxing*, *cet langet*, terkadang penuh humor dan canda, santai dan kurang atau tidak serius.

Belakangan seiring menjamurnya institusi bernama Warung Kopi sebagaimana yang ditulis oleh Irvan Kartawiria (theglobejournal.com, 12 Oktober 2010) seperti *Jasa Ayah Solong*, *Dhapu Kupa*, *Taufik Kupa*, dan semacamnya plus semakin membaiknya akses dunia maya serta revolusi media baru seperti media sosial (selanjutnya disingkat sosmed) seperti *Facebook (FB)*, *Instagram* dan *Twitter*, budaya *Peh Tem* kelihatannya semakin marak, terkhusus dikota-kota besar. Ada kalanya memang topik pembicaraan yang dipilih sangat aktual, dinamis dan biasanya seputar masalah ekonomi, sosial, budaya politik. Untuk yang satu ini ada kalanya tema-tema serius mulai seputar calon kepala desa sampai kandidat gubernur menjadi bahan perbincangan. Mulai dari ide persiapan aksi sampai merancang *budget* lembaga.

Di sini banyak juga pembicaraan yang bermuara kepada aksi nyata di lapangan. Meskipun skalanya belum sampai pada tahap yang menghebohkan layaknya yang terjadi di Jakarta dengan aksi demonstrasi dalam kasus ‘Cicak vs Buaya’ di halaman kantor KPK. Atau pun tidak sensasional seperti kasus ‘Uang Receh Untuk Prita’. Namun disisi lain, ada juga yang menganut mazhab budaya *Peh Tem* karena bermotifkan kesenangan alias *having fun*. Ada yang ingin mencari pelarian atau eskapisme dari rutinitas kerja, kantor dan kesibukan harian. Ada yang berniat mencari jodoh dan pasangan hidup secara *online*. Ada yang mencari uang dan berjualan secara *online*, kampanye politik, bertemu

teman lama sampai (mungkin) mereka yang berniat jahat melakukan tindakan kriminal dan sebagainya.

Dari kesemua motif *modus operandi* para penganut mazhab *Peh Tem* di atas, *Peh Tem* dalam tulisan ini lebih melihat pada sisi penggunaannya di sosmed. Namun sudah tentu media ini pada dasarnya bersifat independen dan netral, seperti juga yang terjadi di dunia sosmed. Sisi positif dan negatifnya kemudian lagi-lagi berpulang ke para pengguna (*user*). Ada yang mengatakan bahwa memang *Peh Tem* di *FB* atau *twitter* dimulai dari ekspresi pribadi si pemilik akun. Status di *media sosial* adalah ungkapan hati anda yang terbaru. Atau bisa juga godaan untuk melihat status terkini dan komentar yang diberikan.

Komunikasi aktual dan *real time* ini memang ada kalanya bisa menimbulkan salah paham bila tidak dibarengi dengan *smiley* atau *emoticon*. Karena *keyboard* komputer itu adalah papan tombol tanpa hati, ekspresi dan perasaan. Mengingat begitu banyaknya pengguna *FB* di Indonesia, meskipun koneksinya tergolong dalam kategori *lemot* alias lambat, situs *nickburcher.com* pada September 2010 menempatkan Indonesia dalam 3 besar pengguna di dunia setelah USA dan UK) dan semakin bebasnya akses ke dunia virtual, karena bisa diakses lewat fitur dari telepon genggam, praktis dan cepat, jelas bahwa *Peh Tem* sudah semestinya lebih bisa melahirkan gagasan besar dan cemerlang. Dan bukan malah sebaliknya, melahirkan masyarakat dunia maya yang anti sosial dan perlahan menuju masyarakat

individualis, karena waktu bersosialisasi dihabiskan via komunikasi tidak langsung.

Harapan ini berat, tapi bukan berarti mustahil. Keinginan ini juga tidak bermaksud untuk menegaskan sifat khas *Peh Tem* yang ceria dan santai. Sama sekali tidak. Niat ini malah ingin mengintegrasikan dua dimensi yang seolah bertolak belakang tadi. Santai bukan berarti tidak serius dan *vice versa*. Ide-ide positif, aktual dan konkrit bisa diwujudkan, disalurkan dan diinisiasi secara lebih massif via *Peh Tem* di sosmed.

Budaya populer online (*online pop culture*) berkicau di sosmed demi ide-ide besar menjadi penting dikarenakan beberapa hal. Di antaranya adalah jumlah pengguna usia remaja dan muda di Indonesia, termasuk juga di Aceh sangat mendominasi di sosmed. Tema tema *Peh Tem* jelas akan berada di seputar hal-hal ringan, melankolis dan cenderung narsis. Topik percintaan, dan terlalu pribadi akan sering mengemuka, dan terkadang tidak perlu, karena memang itu adalah wilayah yang sangat privat. Yang kedua adalah persepsi umum bahwa tema-tema serius itu adalah tema sosial-politik. Dan karena politik itu sering dianggap negatif, maka perdebatan mengenainya juga menjadi hal yang tidak bermanfaat, berat dan tidak menarik.

Diskursus seputar aspek lain yang terkait politik, seperti ekonomi politik, politik dan budaya otomatis seolah hanya membuang waktu. Tema yang menyerempet politik adalah tema *peuleumak gop* (*membuat senang orang*

lain) bukan *peuleumak droe* (menyenangkan diri sendiri) yang merugikan. Jadi masa bodoh untuk politik. Untuk alasan kedua ini umumnya berlaku pada semua level usia dan kategori profesi. Alternatifnya, demi merealisasikan budaya *Peh Tem* ke arah yang lebih kanan dan bermanfaat, maka memang disarankan beberapa strategi. Kalau memungkinkan maka para aktor dan elit memang perlu lebih aktif dan informatif di sosmed. Kemajuan, dilema dan masalah *nanggroe* perlu diupdate sebagai status atau cuitan di sosmed, agar *Peh Tem*-nya lebih mengarah. Ini juga jangan disalahartikan agar para anggota dewan, eksekutif yang punya tugas seabrek harus ber *Peh Tem* ria di sosmed. Tidak se *ansich* itu. Karena kemajuan dunia komunikasi dan budaya pop seperti sosmed tidak bisa dibendung, tapi ia bisa dikelola dan diarahkan.

Untuk masalah krisis ini Hannah Arendt, intelektual wanita Jerman (1906-1975) dalam esainya berjudul “Krisis Kebudayaan“ sudah pernah mengingatkan bahwa media yang berorientasi pasar seperti katakanlah musik pop, telenovela, sinetron dan belakangan kalau boleh kita memasukkan nama sosmed ke dalam klasifikasi tersebut, akan menuntun kita kepada kondisi di mana budaya kita sudah tidak bisa ditempatkan lagi pada posisi yang seharusnya akibat didikte oleh apa yang ia sebut sebagai “hiburan“. Paling tidak menuliskan sesuatu yang mengganjal dan dirasakan tidak benar sudah merupakan bagian dari kampanye ini. Sehingga cita-cita *Peh Tem Institute* oleh rekan-rekan tidak lagi ditertawakan dan menjadi bahan

lelucon disuatu hari nanti. Karena *Peh Tem* bukan lagi *Peh Tem* yang *hana meupeu..* Tapi *Peh Tem* yang *meuho ujong.*

*Tulisan ini sudah dimuat di Kolom Analisis Harian Aceh, Kamis 17 Februari 2015

EKOSISTEM ITU BERNAMA ‘KOPI’

Hanif Sofyan

Orang dengan segera tergila-gila, ketika Pasqua Rosee, seorang eksentrik Yunani menawarkan minuman kental berwarna hitam yang diberi nama kaveh, alias kopi untuk pertama kalinya di London tahun 1652. Ekspektasi penerimaan kehadiran kopi cukup unik. Lantaran musabab air di kota London dianggap tercemar polusi berat dan tak layak diminum, maka pilihan pengganti jatuh pada alkohol, diikuti konsekuensi sosialnya yang buruk.

Lantas kopi muncul sebagai pilihan baru yang dianggap lebih rasional, dan hadir tak sekedar menjadi ‘minuman belaka’ tapi juga pemberi solusi masalah. Kopi diyakini memberi efek stimulan yang membuat orang cepat tersadar dari mabuk berat, lantas bisa berpikir lebih jelas. Maka rumor ini dengan cepat membuat si emas hitam, kopi menjadi primadona baru, bahkan dianggap dapat mendatangkan inspirasi dan menjadi katalis dari pemikiran yang murni. Maka benarlah ujaran Mark Pendergrast dalam *Uncommon Grounds*, bahwa ritual menyeduh kopi memang untuk menyegarkan stamina dan menguatkan konsentrasi sebagai bagian dari penguatan ritual keagamaan para Sufi yang membutuhkan kedua komponen itu.

Tak berhenti hanya disitu, lantas kopi melambungkan kelahiran *coffee house*, seperti kedai kopi atau café dan dengan cepat muncul menjadi ‘ruang sosial’ baru. Persis momentumnya seperti kedai kopi Aceh paska tsunami. Siang malam ‘para lelaki’ memanfaatkannya menjadi ruang kongkow, dan sayangnya para perempuan justru ‘terpinggirkan’ dari ruang baru itu. *Coffee house* menjadi rumah kedua, bahkan sebagiannya menjadikannya rumah utama. *Coffee house* menjadi tempat bertemu relasi, menghilangkan jenuh, bahkan menjadi semata ruang hiburan tanpa tendensi apa-apa. Toh ruangnya itu hanya ‘diperuntukkan’ untuk para lelaki. Dengan cepat ‘kedai kopi’ menjadi ‘dunia maskulin baru’ dan menjadi simbol maskulinitas para lelaki.

Atas perubahan sosial dan kelahiran budaya baru ini, para wanita yang ‘termarginalisasikan’ dan merasa kehilangan para prianya, melakukan protes dengan menggulirkan sebuah petisi; *Women’s Petition Agains Coffee* di tahun 1674. Mereka melempar isu, kopi dapat menyebabkan mandul dan impotensi, bahkan berpengaruh pada turunnya tingkat kelahiran nasional. Meskipun usaha ini tak berhasil, namun karena musabab keluarnya kebijakan perdagangan nasional yang berupaya mendorong munculnya komoditi teh ke pasaran, maka kopi kemudian menyusut popularitasnya. Seperti layaknya pemerintah di belahan dunia manapun, ketika ‘kepentingan’ mereka lebih kuat maka kebijakan, menjadi senjata utama untuk merobohkan hegemoni pesaing termasuk rakyat sendiri.

Kompleksitas Ekosistem Kopi

Kelahiran dan kehadiran kedai kopi sebagai ‘ruang sosial’ dan ‘budaya baru’ memang menimbulkan gesekan sosial dan budaya atas nilai-nilai tradisi. Meskipun sesungguhnya kelahiran kedai kopi juga karena tradisi, dalam konteks dinamika panjangnya jejaring ekosistem kopi di Indonesia, apalagi Aceh. Kopi dan tradisi menikmati kopi menjadikannya sebagai simbol sebuah masyarakat yang komunal. Namun karena perubahan cara, dan ruang ngopi-nya, kemudian membuatnya menjadi bahasan baru yang menarik dikaji ulang untuk ‘meluruskan’ keberadaannya.

Cara, dan ruang ngopi baru, menjadikan kopi menjadi sebuah ekosistem tersendiri, ‘ekosistem kopi’. Ruang itu menalikan berbagai ikatan hubungan dari si biji kopi itu sendiri, hingga urusan sepele, tata cara menyeduh. Dari yang modern seperti mesin *espresso*, *manual brewing* hingga seduhan *kopi tubruk*, atau *kertoep* ala dataran tinggi Gayo, berikut urusan sosial, ekonomi, politik para penikmatnya. Bahkan trend ekosistem baru itu, juga bermakna sebuah kompleksitas baru, ketika kita menelanjangi kopi hingga urusan hulu-hilirnya. Kopi menjadi sebuah komoditas yang tak lagi sederhana. Kisah ‘secangkir kopi’, menjadi sebuah babak cerita baru tersendiri yang lain lagi.

Menilik *terma* ekosistem, meliputi sebuah sistem ekologi yang terbentuk oleh hubungan interaksi timbal balik tak terpisahkan antara makhluk hidup dan lingkungannya. Sebuah tatanan kesatuan secara utuh dan menyeluruh

antara unsur lingkungan hidup yang saling mempengaruhi. Ekosistem kopi secara sederhana dapat saja dipahami sebagai sebuah dinamika dan hubungan antar komponen. Mulai dari kopi, kedai kopi, penikmat kopi hingga cara menikmati produk jadi itu, menjadi 'ruang baru' dan 'cara baru' yang ber-*simbiosis mutualis*-saling berhubungan, saling menguntungkan. Sisi yang jauh dari bahasan teknis soal cara memilih biji kopi bermutu, cara tanam, kontur ketinggian ideal menanam kopi, rantai produksi dan jejaring marketing, hingga tersaji di meja kafe atau kedai kopi.

Begitupun, sisi lain ekosistem kopi juga bersentuhan dengan dunia sejatinya kopi. Ketika bicara kopi, sebenarnya bicara kompleksitas komoditi, sebuah sekuel pembicaraan lebih dari sekedar urusan menikmati kopi. Itu artinya bicara soal hulu hilirnya, carut marut mengelola industri kopi, hingga persoalan nasib petani kopi yang hingga saat ini, masih berbanding terbalik dengan nasib si biji kopi yang makin naik kelas atau para penikmat kopi yang makin dimanjakan dengan berbagai varian kopi *speciality* dengan ruang ngopinya yang kelasnya makin premium.

Maka ketika bicara satu soal, *coffee-based agroforestry*; sistem agroforestri berbasis kopi misalnya, kita bicara sebuah kompleksitas. Menyangkut soal keberlangsungan struktur dan proses ekologi didalamnya, minimal interaksi antar struktur ekosistem yang memungkinkan terjadinya berbagai proses ekologis, seperti produksi *biomassa*, siklus nutrisi, perlindungan dan habitat satwa liar yang

menunjang keberlangsungan hidup kopi seperti luwak. Termasuk pengelolaan tata guna lahan dan strategi pengelolaan lingkungan untuk mempertahankan ‘layanan’ jasa penyediaan sumber pangan (pohon peneduh kopi), jasa pengaturan, jasa pendukung dan jasa kultural ekosistem *agroforestry* tersebut. Termasuk menerapkan pilihan strateginya dengan mengintegrasikan beberapa tema manajemen ekosistem (manajemen adaptif, kerjasama antar lembaga dan keterlibatan masyarakat) dengan mempertimbangkan kondisi (tekanan dan status), potensi, daya dukung kawasan serta respons dari *stakeholder*.

Ketika bicara nilai ekonomis komoditas, kita memasuki ruang baru, sejak produksi, hingga *marketing mix* (bauran pemasaran) yang menggabungkan berbagai komponen manajemen pemasaran, kualitas komoditi, distribusi, daya saing, marketing, segmentasi pasar dan pernak-pernik lainnya. Sehingga memahami ekosistem kopi bisa sederhana, namun juga bisa memusingkan kepala, tergantung sudut pandang dan cakupannya.

Sisi Lain Ekosistem Kopi

Maka mendeteksi dua sisi ekosistem kopi, menawarkan dua dinamika berbeda. Dinamika budaya menikmati kopi disatu sisi dan tata kelola secara ekonomis disisi seberangnya. Dan persoalan inilah yang sesungguhnya paling kompleks bersangkut paut dengan carut marut tata kelola komoditas kopi kita.

Banyak fakta kontradiktif terkait tata kelola 'ekosistem kopi' kita di tingkat yang lebih atas. Menurut *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi meningkat dari tahun ketahun. Kebutuhan kopi global bisa meningkat sekitar 15 persen pertahun, tetapi produksi kopi kita meningkat rata-rata hanya satu persen per tahun, bahkan dalam jangka waktu lima tahun belakangan cenderung stagnan. (antaranews.com;13/2/2016). Berbanding terbalik dengan posisi kita sebagai penyumbang kopi dunia terbesar keempat. Dan ternyata gegap gempita Aceh dengan julukan 'kota seribu kedai kopi' dan ibukota Jakarta dengan 3000 kedai kopinya, termasuk dalam komposisi konsumsi lokal kopi yang rendah hanya 0,86 %/kg/kapita/thn berdasarkan data SUSPENAS.

Indonesia juga memiliki kopi *speciality* dari berbagai wilayah, seperti Aceh dengan Kopi Gayonya, Sumatera Utara dengan Mandailing dan Lintongnya, Sulawesi dengan kopi Torajanya, Jawa dengan Java Arabicanya, Nusa Tenggara Timur dengan kopi Bajawanya, Papua dengan kopi Baliemnya, Jawa Barat dengan kopi Preangernya, semuanya memiliki keunggulan termasuk harganya yang premium. Namun keunggulan komoditi agrikultur penghasil devisa terbesar keempat untuk Indonesia setelah minyak sawit, karet dan kakao ini belum mampu mendongkrak posisi Indonesia sebagai penghasil kopi dunia nomor empat di bawah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Bahkan 'revolusi' tata kelola kopi di Vietnam membuat daya saing kopi Indonesia

sebagai produsen kopi kedua terbesar didunia tahun 2014 tertinggal.

Maka ketika statistika menampilkan bagaimana Vietnam mengungguli Indonesia sebagai jawara penghasil kopi dengan ‘segala keterbatasan’, jika dibandingkan dengan luas negara kita, maka muncul berbagai pertanyaan dan praduga. Apakah artinya intensifikasi dan diversifikasi tidak membantu kita memberi keuntungan pada peningkatan produksi kopi?. Apakah tata kelola manejemennya yang salah, sehingga daya saing kita rendah?. Apakah daya tarik dan ekspektasi pengusaha kita terhadap industri komoditas kopi masih sangat rendah? Atau apakah pemerintah tak serius mengurus tata kelola industri kopi kita? Dan berbagai pertanyaan lain.

Ketika Vietnam sudah bisa memproduksi kopi robusta hingga 3 ton per hektar, kita masih terkendala optimalisasi penggunaan lahan. Setidaknya dunia per-kopi-an Indonesia masih dijangkiti berbagai ‘penyakit’. Masih rendahnya produktifitas tanaman, meningkatnya serangan organisme pengganggu tanaman (OPT); masih lemahnya kelembagaan petani; masih rendahnya penguasaan tehnologi paska panen; masih besarnya produk yang dihasilkan dan diekspor dalam bentuk biji kopi (coffee beans); masih rendahnya tingkat konsumsi kopi per kapita di dalam negeri (0,86%/kg/kapita/thn); belum optimalnya pengelolaan kopi speciality (speciality coffe); dan masih terbatasnya akses

permodalan bagi petani; serta belum efisiennya tata niagarantai pemasaran kopi. (kompasiana.com; 14/7/2017).

Dibutuhkan sebuah revolusi besar dan serius menuntaskan persoalan industri kopi Indonesia. Ada fakta menarik terkait data statistika Perkebunan Indonesia (Ditjend Perkebunan, 2015) yang bisa menjadi jawaban berbagai carut marut persoalan industri kopi di Indonesia. Menilik jumlah total produksi kopi Indonesia tahun 2014 sebesar 643.857 ton, yang berasal dari 1.230.495 ha areal perkebunan kopi, 96.19 persen diantaranya diusahakan oleh rakyat (PR) sementara sisanya diusahakan oleh perkebunan besar milik swasta (PBS) sebesar 1,99 persen dan perkebunan besar milik Negara (PBN) sebesar 1,82 persen.

Dengan berbagai persoalan yang terus mendera industri kopi dan besaran komposisi perkebunan rakyat, maka dapat diduga mengapa industri kopi Indonesia mengalami stagnasi dan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dari banyak sisi. Berbanding terbalik dengan Vietnam, paska belajar pengembangan komoditas kopi dari Indonesia, pemerintahnya mendukung penuh sektor perkebunan kopi di tambah sistem pertanian yang sudah matang membuat produktifitas perkebunan kopi tinggi. Uniknya lagi, peralihan Vietnam dari pembelajar menjadi jawara, ternyata Vietnam juga mendominasi pasar kopi impor Indonesia, setidaknya 62,83% atau volumenya setara 7.582 ton di tahun 2015 saja. Sebuah metamofosa yang tidak sederhana namun sangat menarik, karena dukungan

serius pemerintah yang tidak hanya berdiri di belakang layar namun menjadi ‘pihak’ yang proaktif mendukungnya. Kisah ini mengingatkan kita dengan langkah proaktif Gubernur Gorontalo, Fadel Muhammad yang mendorong Gorontalo sebagai sentra jagung dengan Pemerintah berada di garis depannya dan terbukti sangat berhasil.

Mencari Jalan Keluar

Diluar persoalan besar ‘ekosistem kopi’ nasional, kita masih terus berkutat dengan persoalan konsistensi dan kualitas kopi yang sangat fatal bagi masa depan daya saing produk di tingkat global. Ditambah maraknya sertifikasi bahan baku oleh lembaga atau eksportir asing yang makin runyam dan memberatkan para petani kopi, sehingga harga kopi Indonesia ‘dipermainkan’. Belum lagi perebutan antara perusahaan lokal dan eksportir asing yang belum didukung kebijakan yang memihak, sehingga beberapa investor Penanaman Modal Asing (PMA) masih bisa melakukan kamufase, hanya menjadi *trader* bukan *investor*, hanya dengan mengelola gudang, maka seluruh pendapatan akan hengkang keluar negeri. Permasalahan ‘aspek produksi’ pada minimnya inovasi, teknologi pengolahan dan kemasan yang masih sangat sederhana, berbenturan dengan ‘aspek pasar’, masih ketatnya kendali mutu dan besarnya bea masuk ekspor produk kopi olahan dari pihak asing. Hal ini makin membuat para petani Indonesia sulit bersaing di tingkat global, sehingga kecenderungan meng-ekspor biji kopi (coffee beans) menjadi pilihan. Kerumitan ini ditambah

dengan dukungan kebijakan yang belum sepenuhnya berpihak pada petani kopi.

Berbagai peluang dan solusi masih memberi harapan positif bagi masa depan 'ekosistem kopi' kita. Dimulai dari pengembangan *speciality coffee* seperti halnya kopi Gayo di kelas premium, maupun upaya standar diversifikasi, menambah luasan areal tanam dengan mempertimbangkan kesesuaian agroklimat. Penerapan sistem budidaya perkebunan kopi yang baik (GAP) dan berkelanjutan (*sustainable coffee production*). Penyediaan teknologi pengendalian hama ramah lingkungan, pengembangan teknologi pengolahan kopi menjadi *instant coffee* dan *liquid coffee* serta mendorong peningkatan konsumsi kopi per kapita.

Dan sebagaimana ditawarkan Founder VIVA Barista, Handoko Hendroyono, ekosistem kopi Indonesia bisa dilecut dengan melibatkan kontribusi petani-petani muda yang selama ini cenderung lebih memilih menjadi barista agar bisa berkecimpung menjadi petani kopi Nusantara. Motivasinya, karena kecenderungan mereka lebih peka dengan perkembangan tren pasar, serta lebih tanggap perkembangan teknologi. Apalagi dengan perubahan budaya menikmati kopi yang tidak lagi menjadi urusan generasi tua. Berubahnya pola budaya ngopi dan ruang-ruang yang membentuk ekosistem baru, menjadi stimulan yang diharapkan secara positif mendorong petani muda kopi menjadi ujung tombak baru masa depan kopi

Nusantara. Setidaknya mereka bukan cuma bisa menyeduh kopi, tapi bisa meretas berbagai *blunder* ekosistem kopi Indonesia. [hansacehdigest-2018].

SEKILAS DISKUSI KELAS SOSIAL DI WARUNG KOPI ACEH BERSAMA YAHWA KARL MARX

Zulfikar RH Pohan

*My heart is pounding as I stare at the wall
It's my turn to be jealous; now, I don't stand so tall
In fact, I'm pretty stupid; I'm feelin' small
Anger and coffee, feeding me*

(Lirik Band Punk Rock Amerika *Black Flag* berjudul *Black Coffee*)

Di pusat kota Meksiko, seorang Koboï memasuki bar atau biasa mereka sebut Saloon. Ketika si Koboï memasuki Saloon, semua diam, lalu sebagian berbisik-bisik samar. Si Koboï berjalan pelan, sepatunya mendepak lantai kayu sampai terdengar seperti ketukan tempo nada, sedangkan pistol si Koboï bergerincing, membuat siapapun meringis nyeri mendengar ricingannya. Apa yang akan terjadi? si Koboï hanya memesan segelas Bourbon. Suasana makin mendebarkan, lalu tiba-tiba seorang pria serampangan mencoba membentak Koboï itu, akhirnya pertengkaran pecah, pistol si Koboï yang tadi bergerincing berubah menjadi letupan, sepatunya yang tadi berdetuk pelan kini

menggoyangkan rantai kayu, darah membuncah disana-sini, pertengkaran di Bar tak bisa dihindari.

Saya memasuki warung kopi sendirian, seperti Kobo. Namun bedanya saya tak digubris oleh para pelanggan di warung kopi, apalagi menyambut saya. Semua sibuk dengan gawai (*gadget*) dan Komputer jinjingnya masing-masing. Lalu, saya memesan kopi seraya berkhayal betapa enaknya jika saja memesan takdir sama mudahnya seperti memesan kopi. Saya berhenti berkhayal, sejurus setelah segelas kopi yang saya pesan telah datang. Sambil merenung soal takdir, saya melompat pada soal yang ‘serius’, kelas sosial di Aceh yang kontras terlihat di warung kopi.

Paragraf pertama diatas sekilas cuplikan dari berbagai novel tentang Kobo dan film-film Kobo besutan Hollywood yang tak ada hubungannya dengan kopi dan tak ada hubungannya dengan Aceh. Lalu, apa yang saya bisa jelaskan melalui cerita Kobo diatas? Tentu saja, saya ingin menggambarkan ada atmosfir dari setiap tempat minum, ada ruh dari setiap kondisi menegak macam jenis cairan, ada khasiat ‘filsafat’ dalam setiap penyajian minuman. Bukan hanya Bir, Vodka, Gin dan Martini yang disajikan di Bar yang mempunyai ruh. Di Aceh, kondisi warung kopi tak kalah jauh ketimbang suasana Bar dan Saloon a la Kobo. Saloon a la Kobo berbeda kelas dengan pesta dansa-dansi para borjuis atau disko-disko kelas menengah.

Kelas sosial bisa dilihat dari berbagai hal, salah satunya adalah warung kopi. Kopi merangkap menjadi semacam

keyakinan baru, sebuah falsafah bagi orang Aceh dan sebagai satu langkah tanda (*sign*) kelas sosial. Jika ingin mengetahui jati diri orang Aceh, lihat dimana ia ngopi.

Warung kopi adalah lambang kompleks dari sebuah corak kelas yang ada ditengah-tengah Aceh. Ada karakter dan jenis sikap pada setiap warung kopi. Kopi menjadi tradisi yang telah ada sejak dulu di Aceh, Warung kopi di Aceh adalah semacam ‘rumah ibadah’ bagi para ‘budak kafein’. Dan ibarat agama pula, warung kopi mempunyai sekte-sekte yang berbeda sifatnya, dan berbeda proporsi ruh dan khasiat filsafat dalam setiap tempatnya. Warung kopi mempunyai level dan ada semacam *social contract* yang disepakati didalamnya.

Di warung kopi di daerah pinggiriran Aceh bisa saja seorang pelanggan siap dengan parang yang ditancapkan ke batang mangga depan warung kopi untuk siap saling adu bacok di warung kopi, tak kalah dengan Bar tempat para Koboï mangkal. Lain lubuk lain ikan, lain warung kopi lain *social contact*-nya, misalnya Di Warung kopi pusat kota, anak-anak muda sedang asik dengan dengan gawai masing-masing dan menikmati Wii-fi. Di warung kopi bertingkat, orang-orang sedang melakukan kontrak politik, di warung kopi remang-remang lain pula perbuatannya. Ketika tempat warung kopi tersebut menggiring kita pada satu pertanyaan. Mengapa ada begitu banyak sifat dan pembawaan dari warung kopi di Aceh? Semua warung kopi mempunyai karakteristik masing-masing. ada warung kopi untuk generasi millennial,

ada warung kopi untuk kontrak politik, ada warung kopi untuk, *ehm, ehm!* Pacaran.

Ditengah menikmati secangkir kopi, saya dikejutkan oleh seorang lelaki yang tampak tua dan menyeramkan. Tampangnya cocok untuk menakut-nakuti anak-anak di malam hari agar lekas tidur. Wajahnya dipenuhi oleh kerutan-kerutan, mengingatkan saya pada perut lembu buluk. Lelaki itu Rambutnya Gondrong, dengan jenggot persis seorang mistikus, tapi belakangan saya tahu ia bukan mistikus atau setidaknya tidaknya ogah dengan hal-hal gaib. Matanya tajam dan membakar. Lelaki itu mengucapkan salam yang rancu dan aneh, sembari menarik kursi didepan saya tanpa saya persilahkan, dari tampang dan kelakuannya ia sedikit kurangajar memang. Namun, saya mungkin akan menyukainya. Setengah pembicaraan basabasi berlalu ia memperkenalkan diri sebagai si tua Marx. Karl Heinrich Marx.

Selepas memesan kopi, menghirup aromanya dan menyeruput kopi hitam saring harga tiga ribuan, Marx tua berucap setelah medesah:

“Ahhh, kau tahu, nak? Kafein adalah lokomotif dari sejarah. Sejarah manusia adalah sejarah perjuangan kelas dan ... Revolusi! Revolusi dimulai dari kopi”

Mengakrabi Kelas Sosial di Aceh Lewat Warung Kopi

Setiap warung kopi mempunyai cerita, dan setiap cerita bisa hadir di warung kopi. Cerita kami berawal dari hal ‘remeh-temeh’ soal kemanusiaan, agama, dan agamawan. *Yahwa*, saya memanggil Marx dengan *Yahwa* karena tak elok saja ketika saya memanggilnya dengan Kamerad, Pak, atau Abu.

Kopi adalah identitas bagi masyarakat Aceh, juga lambang perjuangan, pelengkap diplomasi. Ketimbang minuman lainnya, sejenis Teh, susu maupun jahe, jarang sekali menjadi minuman paling diminati di Aceh. Mengapa? Ada satu dugaan bahwa kopi lekat dengan identitas ke-Acehan, (meskipun sangat pandai mengolah air nira (baca : tuak), kepopuleran kopi tetap paling mencorong bagi orang Aceh) Ya, kopi melekat dengan karakter orang Aceh. Coba bandingkan kopi dengan teh, keduanya mempunyai sifat yang berlawanan. Teh cenderung diminum dengan suasana tenang, dan santai seperti orang-orang Jepang yang minum teh dengan adap kesopanan. Sedangkan kopi, diminum dalam kondisi yang urakan, bahkan semakin urakan cara minum kopi semakin asik, para Koboï bahkan setelah bangun dari tidur, tanpa mencuci muka, mereka akan memulai hari dengan kopi. Pun, Orang Aceh akan tetap minum kopi walaupun perang dunia terjadi, revolusi pecah, walaupun harga rupiah anjlok, dan banyak walaupun walaupun lainnya.

Imajinasi Aceh adalah imajinasi yang dibangun di berbagai tempat, (selain masjid, sawah dan perkebunan) percaya atau tidak, imajinasi Aceh dibangun lewat dialektika warung kopi. Dalam setiap langkah jika menyusuri Aceh, maka Anda akan menemukan warung kopi. Warung kopi yang beragam dan mempunyai ciri khas yang berbeda-beda. Membicarakan warung kopi dan cara menikmati kopi adalah membicarakan kelas sosial, dan *Yahwa* Marx yang kini ada di depan saya tak jarang menerapkan istilah kelas ketika membicarakan kelompok status sosial.

Marx yang tua dan lelah telah mempelajari kelas-kelas sosial hampir selama sisa hidupnya. Tidak mengherankan, kali ini *Yahwa* Marx begitu getol soal kelas sosial dan warung kopi yang menurutnya mempunyai hubungan erat terkait dilektika yang dibangun dalam konteks peradaban Aceh dahulu, kini, dan nanti. Yang menurut Marx, kelas sosial terbentuk dari pelapisan sosial yang saling berkaitan dalam satu sistem sosial yang bermuara pada hubungan ekonomi. Singkatnya, kelas sosial terbentuk dari suatu fungsi khusus sistem produksi.

Yahwa Marx membagi kelas pada dua hal; *pertama*, kelas kapitalis yang dikategorikan sebagai kelas, karena menguasai sarana produksi dan nilai-lebih; *kedua*, kelas proletar yang adalah sebuah kelas karena tidak menguasai sarana produksi dan nilai-lebih yang dihasilkannya. Meskipun pada kedua patokan tersebut, tak jarang *Yahwa* Marx kembali membuat ‘sekte-sekte’ seperti sekte

kelas kapitalis/borjuis yang bisa terbagi dalam lingkaran ‘aristokrasi keuangan’ seperti bankir, tengkulak, dan lain-lain.

“Dalam hampir semua kelas tersebut terdapat lagi pembedaan tingkat” jelas *Yahwa Marx*.

Selanjutnya *Yahwa Marx* menjelaskan bahwa keberadaan kelas hanya terkait dengan sebuah babak sejarah tertentu dalam perkembangan produksi. Masyarakat Aceh adalah masyarakat yang membentuk kelas sosialnya melalui ekonomi dan politik, walaupun secara samar terlihat politik lebih mendominasi pembentukan kelas sosial di Aceh, tak bisa kita pungkiri bahwa faktor produksi mempunyai peran utama bagi pembentukan kelas sosial ini. Kelas sosial terbentuk melalui *matrealisme dialektika* dalam hubungan soal hubungan manusia yang telah digantikan oleh pola hubungan negara.

Salah satu *dialektika* yang membentuk kelas sosial di Aceh adalah peralihan orang-orang Aceh menjadi masyarakat negara (setelah melewati masa-masa kerajaan dengan sistem kelas feodal), bukan lagi masyarakat sosial yang berkerjasama dalam soal produksi, pekerjaan seperti *Jaku Blank* dilakukan dengan kerjasama komunal lengkap dengan *kenduri blank*, tapi semenjak berubah bentuk menjadi masyarakat negara yang melahirkan kelas-kelas sosial dibawah kendali kapitalisme, kelas sosial makin nampak disana-sini, kesenjangan pun lahir dimana-mana.

“Lalu darimana munculnya produksi sebagai penentu kelas sosial dalam masyarakat, *Yahwa?*” tanyaku serius, sambil menyambar tahu isi diatas piring.

“Ketika populasi manusia bertambah, berkembang pula aktivitas produksi kebutuhan material, yang mau bagaimana pun adalah sebuah kebutuhan bagi manusia. Dari kemauan untuk memproduksi inilah muncul pembagian kerja sosial”.

Yahwa Marx lalu menjelaskan panjang lebar, dan hanya sedikit yang saya tangkap. Katanya, pembagian kerja adalah apa yang dianggap sebagai dialektika historis. Awalnya, pembagian kerja berdasarkan umur, dan jenis kelamin. Kemudian, muncul zaman baru ketika ekspansi kelompok pada satu kelompok lain, timbul penakhlukan, penjajahan, lalu pemerasan, penguasaan hingga pembagian kerja tak bisa dihindarkan dari berbagai kecamuk sosial. Disana kemudian pembagian kerja yang melahirkan produksi melakukan manuver sosial dengan menciptakan kesenjangan sosial lalu timbul kelas-kelas sosial, pembeda antara siapa yang kaya dan siapa yang miskin, yang yang berkuasa dan siapa yang dikuasai, siapa yang menindas dan siapa yang tertindas.

“Betul itu *Yahwa!* Kata Joel S Kahn si Antropolog Marxis, juga begitu, ‘kapitalisme dicirikan oleh seperangkat hubungan sosial antarkelas yang memungkinkan satu kelas yang menguasai kapital untuk mengeksploitasi kelas lainnya’ kata saya sepakat.

“Heh, siapa itu Joel S Kahn? Aku tak kenal dan aku bukan Marxis. Tapi benar saja, kapital itu bukanlah ‘sesuatu’, tetapi lebih merupakan suatu hubungan sosial produksi”.

Lalu apakah kapitalisme dan pembagian kelas sosial sekilas menyeramkan tersebut berbahaya bagi kelangsungan hidup manusia? Sejauh ini tampak baik-baik saja, belum ada pergolakan yang dasyat soal kelas sosial di Aceh pasca-Tsunami. Karena selama ini kelas sosial itu sendiri juga bias dan ditanggapi dengan santai ‘*ya dia miskin karena dia malas kerja*’ kata pendapat umum dalam mengomentari kemiskinan. Selama ini ketika melihat Aceh baik-baik saja, orang-orang menganggap bahwa orang Aceh baik-baik saja, padahal sebenarnya tidak. Ada kebudayaan yang hilang, ada corak manusia Aceh yang digadaikan. Musibah sebenarnya bukanlah Tsunami Aceh beberapa tahun silam, tapi musibah sebenarnya adalah pasca-Tsunami, ketika produk-produk luar memasuki Aceh dengan gencar, perusahaan waralaba asing seperti KFC, McDonald’s dan lain-lain mulai menancapkan cakarnya di Aceh, dan usut punya usut harga-harga makanan di Aceh teramat mahal. Disinilah, letak kebudayaan dan keaslian manusia Aceh yang tergadai.

Kembali ke kopi. *Leisure* selalu berhubungan erat dengan *culture*. Ketika orang Aceh lelah bekerja dan beristirahat di pondok sawah misalnya, mereka akan ngopi dan menembangkan hikayat, nyanyian bahkan tari-tarian. Banyak hal yang dibangun di bawah kesadaran ngopi.

Namun, saat ini budaya ngopi sudah berbeda dan jauh lebih kompleks daripada hanya sekedar *leisure*.

Yahwa Marx melanjutkan omongannya soal kelas sosial, dan warung kopi. Bagi Yahwa Marx, warung kopi tempat adalah kelahiran pikiran-pikiran baru, kesadaran baru. Begitu sakral, sampai kemudian Yahwa Marx menggerutu sebal “tapi warung kopi kini dirubah oleh mereka” katanya.

“Siapa?” saya bertanya.

“Yaa itu, Kapitalisme. Ketika kapitalisme telah datang, mereka akan mengubah yang sakral menjadi profan”.

Obrolan berlanjut kesoal-soal yang lebih pelik. Tentang budaya ngopi dan hubungan antara kota dan kampung di Aceh. Kota dan kampung di Aceh memang mempunyai kerumitan tersendiri, tak jauh dari pusat kota Banda Aceh, Anda akan menemukan Kampung miskin dan terbelakang seperti Gampong Jawa. Pembangunan yang membingungkan seperti ini menjadikan kelas sosial jadi tampak kontras seiring dengan laju investasi dan proyek-proyek infrastruktur di pusat kota.

Hal yang tak bisa diabaikan tentu saja bentuk warung kopi, warung kopi di pinggiran kota Banda Aceh seperti di Gampong Jawa, atau daerah pinggiran laut seperti Alue Naga, atau Alue Deah Tengah mempunyai warung kopi khas dengan gaya tersendiri. Dengan meja kayu dan lesahan. Belakangan, kota mengadopsi ide kelas bawah. Lalu ikut

membuat warung kopi lesehan, atau dengan kursi-kursi kayu serta meja-meja ban *a la* kelas bawah.

Budaya kopi di Aceh terlebih di kota (*urban*) seperti Banda Aceh, memang bergerak secara progresif ketimbang daerah pinggiran atau daerah kampung (*rural*). Kota bergerak secara cepat karena memegang prinsip bergerak maju dan terbuka akan perkembangan. Sebagaimana yang diungkapkan Antonio Gramsci dalam kumpulan tulisannya, *Prison Notebook*. Menuliskan “Sebuah kota ‘industri’ selalu lebih progresif dibandingkan daerah pinggiran yang secara organik tergantung kepadanya”.

“Kasih orang Aceh, teralienasi dengan kopi dan warung kopi mereka sendiri” keluh *Yahwa Marx*, murung. “Tapi tentu saja masih ada harapan, jika saja...” kata *Yahwa Marx* agak ragu.

“Jika saja apa?” tanya saya seperti memburu.

“Jika saja orang Aceh mengembalikan fungsi warung kopi sebagaimana mestinya!” jawab *Yahwa Marx* yakin, sampai menggetarkan jenggotnya yang rimbun.

Bagaimana Warung Kopi Menjadi Atribut Revolusi?

Yahwa Marx bercerita ke Prancis dan revolusi Prancis. Di kota Prancis, Pra-Revolusi di warung kopi yang mereka sebut sebagai *caffé* menjadi tempat untuk menyebarkan berita dan ‘provokasi’ untuk melakukan perlawanan. *Voltaire* sendiri, si filsuf pesimis yang mengompori orang-

orang Prancis yang tertindas (meskipun Voltaire tak sepenuhnya mendukung revolusi) disebutkan dalam arsip Le Procope setiap hari mengkonsumsi 40 gelas kopi untuk menajamkan pikirannya. Le Procope yang dijuluki *The Oldest Caffe in Paris* merupakan salah satu tempat ngopi yang digandrungi oleh para filsuf dan sastrawan dunia seperti Voltaire, Balzac, J.J. Rousseau, Victor Hugo, Verlaine dan lain-lain. Dalam perkembangan ngopi di warung kopi Le Procope tersebut muncul narasi tentang memisahkan kekuasaan dan kenegaraan. Hmm, ya barangkali apa yang dirasakan para filsuf dan sastrawan di warung kopi tersebut? persis seperti lagu Punk Rock yang saya kutip diatas, *“It’s my turn to be jealous; now, I don’t stand so tall. In fact, I’m pretty stupid; I’m feelin’ small. Anger and coffee, feeding me”* dan Boom! Rakyat terprovokasi, kemarahan memuncak, kesadaran berusaha dicongkel keluar, penjara Bastille menggelora, para Borjuis yang meminum Bir, Wine sambil dansa-dansi dengan ditemani musik klasik itu tumbang, kalah telah oleh ruh warung kopi dari masyarakat kelas bawah.

Warung kopi tidak menyediakan tempat untuk dansa-dansi, warung kopi hanya menyediakan narasi. Alih-alih membuat orang lupa diri seperti bagaimana halnya mengonsumsi Wine atau Bir, kopi malah menghidupkan otak, meningkatkan mood dan jika otak serta mood seseorang sedang baik, maka apapun itu ... berhati-hatilah.

Di Aceh, cerita tentang revolusi sedikit-banyak hampir menyerupai Prancis. Konon, di warung kopilah Revolusi berawal dan di warung kopi pula Revolusi berakhir. Dari Teuku Umar yang melawan imperialisme dengan semangat dan menyerukan informasi di warung kopi, strategi di warung kopi, serta menyiapkan kekuatan di warung kopi. Begitu pula ketika masa gerakan separatisme yang kita kenal dengan nama Gerakan Aceh Merdeka (GAM), ketika masyarakat ‘*Grass-roots*’ mengobrol tentang kekuatan rezim Jawa sang Eksploitor ulung di Warung Kopi. Jika memang perjuangan masyarakat akar rumput atas perlawanan yang menuju kearah Jawa didistorsi menjadi hanya semacam gerakan politik yang sempit, itu kita kesampingkan dulu. Tapi yang jelas, gerakan obrolan Warung Kopi tak pernah diragukan kesakralannya, di Aceh.

“Warung kopi dan kesadaran adalah apa yang bisa disebutkan dalam satu tarikan nafas. Sedangkan tarikan nafas setelahnya adalah kesadaran dan Revolusi.” Tutup Yahwa Marx sambil memandang cicak yang lewat di langit-langit Warung Kopi.

Warung kopi memang telah menjadi saksi dalam setiap perjalanan orang Aceh, seperti mesjid, Warung kopi mempunyai sejarah tersendiri berpengaruh pada perkembangan Aceh selama ini. Aceh tanpa warung kopi hanya bakal menjadi jasad tanpa ruh. Kelas sosial dan kesenjangan membuat warung kopi memang tak lagi sakral. Alih-alih bertukar pikiran lewat warung kopi, orang-orang

malah bisa sibuk dengan urusan masing-masing karena ‘invasi wii-fi’ dan ‘keremangan’ warung kopi bagi kawula muda yang memadu nafsu. Sangat jarang bisa ditemukan warung kopi yang sarat akan obrolan, kepulan asap rokok, perkumpulan, dan bahkan membangun dialektika di warung kopi.

Warung kopi anak muda, berbeda dengan warung kopi orang tua. Bahkan anak muda yang perempuan, berbeda warung kopi dengan anak muda yang laki-laki. Mahasiswa berbeda warung kopi dengan para pekerja, dan jangan harap menemukan para pejabat dan buruh satu meja dalam warung kopi. Barangkali kopi akan tetapi menjadi imajinasi kesatuan, imajinasi keAcehan sampai orang Aceh sendiri bisa lupa siapa mereka dan fungsi warung kopi dalam kehidupan sosial mereka.

Nasib Kobo di Warung Kopi Aceh

Film-film Kobo berakhir dengan klimaks yang bahagia walaupun dengan kemenangan yang sepi, episode di Saloon telah usai. Sedangkan di warung kopi Aceh, *Yahwa Marx* yang makin tua semakin mengantuk, sampai ia tertidur pulas di tanah Serambi Mekah. Sontak saya sadar dari kopi yang saya minum ternyata melahirkan fantasi berlebihan karena mampu menghidupkan kesadaran kelas dan diskusi panas-dingin dengan *Yahwa Marx*.

Saya pun pergi dari warung kopi, berlalu seperti si Koboï yang kesepian di akhir cerita. Sampai jumpa kembali *Yahwa Marx*, di serambi kopi.

Dilema Pemilik Warkop

Fahmi Yunus

Memasuki minggu kedua Ramadhan, terjadi migrasi dalam jumlah yang signifikan para jamaah masjid menjadi “jamaah” warung kopi. Sudah menjadi tren, jamaah yang sebelumnya kerap meramaikan shalat isya dan tarawih, kini mengisi “saf-saf” warkop yang dipenuhi aroma kopi, plus rokok tentunya.

Hal ini juga berlaku di warung Cek Pan. Selepas tarawih saya menyempatkan diri mengunjungi warkop sang sahabat. Dalam hitungan kasar, saya berani bertaruh terjadi kenaikan jumlah pengunjung mencapai 60 sampai 70 persen dibanding malam-malam selain bulan puasa. Saya bahkan hampir tak mendapat kursi. Si toke untung besar pikir saya.

Dari kejauhan saya menatap Cek Pan yang sibuk melayani pengunjung. Ia tak kunjung menghampiri meja saya. Mata kami sempat beradu, dan ia tahu akan keberadaan saya. Saya perhatikan, alih-alih tenggelam dalam keramaian penikmat kopi, Cek Pan justru terlihat murung. Sepuluh menit menanti, baru ia menghampiri saya dengan membawa secangkir kopi. Cek Pan seakan tak berani menatap mata

saya, tapi ia beranikan diri duduk di samping saya setelah menarik sebuah kursi biru berbahan pelastik, yang kami sebut kursi tempel.

Cek Pan adalah teman saya sejak kecil, jadi saya paham dan sudah hapal perilakunya. Malam ini, ia berbeda. Tanpa ragu saya langsung tanya.

“Pakon? Kenapa kok *gak* semangat malam ini, Cek?”

Dia mengalihkan pandangan, tak mau menjawab. Saya penasaran, setengah memaksa saya ulangi pertanyaan tadi dengan redaksi berbeda.

Akhirnya ia menjawab dengan singkat, “Karena ceramah di masjid tadi.”

Lho, apa sebab ceramah di masjid bikin Cek Pan tak enak hati? Ia mulai bercerita.

“*Bunoe penceramah di meunasah peugah*, katanya sekarang ini orang-orang, khususnya kaum pria lebih suka meramaikan warung kopi daripada menghidupkan malam-malam di masjid.

“Rumah Allah” kini sepi, warkop makin ramai, kayak warung saya ini.”

Oh itu pasalnya. Cek Pan merasa ia dan warkopnya dituduh ikut berkontribusi dalam “menyesatkan” umat. Orang-orang lebih memilih meramaikan warkopnya daripada tempat ibadah. Walaupun si penceramah tidak secara

eksplisit menyalahkan Cek Pan, tapi ia merasa tuduhan “persaingan” warkop dan masjid di malam puasa semuanya dialamatkan padanya. Ia menjadi terlalu *baper*, bawa perasaan.

“Saya juga bingung, saat orang-orang *beri’tikaf* di masjid, saya terpaksa harus ikut dalam keramaian warung ini. Ingin rasanya menghabiskan malam di masjid seperti saat kita masih kecil dulu” ujanya mengenang saat melewati malam Ramadhan hingga menjelang sahur di masjid.

Saya mulai paham penyebab kesedihan Cek Pan.

“Tapi, kalau saya tidak buka warung malam-malam seperti ini kapan lagi saya bisa mencari nafkah?”

Aceh dikenal sebagai daerah yang melarang para penjual makanan dan minuman berjualan pada siang hari selama bulan puasa. Warung kopi salah satu jenis usaha yang masuk dalam kategori tersebut.

Mata Cek Pan terlihat mulai berkaca-kaca. Ia berusaha membendung alirannya dengan menengadahkan wajah ke arah langit-langit warung. Saya menduga ia juga sedang memikirkan nasib istri dan ketiga orang anaknya, belum lagi dua orang karyawan yang setia menemaninya meracik dan menyajikan kopi terbaik. Ditambah seorang ibu, yang kini hidup bersama mereka, sepeninggal Cek Pon — sang ayah.

Saya paham, Cek Pan berada dalam posisi dilematis. Di antara membuka warung untuk mencari nafkah atau mencari pahala.

“Setelah mendengar ceramah itu, terus terang saya merasa berdosa. Namun apa daya.”

Saya tersenyum mendengar keluh-kesahnya. Walau tersenyum, saya juga diliputi rasa malu. Sebagai seorang pegawai, bekerja di kampus, dengan pendapatan yang pasti tiap bulannya baik dalam keadaan rajin atau malas, maka apa yang dipikirkan oleh Cek Pan sungguh di luar dugaan.

Hampir tak ada bedanya dengan malam-malam di bulan lain. Setelah shalat saya kembali tenggelam ke urusan kampus yang rasanya tak kunjung punya titik ujung. Mempersiapkan bahan perkuliahan, membaca tugas dan laporan kerja mahasiswa, membuat proposal penelitian, baca buku, hingga urusan administrasi yang terkadang bikin frustrasi. Namun, saya berusaha menikmati dan menjalani itu semua. Sesekali saya menyempatkan diri bertemu kawan-kawan yang biasanya mudik saat bulan puasa atau mencari secangkir kopi atau sanger, atau hanya sekadar *poh cakra* dengan sesama penggemar kuliner malam.

Betul kata Cek Pan, jika membayangkan Nabi Muhammad SAW atau para sahabat yang menjalani bulan puasa dengan segala macam ibadah, saya merasa malu. Kali ini, rasa malu saya berada di titik tertinggi melihat seorang sahabat yang

gelisah dengan puasa yang sudah mencapai paruh waktu sementara amal ibadahnya masih tertinggal jauh.

Dengan sok bijak dan penuh rasa *jaim* saya berikan nasihat kepada Cek Pan. Sebagai orang yang memiliki pendidikan formal lebih tinggi darinya, saya mencoba memberikan motivasi.

“Bro, yang *ke* (*ke* = kamu/anda-red) lakukan malam ini *kan* juga ibadah. Bekerja untuk memberi nafkah anak, istri dan keluarga adalah ibadah. Bayangkan *kalo ke* ngak buka warung, mau makan apa anak-anak dan mamak *ke*, apalagi gak lama lagi akan hari raya. *Kiban nyan?*”

Cek Pan menyimak apa yang saya utarakan, namun sepertinya kalimat itu sudah sering didengarnya. Ia masih belum puas dengan jawaban saya.

“*Okelah, kalo gitu, gini aja. Mulai besok, warkop ini gak usah kebuka lagi sampe lebaran. Mulai besok malam Warkop Cek Pan tutup.*”

Cek Pan tersentak mendengar pernyataan saya.

“Ya, *gak* gitu juga *lah*, Pak Dos. Mau kukasih makan apa keluargaku. Gimana aku beli baju lebaran untuk anak-anak. Gimana si Leman dan si Wadi pulang kampung nanti?”

“Kalo gitu, manfaatkan waktu pagi dan siang untuk beribadah atau i’tikaf di masjid. Malam hari warkop tetap beroperasi. *Kiban?*”

Sepertinya Cek Pan mulai setuju. Ia terlihat tersenyum, sambil menawarkan saya secangkir lagi kopi pahit racikannya.[]

* Fahmi Yunus adalah pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry, peneliti pada ICAIOS dan CENTRIEFP, Banda Aceh. E-mail: fahmiyunus@gmail.com

<http://www.acehkita.com/dilema-pemilik-warkop/>