

TREN PENERBITAN MUSHAF DALAM KOMODIFIKASI AL-QUR'AN DI INDONESIA

Eva Nugraha

(Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: anugrahtuhan@yahoo.com)

Abstract: As a sacred thing, mushaf of the Qur'an has long been the commoditized objects. In Indonesia, it has been published and circulated into markets with its various forms since 150 years ago. However, in the last ten years, the publication of the Qur'an has changed dramatically in terms of shape, form, content and theme. This article seeks to examine how publishers manage their product of printed Qur'an and promote them in market. It shows that publishers have responded the demands of market to the printed al-Qur'an by means of increasing the quality of the printed material of the scripture and framing the product in accordance with the trend of the market.

Abstrak: Sebagai sesuatu yang disucikan, mushaf al-Qur'an telah lama menjadi obyek yang dikomodifikasi. Sudah lebih dari 150 tahun mushaf diterbitkan dan dipasarkan di Indonesia dengan berbagai bentuknya. Fenomena penerbitan al-Qur'an di Indonesia pada sepuluh tahun terakhir mengalami perkembangan dalam bentuk dan tampilan, baik dari sisi konten maupun tema yang menyertainya. Atas latar belakang itulah, paper ini ingin menguji pertanyaan: bagaimana para penerbit al-Qur'an menyajikan dan memasarkan produk mushaf al-Qur'an yang akhirnya menjadi tren dalam penerbitan mushaf al-Qur'an di Indonesia.

Keywords: tren, penerbitan, komodifikasi, mushaf al-Qur'an, mushaf kontemporer.

SEBAGAI barang komoditas yang diperjual belikan, beberapa perusahaan penerbitan al-Qur'an juga mengiklankan produk mereka. Mereka berusaha mengajak kaum Muslim Indonesia untuk membeli produknya. Salah satunya adalah iklan yang bertuliskan “*INILAH paket al-Qur'an yang memberi panduan hidup TERLENGKAP dan PRAKTIS, karena mencakup 66 konten dalam satu paket al-Qur'an*” dari penerbit *Miracle The Reference 66 in 1* (MTR).¹ Penerbit lainnya menerbitkan mushaf al-Qur'an dengan 101 konten tambahan dalam satu mushaf dengan nama *al-Qur'an Cordoba The Amazing 101 in 1* (QCTA).² Bagi mereka yang mengenal hanya mushaf konvensional, mungkin akan muncul pertanyaan, apa saja yang masuk ke dalam dua contoh produk al-Qur'an di atas. Apakah semua 66 dan 101 kontennya terkait langsung dengan kajian al-Qur'an? Dari hasil penelusuran sederhana penulis, ternyata 44 konten MTR dan 68 konten dari QCTA tidaklah terkaitlangsung dengan kajian al-Qur'an. Apa yang sedang terjadi pada penerbitan al-Qur'an, sehingga para penerbit berlomba-lomba melampirkan sejumlah konten tambahan. Apakah ini bagian dari strategi marketing?

Artikel ini berusaha mengkaji beberapa persoalan terkait dengan fenomena tren penerbitan al-Qur'an, yaitu: *pertama*, bagaimana para penerbit al-Qur'an menyajikan dan memasarkan produk mushaf al-Qur'an yang akhirnya menjadi tren dalam penerbitan mushaf al-Qur'an di Indonesia?; *kedua*, segmentasi pasar seperti apa yang disasar dalam pemasaran produk mushaf?

Dari sisi kajian al-Qur'an, tulisan ini ingin memberikan sedikit sumbangan atas perkembangan terbaru dari penerbitan mushaf al-Qur'an di Indonesia. Mengapa menjadi penting? Karena seakan-akan kajian atas mushaf telah berhenti paska kompilasi al-Qur'an masa 'Uthmān bin 'Affān. Padahal saat penulis merujuk pada buku *Taṣnīf 'Ulūm al-Qur'ān*, disebutkan

¹Penerbit Sygma, pada tahun 2009 menerbitkan *the Miracle 15 in 1*. Pada tahun 2010 menerbitkan *Miracle The Reference 22 in 1*. Dengan demikian penerbitan *Miracle The Reference 66 in 1*, merupakan upaya tambahan dari pihak penerbit agar orang yang awalnya hanya memiliki terbitan 2009 bisa juga membeli yang terbitan 2013 karena ada kontennya bertambah.

²Mushaf al-Qur'an ini terbitan Cordoba, di dalamnya disajikan sejumlah konten yang menitik beratkan pada *qira'at* al-Qur'an.

bahwa pencetakan al-Qur'an (*tibā'at al-muṣḥaf*) termasuk ke dalam kajian ilmu al-Qur'an berada di bawah kategori *Jam' al-Qur'ān*.³ Dari sisi lainnya, makalah ini ingin menguatkan pandangan bahwa apapun yang ada di dunia ini bisa menjadi komoditas, termasuk di dalamnya mushaf al-Qur'an.⁴

Dengan menggunakan pendekatan komodifikasi agama, penulis menganalisis sejumlah mushaf al-Qur'an dari empat penerbit mushaf al-Qur'an di Indonesia. Data yang terkumpul akan dikategorisasi berdasarkan tren penerbitan yang kemudian dianalisis menggunakan Ansoff Matrix. Ansoff Matrix digunakan untuk membedah apa alasan *marketing* untuk melacak apa tujuan memasarkan satu produk mushaf dan segmentasi pasar seperti apa yang disasar.⁵

Memahami Komodifikasi al-Qur'an

Pattana Kitiarsa, mengutip *The Oxford Dictionary of English* memberikan pengertian komodifikasi adalah: “*the action of turning something into, or treating something as, a (mere) commodity*”;

³Bila diurai secara berurut, maka kajian di bawah *Jam' al-Qur'ān*, salah satunya adalah kajian tentang *mushaf*. Dalam kelompok kajian mushaf secara berurut terdapat 7 kategori kajian: 1) *Kitābat al-Qur'ān*, 2) *Rasm al-muṣḥaf*, 3) *Ḍabt al-muṣḥaf*, 4) *Tibā'at al-muṣḥaf*, 5) *Abkām al-muṣḥaf*, 6) *al-ḥifẓ al-sawī*, dan 7) *Tarjamat al-Qur'ān*. Lihat, Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, *Tasnīf ʻUlūm al-Qur'ān* (Jiddah: Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah, 1430 H.), 2.

⁴Lihat, Eva Nugraha, “Saat al-Qur'an menjadi Komoditas: Beberapa Usulan Standarisasi Komodifikasi Mushaf al-Qur'an” dalam *al-Qur'an antara Teks dan Realitas* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, 2013).

⁵Dalam Ansoff matrix tujuan pemasaran terbagi pada empat kategori: (1) “*Existing products in existing segments*”. Memasarkan produk-produk yang telah ada untuk segment yang telah ada. Upaya ini dilakukan dengan cara penetrasi pasar (*market penetration*). Biasanya berisi semua produk untuk semua segmen pasar; (2) “*New products in existing segments*”. Menawarkan produk baru untuk segmen pasar yang telah ada dengan cara melakukan *product development*; (3) “*Existing products in new segments*”. Menawarkan produk yang telah ada pada segmen baru dengan cara perluasan segmen pasar (*segment extension*); (4) “*New products in new segments*”. Menawarkan produk baru pada segment terbaru dengan cara diversifikasi produk. Lihat, Malcolm McDonald dan Ian Dunbar, *Market Segmentation : How To Do It, How To Profit From It* (Oxford: Elsevier, 2004), 389-90.

commercialization an activity, and so on, that is not by nature commercial. Selanjutnya ia menyebutkan ada 3 hal yang menjadi dampak dari komodifikasi agama, yakni fundamentalism, desekularisasi, dan pietism. Dalam tulisannya ia menyebutkan sebagai berikut: (1) *global concerns over fundamentalism and militant religious movements*, (2) *some persisting criticisms over the secularization thesis*, and (3) *growing trends of privatizing piety and religiosity*.⁶

Kajian komodifikasi agama merupakan sebuah kajian yang lahir untuk menunjukkan bahwa agama tetap hadir di ruang publik. Agama yang diprediksi akan hilang karena arus industrialisasi, modernisasi, dan sekularisasi, ternyata semakin menunjukkan keberadaannya, terutama untuk kasus di Asia.⁷ Salah satu bentuk kehadiran agama di ruang publik adalah maraknya penerbitan al-Qur'an di Indonesia. Dengan ruang pasar yang masih sangat luas, para penerbit mushaf al-Qur'an di Indonesia berupaya untuk memproduk dan memasarkan ragam bentuk, model, tipe mushaf baru, sehingga melahirkan genre baru mushaf. Sekalipun demikian, komodifikasi al-Qur'an tidak hanya pada industri penerbitan al-Qur'an. Akan tetapi, termasuk di dalamnya, kursus baca tulis al-Qur'an, *qāri* profesional, dan lain-lain.

Pada buku-buku klasik, seperti *Fadā'il al-Qur'ān* karya Abū 'Ubayd al-Qāsim bin Salām al-Harawī (awal abad ke 3 H); *Fadā'il al-Qur'ān* karya Ibn al-Durays (akhir abad ke 3 H); *Fadā'il al-Qur'ān* karya al-Nasā'i (akhir abad ke 3 H),⁸ dan *Kitāb al-Maṣāḥif* karya Ibn Abī Dāwud⁹ dan *al-Itqān* karya al-Suyūtī¹⁰ sebenarnya

⁶Lihat, Pattana Kitiarsa, "Toward Sociology of Religious Commodification" dalam *The New Blackwell Companion to The Sociology of Religion*, ed. Bryan S Turner (West Sussex, Willey-Blackwell, 2010), 569.

⁷*Ibid.*

⁸Ketiga kitab di atas adalah bagian dari pelacakan Asma atas kitab-kitab yang menjelaskan keutamaan al-Qur'an, Lihat, Asma Afsaruddin, "The Excellences of the Qur'ān: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society", *Journal of the American Oriental Society*, volume 122, number 1 (Jan.-Mar., 2002): 8-10. <http://www.jstor.org/stable/3087649>; diakses 26 Mei 2011.

⁹Lihat, Ibn Abī Dāwud Abū Bakr 'Abdullah bin Sulaymān bin al-Ash'ath al-Sijistānī al- Ḥanbalī, *Kitāb al-Maṣāḥif*, *taḥqīq* dan *naqd*: Muhib al-Dīn 'Abd al-Subhān Wā'iẓ (Bayrūt: Dār al-Bashā'ir al-Islāmiyyah, 2002).

persoalan boleh tidaknya jual-beli mushaf telah menjadi perhatian para sahabat Nabi. Maka, komodifikasi Mushaf al-Qur'an pun sudah lama dilakukan. Cortese mengkategorisasi dua kelompok sahabat, yaitu *the Protectionists'* dan *the Free-Marketers'*. *The Protectionist'*, adalah mereka yang ingin menjaga keagungan al-Qur'an. Sedangkan kelompok *the Free-Marketers'* adalah mereka yang menganggap bahwa tulis menulis merupakan profesi yang layak untuk diberi upah dan layak diperjual belikan.¹¹

Saat ini, kontestasi para penerbit untuk merebut minat kaum Muslim dalam membeli al-Qur'an memang cukup beralasan. Data BPS hasil sensus tahun 2010 menunjukkan bahwa ada 207.176.162 jiwa jumlah umat Islam di Indonesia.¹² Jika diasumsikan per keluarga (5 orang) harus memiliki mushaf maka akan dibutuhkan 41,7 juta eksemplar mushaf¹³ al-Qur'an. Sedangkan ketersediaan mushaf hanya 5 juta eksemplar pertahun.¹⁴ Dengan demikian, masih banyak peluang untuk mengisi kekosongan produksi tersebut.

¹⁰Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn ‘Abd al-Raḥmān Ibn Abī Bakr al-Suyūṭī, *al-Itqān fī ʻUlūm al-Qurʼān*, tahqīq: Markāj al-Dirāsāt al-Qurʼāniyyah (Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd Li Ṭibā’ah al-Muṣḥaf al-Shārif, t.th)

¹¹Delia Cortese, “The Commodification of the Mushaf in early Century of Islam” dalam *Writings and writing from another world and another era: investigations in Islamic text and script in honour of Dr Januarius Justus Witkam, Professor of Codicology and Palaeography of the Islamic World at Leyden University* (Cambridge: Archetype Press, 2010), 44-53.

¹²Data Sensus Penduduk 2010 - BPS Republik Indonesia, diunduh dari: sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabelprint?wid=0000000000&tid=321&lang=id&fi1=58&fi2=3

¹³Kata ini memang bukan bahasa Arab asli, melainkan kata serapan (*loanword*) dari Abyssinia (Ethiopia). Pada bentuk Bahasa Arab yang benar kata *mushaf* diucapkan dengan *maṣḥaf*. Lihat, J. Pedersen, *Fajar Intelektualisme Islam: Buku dan Sejarah Penyebaran Informasi di Dunia Arab*, ter. Alwiyah Abdurrahman (Bandung: Mizan, 1996), 134. Adapun orang yang diasumsikan sebagai orang pertama yang menyebutkan kumpulan *ṣuḥūf* sebagai mushaf adalah, Sālim bin ‘Ubayd bin Ma‘qil Mauwlā Abū Hudhayfa. Lihat, Claude Gilliot, “Reconsidering the Authorship of the Qurʼān” dalam *The Qurʼān in its Historical Context*, ed. Gabriels Said Reynolds (London: Routledge, 2008), 94.

¹⁴Lihat, Rubaya Thalib, “Perspektif Penataan Penerbit dan Percetakan al-Qur'an di Indonesia”, *Hidayatullah.com* tanggal 7 Maret 2013.

Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu penerbit,¹⁵ terkuak satu alasan mengapa harus pula menyajikan dan memproduksi mushaf al-Qur'an yang berbeda dari mushaf konvensional. Karena ada kelas menengah¹⁶ Muslim Indonesia yang membutuhkan asupan informasi tambahan, yang tidak hanya teks arab al-Qur'an dan terjemahnya, akan tetapi lebih komprehensif, juga terarah. Hal ini sejalan dengan konsepsi penerbitan yang pada hakikatnya memiliki karakter untuk mempublikasikan sesuatu yang menyenangkan, mendidik, dan memberikan informasi. Adapun tujuan dasar dari bisnisnya, adalah memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pembaca atau pengguna akhir (*end-user*).¹⁷

Tren 1: Penambahan Jumlah Konten Lampiran.

Sebelum melacak penambahan jumlah konten pada mushaf-mushaf kontemporer, ada baiknya dipahami terlebih dahulu bagaimana kondisi fisik dan konten yang menyertai mushaf konvensional di Indonesia.

<http://www.hidayatullah.com/read/2013/03/07/2002/perpektif-penataan-penerbit-dan-percetakan-al-quran-di-indonesia.html>

¹⁵Wawancara dengan Adi, penerbit Sygma Publishing pada bulan Agustus 2013.

¹⁶Kelas menengah adalah kelompok masyarakat yang memiliki kualitas hidup (*quality of life*) yang lebih baik. Mereka menikmati pendidikan yang lebih baik, kesehatan yang lebih baik, rumah yang lebih mahal dan besar, makanan yang lebih berkualitas, dan mereka mulai menikmati hiburan yang memadai. Data ADB menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan kelas menengah yang cukup signifikan. Kelas menengah Indonesia melonjak hampir dua kali lipat selama 10 tahun dari 45 juta penduduk menjadi 93 juta. Kalau tahun 1999 jumlah kelas menengah hanya 25% dari total penduduk, maka pada tahun 2009 menjadi 45%. Tim Riset Center for Middle-Class Consumer Studies (CMCS), *Executive Summary: Indonesia Middle-Class Consumer Report 2013: Uncovering the Aspirations, Values, and Behaviors* (Jakarta: CMCS & Majalah SWA, 2013), 4. Diunduh dari www.CONSUMER3000.net; Majalah *The Economist* memprediksi bahwa jumlah kelas menengah di Indonesia pada tahun 2014 akan mencapai 150 juta jiwa. "Indonesia's middle class: Missing BRIC in the wall" *The Economist* edisi Juli 2011. Diunduh dari: www.economist.com/node/18989153/print.

¹⁷Albert N. Greco, *The Book Publishing Industry*, Edisi ke 2 (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate, 2005), 5.

Mushaf Konvensional Indonesia dan Kontennya.

Penerbitan dan percetakan mushaf al-Qur'an di Indonesia sudah lama dimulai. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Muslim Nusantara sudah mencetak al-Qur'an dalam bentuk litograf sejak tahun 1848.¹⁸ Beberapa orang peneliti LPMA, seperti: Syukri¹⁹, Arifin²⁰, dan Ali Akbar²¹, merupakan sedikit

¹⁸Keterangan mengenai awal percetakan Mushaf al-Qur'an di Nusantara dicatat pada artikel-artikel berikut: Rosehan Anwar, "Mushaf Kuno di Palembang" dalam *Mushaf-Mushaf Kuno di Indonesia*, ed. Fadhal R. Bafadhal dan Rosehan Anwar (Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005), 68-71; Jeroen Peeters, "Palembang Revisited: Futher Notes on the Printing Establishment of Kemas Hajji Muhammad Azhari, *International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*, 181-90; I. Proudfoot, Lithography at the Crossroads of the East, *Journal of the Printing Historical Society* 27 (1998), 113-31; I. Proudfoot, "Mass producing Houris' moles", dalam *Islam. Essays on Scripture, Thought and Society*, ed. P. Riddell and T. Street (Leiden:Brill, 1997). Ian Proudfoot "Malay Book Printed in Bombay: a Report on Sources for Historical Bibliography", *Kekal Abadi*, 13, 3 (1994), 1-20. Ian Proudfoot, "Early Muslim Printing in Southeast Asia", *Libri*, volume 45 (1995), 216-223. Catatan tambahannya ada pada tulisan Martin van Bruinessen, dalam sub artikelnya ia menjelaskan beberapa penerbit kitab kuning yang ada di Nusantara sejak tahun 1854-1978. Lihat, Martin van Bruinessen, "Kitab Kuning: Books in Arabic Script Used in the Pesantren Milieu", *Bijdragen tot de Taal, Land en Volkenkunde* 146 (1990), 226-69.

¹⁹Ia menjelaskan perkembangan mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20. Penelusurannya dimulai dari mushaf cetakan Palembang hingga al-Qur'an terjemahan aksara jawa pada tahun 1935. Abdul Hakim Syukrie, "Mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20" dalam *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa*, ed. Ali Akbar (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011), 21-6.

²⁰Zaenal Arifin, *Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Usmani Indonesia, 1974-1983 (Studi Naskah Dokumentasi Musyawarah Kerja (Muker) Ulama al-Qur'an I-IX)*, Laporan Penelitian (Jakarta: Lajnah Pentashihin Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat, 2011) tidak diterbitkan; Lihat Juga, Zainal Arifin M, "Mengenal Mushaf al-Qur'an Standar 'Usmani 1983 dan 2002'", *Şuhuf*, volume 4, nomor 1, 2011: 1-22. Penulis berasumsi bahwa dua nama di atas merupakan orang yang sama, yaitu Zaenal Arifin. Hanya saja, penulisan nama yang tercantum di jurnal *Şuhuf* dibuat sengaja sesuai dengan akun email Zaenal Arifin: zainalarifinmadzkur@gmail.com; Penjelasan lebih awal dari pelaku sejarah, lihat E. Badri Yunardi "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Indonesia", *Jurnal Lektur Keagamaan*, volume 3, nomor 2 (2005), 279-300.

orang yang melakukan pelacakan atas karya cetak mushaf Indonesia dari tahun 1848-2010. Untuk memberikan pembeda pada mushaf konvensional, Ali Akbar berkesimpulan bahwa mushaf-mushaf Indonesia kontemporer telah disajikan secara inovatif dan kreatif.²²

Mushaf Konvensional Indonesia yang dimaksudkan oleh penulis adalah mushaf-mushaf yang dicetak di Indonesia dengan model, tipe, dan konten yang lebih baku. Produk mushaf yang berisi teks al-Qur'an dan belum mengalami inovasi desain tampilan *cover* ataupun lampiran konten tambahan. Sebagaimana yang dijelaskan dibawah ini:

Pertama, konten mushaf konvensional tahun 1950-an terdiri atas: *asma' al-ḥusnā*, fadilah keutamaan membaca al-Qur'an, adab tata susila membaca al-Qur'an, keterangan tempat ayat sajdah, do'a khatam al-Qur'an, penjelasan tentang rumus *waqaf*, *fahras jūz*, *fahras sūrāt*, *kitāb tajwīd*, keterangan tanda *waqaf*, *makhārij al-hurūf*, gambar mulut dengan tulisan huruf-huruf *hijāiyyā*, surat izin mencetak al-qur'an, surat tanda *taṣḥīḥ*, dan *asma' al-ḥusnā*.²³

Kedua, konten mushaf konvensional tahun 1960-an, terdiri atas: *fahras sūrāt* dan *fahras jūz*, do'a-do'a dari al-Qur'an, do'a khatam al-Qur'an, penjelasan tentang rumus waqaf, *kitāb tajwīd*, dan surat tanda *taṣḥīḥ*.²⁴

Ketiga, konten mushaf konvensional tahun 1970-an terdiri atas: doa khatam al-Qur'an, *fahras jūz* dan surat, surat tanda *taṣḥīḥ*, kitab tajwid, fadilah keutamaan membaca al-Qur'an, adab tata susila membaca al-Qur'an, keterangan tempat ayat *sajdah*,

²¹Ali Akbar, "Pencetakan Mushaf al-Qur'an di Indonesia", *Suluf*, volume 4, nomor 2, (2011), 271-87; lihat juga, Ali Akbar, "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'an Sejak 1950an Sampai Saat ini" dalam *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa*, ed. Ali Akbar (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011), 27-32. Kedua artikel tersebut memiliki tulisan yang hampir sama, hanya saja artikel kedua dibuat, sepertinya merupakan ringkasan dari artikel pertama.

²²Ali Akbar, "Pencetakan Mushaf...", 271-87; lihat juga, Ali Akbar, "Dari Mushaf Bombay...", 27-32. Kedua artikel tersebut memiliki tulisan yang hampir sama, hanya saja artikel kedua dibuat, sepertinya merupakan ringkasan dari artikel pertama.

²³Lihat, *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Bandung: Al-Ma'arif, 1957).

²⁴Lihat, *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Semarang: Dipenogoro, 1968).

doa yang dibaca ketika sujud *sahwi*, keterangan tanda *waqaf*, *makharijal-huruf*, gambar mulut dan huruf hijaiyah.²⁵

Keempat, konten mushaf konvensional tahun 1980-an terdiri atas: *asma' al-husnā*, sambutan Menteri Agama RI pada penerbitan al-Qur'an Standar, maklumat penting, surat tanda, keutamaan-keutamaan al-Qur'an, adab membaca al-Qur'an, doa-doa dari al-Qur'an, doa khatam al-Qur'an, *fahras sūrāt*, *ma'lūmāt*, penjelasan tanda-tanda *waqaf*, rumus yang dipergunakan dalam al-Qur'an, *kitāb tajwīd*, ayat sajdah, do'a-do'a yang dibaca ketika sujud sahwi dengan kandungan ayat-ayat, *fahras jūz*, *fahras sūrāt*, dan *asma' al-husnā*.²⁶

Kelima, konten mushaf konvensional tahun 1990-an terdiri atas: *asma' al-husnā*, sambutan Menteri Agama RI pada penerbitan al-Qur'an standar oleh para penerbit swasta, tanda *taṣḥīḥ*, keutamaan al-Qur'an, tata cara membaca al-Qur'an, do'a-do'a dari al-Qur'an, doa khatam al-Qur'an, *ma'lūmāt*, rumus *waqaf* yang dipergunakan dalam Mushaf Standar Indonesia, *fahras sūrāt* dan *jūz*, perhatian!, dan *asma' al-husnā*.²⁷

Satu hal yang menarik dari mushaf konvensional Indonesia tahun 1960-1990-an adalah penulisan lampirannya menggunakan huruf Arab Melayu pegon, termasuk sambutan Menteri Agama. Dari titik pijak ini, sebenarnya segmen pasar mushaf al-Qur'an periode tersebut lebih menekankan pada kaum Muslim yang sudah memiliki pengetahuan dalam bahasa Arab atau huruf Arab. Perbedaan akan sangat terlihat pada mushaf konvensional Indonesia tahun 2000-an, dimana konten lampirannya menggunakan bahasa Indonesia.

Mushaf Kontemporer dan Kontennya.

Tidak semua mushaf Indonesia kontemporer memiliki konten lampiran yang sangat banyak. Hanya saja ada sejumlah mushaf yang memiliki lampiran konten lebih dari 20 buah, yang penulis paparkan di sini hanya 3 produk mushaf. *Mushaf 101 in 1: al-Qur'an Cordoba "Amazing"* (QCA), *Miracle the Reference:66 in 1* (MTR), dan *al-Qur'anku Masterpiece 55 in 1* (QM).

²⁵Lihat, *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Bandung: Al-Ma'arif, 1977).

²⁶Lihat, *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Bandung: Al-Ma'arif, 1986).

²⁷Lihat, *Mushaf al-Qur'an al-Karīm* (Semarang: Toga Putra, 1991).

a. 101 in 1: *al-Qur'an Cordoba "Amazing"* (QCA)

Adalah mushaf yang diterbitkan oleh Cordoba, berlokasi di Bandung. Penerbitnya melampirkan 33 konten utama dan 68 konten tambahan. Konten utamanya sebagaimana yang tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Konten Mushaf QCA

1	Terjemah Per Kata	12	Riyadus Salihin	23	
2	Penunjukkan Ayat	13	Hadis al-'Arba'īn	24	Aṣbāb al-Nuzūl
3	Sistem Warna Tajwid	14	Shamā'il Muḥammadiyah	25	Kisah Nabi
4	Panduan Hukum Tajwid	15	Hadis Nabawi	26	Nasihat dan Pelajaran
5	Kaidah Tajwid	16	Hadis Qudsi	27	Kajian Arkeologi Sejarah
6	Terjemah Kemenag	17	Medical Hadis	28	Zikir al-Ma'surat
7	Mu'jam	18	Tazkiyatun Nafs	29	Do'a Keseharian
8	Tafsir Jalalain	19	Tibbun Nabawi	30	Tajwid Aplikatif
9	Tujuh Klasifikasi Utama	20	Asmaul Husna	31	Indeks
10		21	Do'a-do'a Asmaul Husna	32	Tutorial Umrah/Haji
11	Tafsir Ibn Katsir	22	Tuntunan Do'a	33	Tutorial Wudhu/Shalat

Adapun konten tambahannya berjumlah 68 yang terdiri dari: 16 file video tausiah Syekh Yusuf al-Qardawi, 6 video tausiah Dr. Aidh al-Qarny, 6 video tausiah Dr. Wahbah Zuhaily, 20 video filler AaGym, 12 file .chm Kajian keislaman, 5 file mp3 Murattal Imam Timur Tengah, 3 file video Harun Yahya, 3 file pdf *asbāb al-Nuzūl* dan Kisah para Nabi.

Secara fisik QCA adalah mushaf dengan ukuran 21x29,7 cm yang diterbitkan pada tahun 2012. Penerbitnya mematok harga konsumen sebesar Rp. 338.000,-. Realitas di pasaran, nominal harga bisa berubah bergantung penjual. Penjual-penjual online memberikan diskon rata-rata antara 10-15%. Bahkan, mereka menawarkan harga cicilan selama 6 bulan. Penulis melihatnya

bahwa konsep cicilan digunakan untuk merangkul calon pembeli dari kelas menengah bawah. Mereka yang tidak memiliki kecukupan dana, namun ingin membeli produk mushaf.

b. Miracle the Reference: 66 in 1(MTR)

Syamil adalah penerbit dari mushaf ini. Judul yang tertera dalam *cover* mushaf adalah *al-Qur'an al-Karim: Miracle The Reference*. Kalimat 66 in 1, merupakan *tags line* yang digunakan produsen saat produk ini dibundling dengan 2 dvd dan 3 buku. Dvd dan buku yang disertakan memuat semua aplikasi dalam mushaf serta beberapa konten tambahannya sejumlah 44. MTR adalah mushaf dengan konten utama yang terlampir di dalamnya berjumlah 22 ragam konten. Adapun isi dari 22 ragam konten adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Konten Mushaf MTR

1	Terj. Tafsiriyah Perkata	9	Hadis ṣahīḥ	17	Indeks Tematik
2	Keyword (<i>blocking</i>)	10	Do'a dan Dzikr	18	Sirah Nabawiyah
3	Sistem Pewarnaan Tajwid	11	Kosa kata	19	Atlas Sirah Nabawiyah
4	Panduan Hukum Tajwid	12	Asbāb al-Nuzūl	20	Analisis Peta
5	Terjemah Kemenag	13	Do'a dalam al-Qur'an	21	Dzikir al-Ma'thurat
6	Munasabah	14	Khazanah Pengetahuan	22	Metode SABANA
7	Tafsir al-Tabarī	15	Tanda2 dlm al-Qur'an		
8	Tafsir Ibn Kathīr	16	Asmaul Husna		

Empat puluh empat konten lainnya adalah bonus yang berupa file dalam 2 dvd dan 2 buku. Dvd pertama berisi 22 file. Dvd kedua berisi 16 file: 3 file video dan 13 file audio. Sedangkan isi dari bonus 2 buku adalah: 1) *Penuntun Praktis Ibadah Cara Nabi 1*. Buku ini menjelaskan mengenai tatacara taharah, shalat dan zikir sehari-hari. Adapun buku kedua

berjudul *Penuntun Praktis Ibadah Cara Nabi 2*, yang berisi tatacara puasa, zakat, infaq, shadaqah, haji, serta umrah.²⁸

Sebenarnya MTR memiliki produk yang lebih ringkas dengan judul mushaf *Miracle the Guidance e-Pen* (MTG). Mushaf ini lebih seperti mushaf al-Qur'an tradisional. Di dalamnya tidak banyak lampiran yang bertumpuk sebagai penjelas atau konten tambahan. Konten-konten yang ada pada teks tertulis dalam MTR dibuat secara digital didalam e-pen. Lembaran mushaf hanya berisi teks al-Qur'an (bahasa Arab) dengan logo-logo digital pada samping kiri, kanan dan bawah mushaf.

Pen elektronik (e-pen) yang menyertai mushaf MTG menjadi sangat penting karena semua konten yang disertakan dalam mushaf hanya bisa diakses melalui e-pen tersebut. Salah satu penjual yang ada di Bandung menyebutnya sebagai "Mushaf bersuara". Terdapat tidak kurang dari 9 logo disetiap sisi kanan dan kiri halaman mushaf. 5 logo disetiap sisi bawah halaman mushaf. Jika dihitung maka konten yang ada di mushaf MTG tidak kurang dari 35 konten tambahan.

c. *al-Qur'anku Masterpiece 55 in 1* (QM)

Mushaf ini keluar dengan dua edisi, klasik dan platinum. Edisi QM klasik memiliki harga Rp. 375.000,- sedangkan QM edisi platinum diberilabel harga Rp. 425.000,-.²⁹ *Al-Qur'anku* diterbitkan oleh PT. Lestari. Berikut konten Mushaf QM.

Tabel 3
Konten Mushaf QM

1	Khat Madinah	20	Cara pengucapan huruf	39	Indeks	Isi al-Qur'an
2	Tajwid Blok Warna	21	Ilmu Tajwid Ringkas	40	Do'a Khatam masyhur	
3	Terjemah per kata	22	Kapita Selekta al-Qur'an	41	Do'a-do'a pilihan	
4		23	Sejarah Pengumpulan dan Penulisan al-Qur'an	42	Agar Do'a dikabulkan	

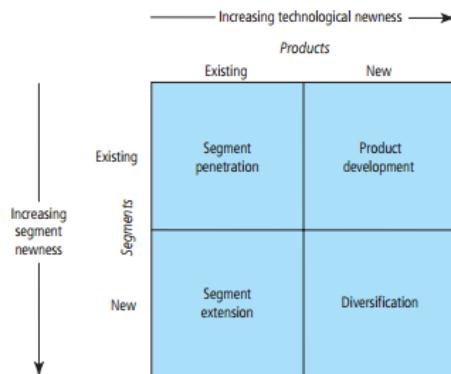
²⁸<http://syaamilquran.com/syaamil-al-quran-new-miracle-reference-66-1.html>

²⁹http://gramediaonline.com/moreinfo.cfm?Product_ID=862284

5	Renungan Ayat	24	Pengantar Ilmu al-Qur'an	43	Zikir Pagi Petang
6	Tematic Ayat	25	Ilmu-ilmu Seputar al-Qur'an	44	Zikir Nabi sesudah shalat
7	Intisari Tafsir Ibn Kathīr	26	Atlas turunnya al-Qur'an	45	The 99 names of Allah
8	Tafsir Ringkas Ahsanul Bayan	27		46	Hadis Arba'in
9	Asbabun Nuzul	28		47	Jadwal Sholat Indonesia
10	Renungan Ayat	29	Tempat-tempat	48	Arah Kiblat
11	Keutamaan Surah	30	Bunga Rampai al-Qur'an	49	Hikmah Kisah dalam al-Qur'an
12	Kosakata Pilihan	31	Selayang Pandang al-Qur'an Standar Indonesia	50	Sejarah Ringkas 25 Nabi dan Rasul
13	Do'a-do'a dlm al-Qur'an	32	Indeks Surah	51	Kisah-kisah menakjubkan dlm al-Qur'an
14	Hadis Pilihan	33	Indeks Surah alfabetis	52	Sejarah Ringkas Nabi dan Rasul
15	SMS	34	Indeks Juz	53	Khulafa al-Rasyidin
16	Keutamaan membaca al-Qur'an	35	Indek Tanda Waqaf	54	Surat Pendaftaran ciptaan
17	Adab membaca al-Qur'an	36	Indeks Ayat Sajdah	55	Surat tanda Tashih
18	Belajar dan Mengajarkan al-Qur'an	37	Indeks Tanda Sifir		
19	Cara mudah menghafal al-Qur'an	38	Indeks Intisari Surah		

Bila data kategori di atas dibedah menggunakan Ansoff Matrix. Maka adanya mushaf kontemporer masuk kedalam bilah Kategori “*New products in existing segments*”. Menawarkan produk baru untuk segmen pasar yang telah ada dengan cara melakukan *product development*; dan kategori “*New products in new segments*.” Menawarkan produk baru pada segment terbaru dengan cara

diversifikasi produk.³⁰ Sedangkan pengembangan pada mushaf kovensional dengan merubah tampilan sampul muka (*cover*) merupakan bilah kategori “*Existing products in existing segments.*” Memasarkan produk-produk yang telah ada untuk segment yang telah ada. Upaya ini dilakukan dengan cara penetrasi pasar (*market penetration*). Biasanya berisi semua produk untuk semua segmen pasar.



Tren 2: Memberikan Tema pada Produk Mushaf.

Sejak kemunculan mushaf tematik, seperti *al-Qur'an Tajwid* dari penerbit al-Qur'an-ku tumbuhlah tema-tema mushaf, atau setiap mushaf yang akan diterbitkan diupayakan untuk menyasar segmentasi pembaca tertentu. *My First al-Qur'an* terbitan Sygma, *I Love My Qur'an* terbitan Mizan, dan *al-Qur'an al-Karim dan Terjemahnya edisi anak* terbitan Salam Madani, merupakan produk mushaf untuk segmen anak-anak. Selain anak, perempuan merupakan tema yang diliirk pula oleh penerbit mushaf, sehingga Sygma menerbitkan *Syamil al-Qur'an Special for Woman*. Bahkan dalam leafletnya dicantumkan tag “*al-Qur'an that woman wants.*” Tema-tema lainpun bermunculan dari al-Qur'an dengan Ushul Fiqh, al-Qur'an dan Pengetahuan, al-Qur'an dan 1000 do'a, dan yang lainnya. Pertanyaannya kemudian adalah siapakah yang menkonstruksi tema-tema ini? Apakah betul ada al-Qur'an yang memang khusus buat anak-anak atau hanya kaum

³⁰Malcolm McDonald dan Ian Dunbar, *Market Segmentation: How To Do It, How To Profit From It* (Oxford: Elsevier, 2004), 389-90.

perempuan saja? Hal inilah yang penulis maksud dengan tematisasi mushaf.

Tematisasi adalah proses dimana penerbit dalam hal ini sebagai produsen mushaf memberikan nama tertentu pada produk mushaf yang diterbitkan. Nama yang menjadi tema besar produk tersebut, secara spesifik merupakan konten utamanya. Penelusuran penulis menunjukkan bahwa pada umumnya tema-tema yang muncul dari para penerbit tersebar dalam 3 kategori. *Pertama*, tema yang berbasis ilmu bantu memahami al-Qur'an. *Kedua*, tema yang berbasis pada subjek pembaca mushaf. *Ketiga*, tema yang berbasis pada objek telaah dalam al-Qur'an. Kategorisasi ini tidaklah dibuat begitu *rigid*, karena bisa jadi satu tema dengan tema yang lainnya dihadirkan secara bersamaan oleh penerbit.

Tema yang Berbasis Ilmu Bantu Memahami al-Qur'an.

Ilmu bantu yang dimaksudkan di sini adalah kajian yang memungkinkan seseorang akan lebih paham dalam membaca dan memahami al-Qur'an. Tajwid, ilmu terjemah, ilmu *qira'at*, ilmu *makhārij al-hurūf* adalah sebagian kecil dari kajian dalam ilmu al-Qur'an yang menjadi lampiran pada mushaf-mushaf al-Qur'an di Indonesia. Di bawah ini hanyalah sebagian dari tema ilmu bantu yang ada dalam mushaf cetakan Indonesia, yaitu: aplikasi ilmu tajwid, aplikasi tafsir dan terjemah perkata, dan aplikasi ilmu *qirā'at* dan *maqāmāt*.³¹

Aplikasi Ilmu Tajwid.

Penulis melihat bahwa mushaf *al-Qur'an-Ku Tajwid Blok Warna*, merupakan *leader*. Penerbit Lautan Lestari inilah yang pertama kali menyajikan al-Qur'an dengan konsep pemberian blok warna pada teks al-Qur'an. Tahun 2004, konsep al-Qur'an dengan blok warna mendapatkan paten di Indonesia dari Departemen Hukum dan HAM RI. Setahun kemudian, mushaf ini disahkan oleh LPMA tertanggal 8 Desember 2005. Mushaf ini menggunakan 7 warna acuan dalam penandaan teks dengan

³¹Di samping itu masih ada pula ilmu bantu lain yang digunakan sebagai tema mushaf, contohnya *Mushaf Ushul Fiqh*, yang diterbitkan oleh PT Sygma Examedia Arkanlima. Mushaf ini menyajikan sejumlah kaidah ushul fiqh dan aplikasinya dalam ayat-ayat al-Qur'an, seperti 'ām dan *khaṣ*.

cara di blok, yaitu: *biru muda* untuk *ikhfā*; *biru tua* untuk *iqlab*; *merah* untuk *qalqalah*; *pink* untuk *ikhfa shafawī*; *hijau* untuk *idgham bi al-ghunnah*; *kuning* untuk *idgham shafawī*; dan *oranye* untuk *ghunnah*. Menurut Fachrerozi, Yayasan Jayabaya adalah penerbit kedua yang menerbitkan al-Qur'an tajwid warna. Penerbit ini menambahkan satu kaidah warna untuk *idgham bilā ghunnah*.³² Saat ini, tema aplikasi ilmu tajwid warna menjadi konten tambahan yang dilampirkan bersama terjemah atau tema seperti mushaf untuk perempuan dan anak.

Aplikasi Ilmu Terjemah dan Tafsir.

Terjemah perkata adalah kecenderungan baru pada mushaf yang beredar sekitar tahun 2000-an, dan sampai sekarang kecenderungan ini menjadi seperti milik semua penerbitan al-Qur'an di Indonesia. Selain melampirkan terjemah Kementerian Agama RI juga didampingi dengan terjemah perkata.³³ Seorang penerbit buku menyatakan: "Sekarang ini bisnis penerbitan ditentukan oleh pasar, sudah sangat jarang penerbit yang membangunnya dengan basis editorial."³⁴ Penulis berkesimpulan bahwa kecenderungan penggunaan terjemah perkata bisa dipastikan karena konsumen berharap adanya mushaf yang bisa memenuhi rasa ingin tahu mereka tentang terjemah kata perkata dari teks al-Qur'an. Beberapa contoh kecil di bawah ini: *Mushaf al-Qur'an Terjemah Perkata dan Transliterasi*, diterbitkan oleh PT. Karya Toha Putera tahun 2003; *Mushaf al-Misykat al-Qur'an Terjemahan perkomponen Ayat* dari penerbit al-Mizan diterbitkan tahun 2008³⁵; *Mushaf al-Qur'an al-Karim Hijaz* diterbitkan oleh

³²Fachrurrozi, "Standardisasi Mushaf Al -Qur'an Tajwid Warna di Indonesia", *Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an*, 26 September 2011 dalam <http://lajnah.kemenag.go.id/artikel/44-mushaf-standar/84-standardisasi-mushaf-al-quran-tajwid-warna-di-indonesia.html>.

³³Bagaimana penerjemahan kata perkata ini bisa dianggap benar menurut Ilmu Tarjamah, bisa dilihat pada karya: Zahruddin, *Relasi Makna dalam al-Qur'an: Analisis terhadap kata-kata yang memiliki Relasi Makna dalam al-Qur'an yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia*, Disertasi (Jakarta: Program Doktor Kajian Islam Sekolah Pascasarjana (SPs) UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

³⁴Y (penerbit buku di Jakarta), *Wawancara*, tanggal 27 Juli 2013.

³⁵Direktur al-Mizan, *Wawancara*, Juli 2013; Presentasi wakaf al-Mizan, *Dokumenentasi*.

PT. Sygma Arkanlima; Pustaka al-Fatih menerbitkan mushaf *al-Fatih Qur'an Perkata* pada tahun 2011, dan lainnya.

Melampirkan satu atau dua karya tafsir dalam mushaf, sudah lama dilakukan penerbit. Misalnya, memasukkan ringkasan *tafsir ibn Kathir*. Hanya saja, penerbit yang secara tegas menjadikannya tema utama dalam mushaf, jumlahnya belum banyak. Mushaf *al-Ahkam* adalah salah satunya, sebuah produk mushaf yang diterbitkan oleh Media Fitrah Rabbani. Mushaf ini berupaya memberikan bantuan pembaca dan pengkaji untuk menelusuri hukum-hukum yang terdapat dalam al-Qur'an, terutama terkait dengan *fiqh* ibadah.

Aplikasi Ilmu Qirā'at dan Maqāmat.³⁶

Mushaf dengan 7 dan 10 *qirā'at* sudah ada sejak lama. Hanya saja mushaf dengan varian seperti ini belum pernah diterbitkan di Indonesia. Al-Qalam adalah satu nama dagang untuk penerbit dari *Mushaf Maqāmat*³⁷. Sebuah mushaf yang didesain untuk memberikan kemudahan para pembaca al-Qur'an untuk belajar membaca, sesuai dengan 3 macam *qirā'at*: bacaan dari riwayat Hafṣ, riwayat Qālūn, dan riwayat Warsy merupakan tiga macam *qirā'at* yang terdapat dalam e-pen mushaf tersebut. Ditambah dengan 7 *maqāmat* sebagai tema yang diunggulkan sesuai dengan namanya *Muṣṭaf Maqāmat*. Lantunan melodi bacaan al-Qur'an tersebut adalah: *Bayyāti*, *Hijāz*, *Nahawand*, *Rast*, *Sikath*, *Jiharkah*, dan *Shaba*. Penting untuk disebutkan, bahwa pena elektroniklah yang memungkinkan sensor sentuh berbunyi sesuai dengan *qirā'at* dan *maqāmat* yang tertera dalam teks mushaf. Dengan

³⁶Secara umum pembacaan al-Qur'an dengan menggunakan melodi tertentu disebut juga *mujawad*. Lihat, Anna M. Gade, "Taste, Talent, and the Problem of Internalization: A Qur'anic Study in Religious Musicality from Southeast Asia", *History of Religions*, volume 41, number 4, Essays on the Occasion of Frank Reynolds's Retirement (May, 2002): 350-51. <http://www.jstor.org/stable/3176452>; diakses 07 Nopember 2011.

³⁷Sekalipun namanya al-Qolam, namun PT Ekatama Cipta Lestari (ECL) adalah perusahaan yang menyokong terbitnya mushaf ini bersama Institut Ilmu al-Qur'an (IIQ) Jakarta. Lihat, Rangga Wiraspati, "Solusi Fasih Membaca al-Qur'an dari IIQ", *Majalah SWA online*, 18 Juni 2013. <http://swa.co.id/business-strategy/solusi-fasih-membaca-al-quran-dari-iiq>

begitu, pembaca dan pengkaji bisa belajar sesuai dengan lantunan qari dan qari'ah Indonesia dan luar negeri.

Tema yang Berbasis Subyek Pembaca.

Tema subyek pembaca al-Qur'an yang dilacak oleh penulis hanya pada dua subyek, yaitu: perempuan, dan anak-anak.³⁸

Tema Subyek Perempuan.

Mushaf-mushaf yang bertemakan keperempuanan memiliki banyak sekali varian, terutama pada *cover* dan tas penyimpan mushaf yang disesuaikan dengan mode fashion seperti model tas selempang dari bahan yang beragam pula. Malah, penerbit Qordoba membuat pagelaran busana muslimah dengan mushaf tema perempuan sebagai asesorisnya.

Dari sisi konten, mushaf dengan tema ini menyuguhkan hal ihwal ayat-ayat yang terkait dengan perempuan, istri, anak perempuan dan lainnya. Penerbit Syamil contohnya memblok ayat dalam sebagian surat al-Nisā dengan warna *pink* muda. Lampirannya pun ditambah dengan indeks ayat yang terkait dengan keluarga, dan kisah-kisah sahabat perempuan yang diabadikan al-Qur'an. Karena kekhasan tema itulah PT. Sygma menamai mushafnya dengan *al-Qur'an al-Karim Special for Women*. Tidak jauh beda dengan Syamil, sebagai *leader* produsen mushaf tematik, penerbit Qordoba pun menamai mushafnya dengan *Mushaf Al-Qur'an CORDOBA Spesial for Muslimah*. Mushaf ini diberikan materi tambahan sepertikajian-kajian yang terkait dengan perempuan berdasarkan tafsir, dan hadis sahih, serta klasifikasi tema kajian.

Satu contoh lainnya bisa dilihat pada mushaf-mushaf yang diterbitkan oleh Media Fitrah Robbani. Ada tiga varian utama mushaf dengan tema perempuan, yaitu: *Mushaf al-Burhan Edisi Wanita*, *Mushaf al-Burhan Edisi Wanita Tajwid*, *Qur'an Fiqh Wanita*. Dari sisi penamaan mushaf, penerbit tidak menggunakan bahasa Inggris, lebih lugas dengan menyebutnya 'edisi wanita.' Adapun,

³⁸Di samping dua subyek tema besar di atas ada juga yang bertemakan penghafal al-Qur'an, sebagaimana *Mushaf Hafalan* yang diterbitkan oleh Almahira. Juga, ada subyek lansia (orang lanjut usia). Mushaf ini dibuat dengan tulisan cukup besar sehingga memudahkan untuk orang lanjut usia dalam membacanya.

soal *packaging* mushaf, Media Fitrah Robbani tidak jauh berbeda dengan dua penerbit di atas. *Cover* mushaf disajikan dengan model risleting berbahan campuran yang ‘dianggap’ sesuai dengan pribadi perempuan.

Tema Subyek Anak.

Bergambar dan warna warni, merupakan tampilan yang dominan pada mushaf-mushaf yang dikhkususkan untuk anak-anak. Mushaf-mushafnya di-*bundling* dengan berbagai lampiran dan juga pena elektronik. Pena ini dihadirkan oleh penerbit, sepertinya untuk memudahkan orangtua & anak saat belajar membaca al-Qur'an.

Karena adanya pasar yang membutuhkan mushaf al-Qur'an dalam varian baru, PT Sygma Media Arkanlima/Syamil melihat bahwa anak-anak adalah pasar yang bagus untuk diambil. *MyFA* atau *My First al-Qur'an* menjadi judul varian mushaf tersebut bagi Syamil. Sekalipun tidak tertera kata-kata mushaf, penulis mengkategorikannya pada mushaf dengan tema subyek anak. Penerbit menyajikan mushaf ini dalam sebuah tas bergambar. Mushaf al-Qur'annya dibuat terpisah dengan buku ilustrasi yang penuh dengan gambar. Buku ilustrasi adalah bagian dari penjelas mushaf dengan materi yang buat khas untuk anak, antara lain: Adab Membaca Al-Qur'an dengan ilustrasi cerita yang menarik, jejak rasul, sirah nabawiyah, doa-doa harian, tempat-tempat bersejarah umat Islam di dunia, dan lainnya. Dilihat dari harganya yang di atas Rp. 300.000,- untuk paket regular dan di atas Rp. 1.500.000,- dengan *bundling* pena elektronik, bisa dipastikan bahwa orang tua dari kelas menengah Muslim lah yang disasar oleh penerbit. Tidak hanya penerbit Sygma, Mizan, Almahira juga yang lainnya.

Satu box besar yang memuat 15 jilid tafsir dan mushaf disajikan oleh penerbit Mizan untuk segmentasi anak-anak, terutama kelas menengah. Kotak tersebut diberi label tulisan *Love Qur'an*. Nama dagang untuk mushaf dengan tema anak ini adalah: *I Love My Al-qur'an*, yang disingkat dengan ILMA (pengetahuan). Pada laman web Mizan Dian Semesta, disebutkan bahwa ada imajinasi agar anak-anak mampu menjadikan al-Qur'an sebagai sahabatnya. “*Sahabat yang selalu menghibur kita setiap saat, baik saat sedih, senang, susah, maupun*

gembira. Selain itu, *Al-Quran* juga sahabat yang mengingatkan kalau kita lupa atau istilah lainnya *khilaf*.³⁹ Saat ini, penerbit Mizan menerbitkan pula genre turunan dari mushaf ini, dengan nama *Tafsir al-Qur'an untuk Anak*.

Tidak jauh berbeda dengan dua penerbit di atas, Almahira pun menerbitkan mushaf dengan tema subyek anak. *Al-Qur'an Pertamaku*, itulah judul mushaf yang diproduksi oleh Almahira. Dalam laman webnya, penerbit menyebutnya sebagai buku.⁴⁰ Ada 5 jilid buku yang berisi berbagai tema dari *al-Qur'an Pertamaku*. Jilid pertama Mengenal Angkadan Warnadalam al-Qur'an, jilid kedua Kisah-kisah Ajaib dalam al-Qur'an, Jilid ketiga tentang Doa Para Nabidalam al-qur'an, jilid keempat tentang Cerita Binatang dalam al-Qur'an, dan jilid kelima tentang Kisah Para Penentang Allah dalam al-Qur'an. Kesemuajilid tersebut dijelaskan dengan ilustrasi bergambar khas anak-anak. Penulis melihatnya seperti tafsir tematik yang disajikan untuk dan dengan metode yang mudah dicerna oleh anak.

Tema yang Berbasis pada Objek Telaah dalam al-Qur'an.

Kalau dalam tafsir segmen ini dikatakan dengan tafsir tematik. Yaitu, pengkajian satu tema tertentu oleh penafsir dengan mengumpulkan ayat yang memiliki kesamaan redaksi dan makna. Kemudian, dianalisis dengan menggunakan perangkat ilmu tafsir. Namun, yang terjadi dalam mushaf tidaklah seperti itu. Proses awalnya hampir sama, dimana penerbit menentukan tema besar yang akan menjadi konten dari produk mushafnya, misalnya do'a dalam al-Qur'an. Lalu, tim penyusun menelusuri do'a-do'a atau pun ayat apa saja yang terkait dengan tema dimaksud. Pemberian tanda (*highlight*) pada ayat-ayat yang terhubungkan dengan tema menjadi konten yang nantinya tersaji dalam mushaf beserta rujukan lainnya. Berikut ini adalah contoh kecil dari mushaf dengan tema obyek telaah: mushaf *al-Qur'an Fadhilah: Terjemah dan Transliterasi*, mushaf *al-*

³⁹<http://www.mizandiansemesta.co.id/i-love-my-al-quran-2/>

⁴⁰http://almahira.com/ib/index.php?option=com_content&view=article&id=1244:mencerdaskan-anak-lewat-al-quran&catid=34:resensibuku&Itemid=592

'Alim: al-Qur'an Edisi Ilmu Pengetahuan, dan Mushaf As-Salam: Al-Qur'an 1000 Do'a.

Saat penulis berkunjung ke penerbit Sygma, salah satu direkturnya mengatakan bahwa Sygma menangkap sesuatu yang dibutuhkan oleh kaum Muslim Indonesia, yaitu mushaf yang disajikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Begitu pula halnya dengan penerbitan mushaf *al-Qur'an Fadhilah*, merupakan upaya perusahaan dalam memberikan bacaan al-Qur'an plus di dalamnya terdapat rujukan konten mengenai keutamaan-keutamaan bacaan, surat dan amal ibadah lainnya. Mushaf ini ditujukan pada kelompok masyarakat yang biasa menjalankan keutamaan-keutamaan dalam membaca al-Qur'an.⁴¹ Merujuk pada *leaflet*-nya, penerbit menyebutkan bahwa mushaf ini terdapat 8 keunggulan.⁴² Konten yang terkait dengan keutamaan al-Qur'annya hanya tiga dari delapan yang disebutkan, yaitu: keutamaan amal keseharian berdasar referensi yang sahih, baik al-Qur'an, hadis, maupun rujukan lainnya; keutamaan surah; dan 99 hadits keutamaan dan amalan

Bagi penerbit al-Mizan, mushaf *al-'Alim: al-Qur'an Edisi Ilmu Pengetahuan* dan *As-Salam: Al-Qur'an 1000 Do'a* merupakan produk mushaf yang berbeda dengan mushaf tematik dari penerbit lainnya. Penerbit berupaya memberi pengantar untuk memahamkan pembaca atas tema yang dipilih. Contoh untuk Mushaf Ilmu Pengetahuan, Prof. Mulyadi diminta untuk menulis perihal Epistemologi Qur'ani. Pada mushaf *as-Salam*, pengantaranya tidak begitu panjang. Hanya disebutkan bahwa mushaf ini "harapannya agar para pembaca dimudahkan untuk memanjatkan do'a setelah membaca dan menghayati kandungan ayat-ayat tertentu dalam al-Qur'an.

Dari semua contoh mushaf di atas, penyajian indeks terkait dengan tema menjadi medium untuk memudahkan pembaca dalam pencarian kasus-kasus tertentu. Setiap indeks me-link

⁴¹Direktur PT Sygma Examedia Arkanlema, *Wawancara*, Agustus 2013

⁴²(1). Terjemah Kementerian Agama RI; (2). Transliterasi Latin; (3). Keutamaan amal keseharian berdasar referensi yang sahih; (4). At-Targhib; (5). At-Tarhib; (6). Keutamaan Surah; (7). Tafsir Jalalain; (8). 99 hadits keutamaan dan amalan Syaamil sebagai suplemen terpisah. Lihat, *Leaflet al-Qur'an Fadhilah*.

dengan halaman mushaf yang berisi *highligh* teks al-Qur'an, terjemah dan keterangan tambahan dari setiap tema yang dirujuk.

Catatan Akhir

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa: *pertama*, penambahan jumlah konten yang penulis sebut sebagai 'Quranifikasi' dan pemberian tema-tema tertentu pada produk mushaf Indonesia kontemporer merupakan strategi marketing dalam menyisir segmen pasar dengan cara pengembangan produk (*product development*). *Kedua*, segmentasi pasar yang disasar hampir sama, yaitu kelas menengah Muslim Indonesia. Hal itu dapat dilihat dari harga yang dibayar para konsumen di atas Rp. 300.000 untuk reguler dan paket *plus* pena elektronik dengan harga di atas Rp.1.500.000,- sekalipun demikian masih terdapat mushaf-mushaf yang dijual dalam kisaran 50-70 ribu rupiah, yang memang disediakan untuk kelas menengah bawah. *Ketiga*, karena tren tersebut merupakan strategi pemasaran, maka pertimbangannya lebih pada profit (keuntungan). Oleh karena itu sekalipun hampir 80% dari mushaf dengan beragam konten tidak terkait langsung dengan konten mushaf al-Qur'an konvensional dan lebih dari 60% isi lampiran mushaf dengan konten lebih dari 55 buah tidak terkait langsung pada kajian al-Qur'an, penjualan produk mushaf tersebut tetap dilakukan.

Menurut penulis inilah sisi kurang baik dari komodifikasi mushaf al-Qur'an. Ada kesan memaksakan sejumlah konten harus ada dan melebihi konten dari penerbit lain dengan genre produksi yang sama. Semakin berbeda dan unggul produknya dibanding dengan produk yang lain, maka semakin memenuhi standar pemasaran. Sisi baiknya adalah penyebaran informasi tambahan yang didapat oleh pembaca. Mereka mendapatkan file atau dvd yang akan memperkaya pengetahuan pembeli tentang kajian keislam dan peribadatan. Tentunya dengan catatan para konsumen berani mengeluarkan dana yang lebih besar untuk memperolehnya.

Dalam perdagangan, rumus yang berlaku adalah meminimalisir kerugian dan memperbesar profit. Oleh karena itu, bisnis industri mushafpun meniscayakan keuntungan bagi

penerbit maupun pembaca, dan hal tersebut basisnya adalah profit. Aspek profit inilah yang kadang terbungkus wadah religiusitas dalam mushaf. Hanya saja, penelusuran penulis memperlihatkan bahwa tidak hanya profit semata, akan tetapi, ada juga keinginan untuk berbagi pengetahuan (*transfer knowledge*), seperti contoh mushaf-mushaf yang diterbitkan dengan tema-tema tertentu yang akan mengarahkan si pembaca pada wilayah pengetahuan baru.

Dari sisi ini, tematisasi telah melahirkan sisi baru mushaf konvensional. Tema-tema tajwid warna, terjemah perkata, dan tafsir ringkas merupakan konten yang paling umum digunakan dan dijadikan nilai tambah atas mushaf-mushaf konvensional.

Wa al-Lāh a'lam bi al-sawāb. •

Daftar Pustaka

- Afsaruddin, Asma. 2002. "The Excellences of the Qur'an: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society" dalam <http://www.jstor.org/stable/3087649>.
- Akbar, Ali. 2011. "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'an Sejak 1950-an Sampai Saat ini" dalam *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa*, ed. Ali Akbar. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 27-32.
- _____. 2011. "Pencetakan Mushaf al-Qur'an di Indonesia" *Suhuf*, volume 4, nomor 2, 271-87;
- Anonim. 1430. *Taṣnīf Ūlūm al-Qur'an*. Jiddah: Markaz al-Dirāsāt wa al-Ma'lūmāt al-Qur'āniyyah.
- Anwar, Rosehan. 2005. "Mushaf Kuno di Palembang" dalam *Mushaf-mushaf Kuno di Indonesia*, ed. Fadhal R Bafadhal dan Rosehan Anwar. Jakarta: Puslitbang Lektor Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 68-71.
- Arifin M. Zainal. 2011. "Mengenal Mushaf al-Qur'an Standar 'Usmani 1983 dan 2002," *Suhuf*, volume 4, nomor 1, 1-22.
- Arifin, M. Zaenal. 2011. *Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Usmani Indonesia, 1974-1983 (Studi Naskah Dokumentasi Musyawarah*

- Kerja (Muker) Ulama al-Qur'an I-IX), Laporan Penelitian.* Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat.
- van Bruinessen, Martin. 1990. "Kitab Kuning: Books in Arabic Script Used in the Pesantren Milieu", *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde*, 146, 226-69.
- Cortese, Delia. 2010. "The Commodification of the Mushaf in early Century of Islam" dalam *Writings and writing from another world and another era: investigations in Islamic text and script in honour of Dr. Januarius Justus Witkam, Professor of Codicology and Palaeography of the Islamic World at Leyden University*. Cambridge: Archetype Press, 44-53.
- Fachrurrozi. *Standardisasi Mushaf al-Qur'an Tajwid Warna di Indonesia*, dalam <http://lajnah.kemenag.go.id/artikel/44-mushaf-standar/>.
- Gade, Anna M. 2002. "Taste, Talent, and the Problem of Internalization: A Qur'anic Study in Religious Musicality from Southeast Asia," dalam <http://www.jstor.org/>.
- Gilliot, Claude. 2008. "Reconsidering the Authorship of the Qur'an" dalam *The Qur'an in its Historical Context*, ed. Gabriele Said Reynolds. London: Routledge.
- Greco, Albert N. 2005. *The Book Publishing Industry*, edisi 2. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate.
- al-Ḥanbali. Ibn Abī Dāwud Abū Bakr 'Abdullah bin Sulaymān bin al-Ash'ath al-Sijistānī, 2002. *Kitāb al-Maṣāḥif*, tahqīq dan naqd: Muhib al-Dīn 'Abd al-Subhān Wā'iz, Bayrūt: Dār al-Bashā'ir al-Islāmiyyah.
<http://almahira.com/>
<http://gramediaonline.com/>
<http://syaamilquran.com/>
<http://www.mizandiansemesta.co.id/>
- Kitiarsa, Pattana. 2010. "Toward Sociology of Religious Commodification," dalam *The New Blackwell Companion to The Sociology of Religion*, ed. Bryan S Turner. West Sussex, Willey-Blackwell.
- McDonald, Malcolm dan Ian Dunbar. 2004. *Market Segmentation: How To Do It, How To Profit From It*. Oxford: Elsevier.
- Mushaf al-Qur'an al-Karīm (Bandung: Al-Ma'arif, 1977).

- Mushaf *al-Qur'an al-Karīm* (Semarang: Toha Putra, 1991).
- Nugraha, Eva. 2013. "Saat al-Qur'an menjadi Komoditas: Beberapa Usulan Standarisasi Komodifikasi Mushaf al-Qur'an", dalam *al-Qur'an antara Teks dan Realitas*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an.
- Pedersen, Jeroen. 1996. *Fajar Intelektualisme Islam: buku dan sejarah penyebaran informasi di Dunia Arab*, ter. Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Mizan.
- _____. 1995. "Palembang Revisited: Futher Notes on the Printing Establishment of Kemas Haji Muḥammad Azharī, *International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*.
- Proudfoot, Ian. 1994. "Malay Book Printed in Bombay: a Report on Sources for Historical Bibliography", *Kekal Abadi*, 13 (3): 1-20.
- _____. 1995. "Early Muslim Printing in Southeast Asia", *Libri*, volume 45, 216-23.
- _____. 1997. "Mass producing Hourī's moles", dalam *Islam, Essays on Scripture, Thought and Society*, ed. P. Riddell and T. Street. Leiden: Brill.
- _____. 1998. Lithography at the Crossroads of the East, *Journal of the Printing Historical Society*, volume 27: 113-31.
- al-Suyūṭī. Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn 'Abd al-Raḥmān Ibn Abī Bakr.t.th. *al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'an*, taḥqīq: Markāj al-Dirāsāt al-Qur'āniyyah. Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd Li Ṭibā'ah al-Muṣḥaf al-Sharīf.
- Syukrie, Abdul Hakim. 2011. "Mushaf al-Qur'an yang ada di Indonesia sejak abad 19 hingga pertengahan abad 20" dalam *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa*, ed. Ali Akbar. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI.
- Thalib, Rubaya. 2013. "Perspektif Penataan Penerbit dan Percetakan al-Qur'an di Indonesia" dalam <http://www.hidayatullah.com/>
- The Economist*, Juli 2011.
- Wiraspati, Rangga. "Solusi Fasih Membaca al-Qur'an dari IIQ" dalam *Majalah SWA online*, 18 Juni 2013.

- <http://swa.co.id/business-strategy/solusi-fasih-membaca-al-quran-dari-iiq>
- Yunardi, E. Badri. 2005. "Sejarah Lahirnya Mushaf Standar Indonesia", *Jurnal Lekture Keagamaan*, 3 (2), 279-300.
- Zahruddin. 2010. *Relasi Makna dalam al-Qur'an: Analisis terhadap Kata-kata yang Memiliki Relasi Makna dalam al-Qur'an yang Diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia*. Disertasi. Jakarta: Sekolah Pascasarjana (SPs) UIN Syarif Hidayatullah.