

Saat Muṣḥaf al-Qur'ān Menjadi Komoditas

Eva Nugraha
PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
anugrahtuhan@yahoo.com

Abstract: *Can the Qur'ān be traded? Is it allowable and lawful to do commodification of the holy scripture? In view of the fact that Muslim communities mostly require the Qur'ān, an effort for commercialization of it directly emerges, and this article concerns on such Qur'ānic commodification. The concern is completed from by analyzing theological, Islamic jurisprudence, and ethical perspectives, to the using of material for the Qur'ānic publication (environmental conscience) and the involvement of the state as well, by proposing standard of commodification.*

Keywords: *Commodification of Qur'ān, Standard of commodification, Muṣḥaf*

Abstrak: *Apakah al-Qur'ān bisa diperjualbelikan? Apakah dibenarkan melakukan komodifikasi terhadap kitab suci? Sejak masyarakat Muslim membutuhkan al-Qur'ān maka muncullah upaya komersialisasi al-Qur'ān, dan artikel ini menyoroti persoalan komodifikasi al-Qur'ān tersebut. Sorotan ini dilakukan baik dari sisi teologis, fiqh, etis, penggunaan bahan-bahan percetakan (kesadaran lingkungan), hingga keterlibatan negara, dengan mengusulkan standar komodifikasi.*

Katakunci: *Komodifikasi al-Qur'ān, Standar komodifikasi, Muṣḥaf*

Pendahuluan

Dengan jumlah penduduk Muslim yang sangat banyak, Indonesia masih membutuhkan muṣḥaf al-Qur'ān yang tidak sedikit jumlahnya. Berdasarkan sensus penduduk tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia 237.556.363 jiwa,¹ dan 205 juta dari jumlah tersebut merupakan kaum Muslim.² Bila diasumsikan setiap keluarga (5 orang) harus memiliki muṣḥaf maka akan dibutuhkan 41 juta eksemplar muṣḥaf³ al-Qur'ān. Mengutip Isnaeni, dinyatakan bahwa “Asosiasi Penerbit Muṣḥaf al-Qur'ān Indonesia (APQI) hanya mampu memenuhi 20 juta eksemplar per tahun. Begitu pula Lembaga Percetakan al-Qur'ān Kementerian Agama hanya berkapasitas 1,5 juta eksemplar per tahun.”⁴

Pemerintah, dalam hal ini Kementrian Agama, belum mampu mencukupi kebutuhan akan muṣḥaf al-Qur'ān tersebut. Oleh karena itu, keikutsertaan swasta untuk memproduksi dan menyediakan muṣḥaf al-Qur'ān menjadi suatu keniscayaan. Bila dilihat dari sisi bisnis, ini menjadi peluang yang harus diisi, tidak hanya oleh para pelaku industri penerbitan, akan tetapi juga oleh para pewakaf muṣḥaf al-Qur'ān di tanah air.

Namun demikian, pemenuhan tersebut belum memungkinkan semuanya disebarkan dan diedarkan secara cuma-cuma (*wakaf*) kepada kaum Muslim di seluruh Indonesia. Sebagian besar peredaran muṣḥaf al-Qur'ān masih melalui penerbit-distributor dan toko buku. Sebagian lainnya diedarkan melalui jalur pewakafan. Sekalipun demikian, penerbit dan pencetak tetap memiliki peran dalam jalur peredaran wakaf muṣḥaf al-Qur'ān.

Untuk kasus Indonesia, sebenarnya pihak swastalah yang pertama kali melakukan penerbitan muṣḥaf al-Qur'ān.⁵ Selain, tentunya, ada misi dakwah agar kaum Muslim Indonesia bisa mengakses al-Qur'ān, juga ada misi lain yang tidak kalah pentingnya dalam penerbitan muṣḥaf al-Qur'ān, yaitu ekonomi. Kue keuntungan bagi penerbit atas produksi muṣḥaf al-Qur'ān, sepertinya tidaklah sedikit. Hal ini bisa dibuktikan dengan marak para penerbit buku yang memiliki dan membuka *imprint* penerbitan al-Qur'ān. Penerbit Gema Insani Press (GPI) dan Mizan adalah contoh penerbit yang memasuki industri penerbitan muṣḥaf al-Qur'ān pada sepuluh tahun terakhir ini.⁶

Ada beberapa alasan yang pada akhirnya penulis memandang perlu hal ini dilakukan, di antaranya adalah: 1) Bila muṣḥaf al-Qur'ān secara fiqh dipandang sebagai sesuatu yang suci, maka tentunya akan berimplikasi pada proses produksi, distribusi, dan jual-beli muṣḥaf pun harus dilakukan dengan cara-cara 'suci' dan halal. Dengan demikian, kasus 'korupsi' pengadaan muṣḥaf al-Qur'ān bisa dihindarkan untuk terjadi, dan kasus penempatan muṣḥaf al-Qur'ān yang disejajarkan dengan buku-buku lain, bahkan (diletakkan di atas lantai) saat didisplay di pameran atau toko buku bisa diminimalisir; 2) Berbicara mengenai penerbitan akan sangat terkait dengan hak cipta; bukan untuk al-Qur'ānnya melainkan pada penulis khat al-Qur'ān tersebut, iluminasi, *design cover* dan *suplement* (komponen tambahan) yang menyertai muṣḥaf al-Qur'ān. Selama ini jarang ada penerbit muṣḥaf al-Qur'ān di Indonesia yang memberi *credit* hak cipta pada penulis khat, *layouter*, *cover designer* dan lainnya, sehingga memungkinkan untuk terjadi penjiplakan ide dan *design*, yang selayaknya dihindari oleh penerbit yang memproduksi komoditas yang dianggap 'suci'; 3) Masih banyak penduduk Muslim Indonesia yang tidak memiliki akses atas muṣḥaf al-Qur'ān baik untuk membaca apalagi mengajinya. Pola distribusi yang ada saat ini masih berpusat di kota-kota besar terutama di Pulau Jawa. Kewajiban untuk mewakafkan sebagian al-Qur'ān bagi semua penerbit, dan didistribusikan di daerah terpencil, sepertinya merupakan salah satu solusi untuk masalah di atas; 4) Bila menginginkan Islam yang *ṣāliḥ li-kulli zamān wa makān*, maka tidak bisa tidak harus memberikan pemahaman atas Islam yang harus mampu menjawab tantangan zaman. Pemahaman tersebut akan sangat baik bila berawal dari pemahaman atas al-Qur'ān yang baik. Kaum Muslim Indonesia tidak hanya dijejali dengan bagaimana mau dan terbiasa membaca al-Qur'ān akan tetapi lebih jauh dari itu. Mereka diberikan pula pemahaman atas al-Qur'ān untuk menjawab masalah sosial yang dihadapi. Pertanyaannya kemudian, ini tugas siapa? Kalaulah pelaku industri penerbitan muṣḥaf mau bergandeng tangan dengan Kementrian Agama, Lembaga Pendidikan dan para pengaji al-Qur'ān, tentunya, melahirkan generasi Qur'āni yang akan mewujudkan Indonesia yang adil, makmur, sejahtera, yang lambat laun hal itu semua akan tercapai.

Pertanyaan utama yang ingin disajikan pada tulisan ini adalah bagaimana mengembangkan konsep dasar standarisasi komodifikasi al-Qur'ān? Makalah ini dibangun dengan lima bagian utama. *Pertama*, pendahuluan sebagai pengantar kajian. *Kedua*, selangpandang mengenai komodifikasi agama. *Ketiga*, deskripsi mengenai komodifikasi muṣḥaf pada masa awal Islam. *Keempat*, beberapa usulan standarisasi proses produksi dan distribusi muṣḥaf. *Kelima*, beberapa usulan standarisasi proses konsumsi muṣḥaf al-Qur'ān, dan *keenam*, penutup.

Cara pandang sosiologi agama terutama komodifikasi agama akan digunakan untuk melihat bagaimana proses komodifikasi al-Qur'ān dilakukan. Pendekatan tafsir tematik dan fiqh dipakai untuk memastikan usulan-usulan proses produksi dan konsumsi muṣḥaf yang halal dan menyucikan, sesuai dengan apa yang saat ini dipahami oleh kebanyakan kaum Muslim di dunia. Tentunya juga hal ini tanpa mengesampingkan aspek ekonomi di mana jual-beli harus menguntungkan bagi banyak pihak.

Selang Pandang Komodifikasi Agama

Merujuk pada kajian sosiologi agama, pola masuk muṣḥaf al-Qur'ān menjadi bagian dari industri penerbitan (pencetakan, distribusi dan penjualan) merupakan bagian dari komodifikasi agama.⁷ Atau dengan kata lain, menjadikan sesuatu yang awalnya bukan komoditas yang diperjualbelikan secara natural, menjadi komoditas yang diperjualbelikan. Komodifikasi biasanya meniscayakan adanya produsen, yang memproduksi komoditas, serta konsumen yang membeli untuk dikonsumsi atau dijual kembali.

Sejarah mencatat bahwa kolaborasi agama dan ekonomi sudah lama dilakukan. Islam lahir pada satu wilayah yang memiliki kegiatan ekonomi cukup tinggi. Hal ini terlihat dengan jargon yang dibawa dalam al-Qur'ān penuh dengan istilah-istilah perekonomian, seperti: *tijārah*, *bay'*, *mizān*, *ujrah*, *qisṭ* dan yang lainnya.

Berikut adalah karya-karya yang melihat bagaimana komodifikasi atas agama bekerja dan apa saja yang terlibat di dalamnya. Gregory Starrett⁸ meneliti posisi komoditas keagamaan dalam masyarakat di Kairo, Mesir. Dalam penelitiannya mengenai komodifikasi agama

di sana, ia menyatakan bahwa perubahan produksi komoditas keagamaan dari kerajinan tangan ke masif produksi adalah bersamaan dengan rentetan panjang perubahan budaya yang telah mengubah kebiasaan orang Mesir dalam memajang produk sakral (kitab suci). Pasar ekonomi telah menyetir komoditas keagamaan untuk berinovasi dalam varian yang beragam. Pada saat yang sama, kehidupan ekonomi meningkat, dan permintaan atas komoditas seperti di atas menyebabkan 3 kategori ideal hubungan antara produsen dan konsumen. Ketiga kategori itu adalah: 1) Ada orang-orang yang mengonsumsi komoditas keagamaan karena motivasi bahwa pada komoditas tersebut terdapat sesuatu yang adikuasa; 2) Ada dukungan negara untuk penyelenggaraan keagamaan, karena bagi kelompok ini komoditas keagamaan adalah sesuatu yang harus dikontrol dan dijaga dari ancaman hingga keutuhan integritasnya; dan 3) Ada sekelompok elit sekular dari kalangan intelektual dan kapitalis yang mulai menolak penggunaan komoditas keagamaan tradisional hanya sebatas obyek pajangan saja. Mereka lebih tertarik untuk menjadikannya sebagai bentuk baru dari media pembelajaran.

Sekarang ini, sebagaimana yang disebutkan oleh Starrett, muṣḥaf tidak hanya dijual di toko-toko buku akan tetapi juga di toko yang menjual stationery. Ia didisplay sebagaimana barang-barang lainnya. Untuk kasus Mesir, misalnya, ia bisa disandingkan dengan barang-barang lainnya seperti jam ataupun cinderamata. Akan tetapi perlakuan atas muṣḥaf sangat bergantung dari pembeli, apakah ia akan melihatnya dari kaca mata sakral ataupun barang profan.⁹

Berbicara mengenai komodifikasi agama di Indonesia, tidak bisa dilepaskan dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh di antaranya: Akh Muzakki,¹⁰ dan Greg Fealy.¹¹ Akh. Muzakki¹² melihat komodifikasi agama di Indonesia dari sudut industri penerbitan Islam baik buku cetak ataupun majalah yang diterbitkan di Indonesia sebelum tahun 2009. Tiga variabel, keuntungan (*profit*), ideologi, dan transfer pengetahuan digunakan untuk menelusuri apa yang terjadi dalam industri penerbit Islam yang terkategori berdasarkan ideologi, dari fundamentalisme hingga liberal. Patut dipahami bahwa pada setiap penerbit Islam ada proses mencari keuntungan (*profit*), penyebaran pengetahuan, dan ideologi yang menyertainya. Bagi

Muzakki, hal tersebut, hanya bisa terjadi dengan ada komodifikasi. Komodifikasi Islam sendiri, sebenarnya merujuk pada sebuah proses komersialisasi. Dengannya, ajaran Islam, ide, ekspresi, simbol bisa ditransformasikan pada masyarakat dalam bentuk nyata, dan bisa menjadi produk yang dikonsumsi atau dijual untuk mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu, industri penerbitan Islam telah menyajikan satu bentuk komoditi dalam Islam di mana ajaran dan perkembangan ideologi-ideologi dalam Islam bisa menjadi nyata sebagai komoditas yang menguntungkan.

Ia memandang bahwa konsep dakwah yang diusung oleh setiap penerbit berbeda-beda, berdasarkan aspek-aspek produk yang telah dikomodifi sebagai komoditas yang bisa diperjualbelikan. Untuk kasus tertentu sebenarnya ideologi bisa saja tidak berperan demi mendapatkan keuntungan, hal ini disebut oleh Muzakki sebagai “negotiated market.”

Itu terjadi saat penerbit memroduk buku atau majalah yang tidak searah dengan *core* ideologi yang mereka bangun. Mereka memerlukannya untuk keragaman produk yang diterbitkan dan yang diinginkan pasar. Muzakki menyarankan bahwa untuk bisa menelusuri lebih jauh tentang industri penerbitan Islam ada baiknya dibangun kerangka kerja teoritis yang menggabungkan analisis *political economy* dan ideologi.

Penelitian Greg Fealy, tentang “Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia” (2008), memandang ada tiga perdebatan mengenai komodifikasi Islam di Indonesia.¹³ *Pertama*, mereka yang melihatnya dari sisi ‘*Islamic consumption*.’ Bagi kelompok ini konsumsi akan membawa pemaknaan baru agama pada kehidupan yang penuh dengan keimanan serta membantu menciptakan satu masyarakat yang lebih meyakini prinsip-prinsip ajaran Islam. *Kedua*, mereka yang melihat komodifikasi Islam sebagai bayang-bayang dari komersialisasi Islam. Proses tersebut telah mengarah pada penegasan perilaku luar Islam (Islam fisik), dibanding dengan penguatan intelektual dan spriritual Islam, yang memancarkan kedalaman keberimanan. *Ketiga*, kelompok yang khawatir dengan keadaan Indonesia yang secara natural beragam, toleran, memiliki perbedaan akan digantikan

dengan budaya lain yang lebih terarabkan, puritan serta kelompok Islam yang diduga memiliki pemahaman radikal.¹⁴

Fealy menelusuri penelitiannya dari konsep ekonomi Islam yang dimaknai oleh masyarakat. Berikut adalah obyek yang menjadi dasar analisis Fealy:¹⁵ 1) Sektor keuangan. Kemunculan bank, asuransi, pasar modal dan pegadaian syari'ah, semua ini adalah sektor lebih awal yang memunculkan prinsip-prinsip syari'ah Indonesia baik secara produk maupun pelayanannya, 2) *Non-financial sector*. Sektor ini ditandai dengan kemunculan ESQ, majalah dan tabloid Islam, pengobatan Islam, pakaian Muslim, umrah/haji dan wisata ziarah, penginapan, kosmetik, dan lain-lain, 3) Da'i dan 'dakwah'. Media telah menjadikan para da'i di Indonesia saat ini sebagai *selebriti*. Melalui beragam media dan model pemasaran, para da'i ini telah memroduk ajaran agama sebagai sesuatu yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat Muslim.

Komodifikasi Muṣḥaf pada Masa Awal Islam.

Bila menukil buku-buku klasik, seperti 1) *Fadā'il al-Qur'ān* karya Abū 'Ubayd al-Qāsim ibn Salām al-Harawī (awal abad ke 3 H.); 2) *Fadā'il al-Qur'ān* karya Ibn al-Ḍurays (akhir abad ke 3 H.); 3) *Fadā'il al-Qur'ān* karya al-Nasā'ī (akhir abad ke 3 H.),¹⁶ dan *Kitāb al-Maṣāḥif* karya Ibn Abī Dāwud,¹⁷ dan *al-Itqān* karya al-Suyūṭī,¹⁸ sebenarnya persoalan jual-beli muṣḥaf telah menjadi perhatian para sahabat Nabi. Perdebatan mengenai boleh tidaknya muṣḥaf al-Qur'ān diperjualbelikan sudah berlangsung lama. Komodifikasi al-Qur'ān pun sudah lama dilakukan, maka mereka mengutip beberapa riwayat mengenai perdebatan para sahabat tentang boleh tidaknya muṣḥaf diperjualbelikan atau dibawa ke daerah non-Muslim.

Dari sejumlah riwayat yang ditemukan mengenai komodifikasi muṣḥaf, bisa dibagi pada dua besaran kelompok. Pertama, mereka yang ingin menjaga keagungan al-Qur'ān, dan kedua, adalah mereka yang menganggap bahwa tulis menulis adalah profesi yang layak untuk diberi upah. Cortese mengategorisasi kelompok pertama dengan *the 'Protectionists'* dan kelompok kedua dengan *the 'Free-Marketers'*.¹⁹ M.M. A'zamī, menyimpulkan bahwa mayoritas sahabat tidak menyukai jual beli muṣḥaf,

The majority of scholars disliked the idea of paid copying and of introducing muṣḥafs as a marketplace commodity, among them Ibn Mas‘ūd (d. 32 A.H.), ‘Alqamah (d. after 60 A.H.), Masrūq (d. 63 A.H.), Shurayh (d. 80 A.H.), Ibrāhīm al-Nakhā‘ī (d. 96 A.H.), Abū Mijlaz (d. 106 A.H.) and others.²⁰

Bisa jadi pernyataan Muṣṭafā al-A‘zamī ini diambil dari riwayat berikut: *wa-akhraja ‘an Abdillāh ibn Syaḡīq qāla kāna aṣḡāb Rasūlillāh yusyaddidūn fī bay‘ al-maṣāḡīf.*²¹ Pada riwayat lainnya disebutkan pula bahwa sejumlah sahabat tidak menyukai (*kariha*) ada jual belil-Qur‘ān, seperti ‘Abdullāh ibn ‘Abbās,²² ‘Abdullāh ibn ‘Umar, ‘Abdullāh ibn Mas‘ūd,²³ dan Muḡammad ibn Sirrīn.²⁴ Mereka inilah yang dikategorisasi oleh Cortese sebagai *‘the Protectionists.’*

Namun ada juga kalangan sahabat yang menyatakan kebolehan, seperti Mujāhid, Ibn Musayyab, dan al-Ḥasan.²⁵ Mereka yang membolehkan beralasan bahwa komoditas yang dijual bukanlah al-Qur‘ān-nya melainkan jasa penulisan, termasuk pengganti kertas dan tinta.²⁶

Di balik pertentangan di atas komodifikasi muṣḡaf pun tetap berjalan. Penggandaan muṣḡaf melalui tulisan tangan seorang *khattāt* (penulis *khatt*, kaligrafi Arab) atau *warrāq* adalah suatu yang lazim dilakukan saat itu. Merekalah yang melakukan proses penggandaan muṣḡaf karena memiliki kecakapan dan keindahan dalam menulis. Dalam beberapa riwayat disebutkan bahwa ‘Alī ibn Abī Ṭālib memuji hasil tulisan para *khattāt* tersebut dengan perkataan: *“ḡākadzā, nawwirū mā nawwarallāḡ”.*²⁷ Jika sekarang ada istilah *print on demand* (PoD), mencetak buku pada saat ada yang mau membeli, adapun pada masa awal Islam, proses produksi lebih mendekati hal ini. Mungkin istilah yang tepat adalah *Copy on Demand* (CoD) digandakan oleh para *warrāq* saat ada orang yang memesan muṣḡaf untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dirinya.

Dalam riwayat lainnya diperlihatkan bahwa penulis muṣḡaf merupakan sebuah profesi yang bisa menghasilkan uang. Para penulis tersebut diberi upah atas tulisan mereka dalam menggandakan muṣḡaf. Upah yang diberikan pada pengganda muṣḡaf berkisar 60-70 dirham. Ada juga yang menerima uang bayaran yang tanpa memberikan tarif tertentu atas pekerjaannya. Bahkan mereka pun mengembalikan uang

yang diterima apabila dirasa uang tersebut lebih dari apa yang mereka anggap sebagai upah mereka menulis.²⁸

Sekalipun ada perdebatan mengenai siapa yang boleh memegang atau menyentuh muṣḥaf karena memiliki *hadats*, akan tetapi ada riwayat yang menyebutkan bahwa terdapat non Muslim yang telah menjadi penulis muṣḥaf sejak masa awal Islam, sebagaimana salah satu riwayat “*ḥaddatsanā ‘Abdullāh, ḥaddatsanā ‘Abdullāh ibn Sa‘īd, ḥaddatsanā ibn ‘Aliyyah, ‘an Syu‘bah, ‘an Manṣūr, ‘an Ibrāhīm anna ‘Alqamah kataba lahu Naṣrānī lahu muṣḥafan.*”²⁹

Usulan Standarisasi Produksi Muṣḥaf: Konsep Dasar Standarisasi

Ada beberapa term yang memungkinkan untuk digunakan sebagai alat ukur bagaimana sebuah perusahaan bisa disebut layak untuk memproduksi dan menerbitkan muṣḥaf al-Qur'ān. Terminologi alat ukur ini adalah 1) *ḥalāl*, 2) *ṭayyib*, dan 3) sah.

Konsep-Konsep ini dibangun dari penelusuran ayat al-Qur'ān. Pelacakan penulis atas kata *ḥalāl* dan *ṭayyib* pada al-Qur'ān menunjukkan bahwa kata tersebut digunakan secara bersamaan untuk kasus makanan, minuman dan rizki yang ada di muka bumi ini. Ada empat ayat yang menjelaskan term tersebut, yaitu: al-Anfāl/8: 69, al-Naḥl/16: 114, al-Baqarah/ 2: 168, dan al-Mā'idah/5: 88. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila menyebut halal industri lebih sering merujuk pada makanan dan kosmetika. Sebetulnya bila melihat QS. al-Naḥl/16: 114 bisa saja ini tidak dimaknai langsung bahwa rizki yang diberikan oleh Allah hanyalah makanan, akan tetapi semua yang berkenaan dengan rizki dan pemberian dari Allah harus dikonsumsi secara halal dan baik.

Dasar konsep kedua adalah *ṭayyib*. Hasil pelacakan penulis bahwa kata ini muncul di dalam al-Qur'ān lebih dari 6 kali, baik yang berupa *nakirah*, *ma'rifah* yang tunggal maupun yang jamak. Penelusuran menunjukkan bahwa kata *ṭayyib*, atau *al-ṭayyib* bila digabung dengan *al-balad* maka ada 3 ayat: al-Nisā'/ 4: 43, al-Mā'idah/ 5: 6, dan al-A'rāf/ 7: 58. Ayat-ayat ini dipilih karena membantu pemahaman atas kata *ṭayyib*. QS. al-Nisā'/4: 43 menunjukkan bahwa *ṭayyib* dimaknai dengan suci, al-Mā'idah/ 5: 6 ditakwilkan dengan bersih. Sedangkan al-A'rāf/ 7: 58, dimaknai dengan *environment friendly*.

Dengan demikian, konsep dasar *tayyib* apabila dihadapkan dengan standarisasi perusahaan adalah bagaimana perusahaan yang menggunakan bahan-bahan/materi produksi yang bersih, suci serta ramah lingkungan.

Aplikasi Konsep Standarisasi

Halal atau tidak hanya dimaknai dengan penghindaran atas apa yang diharamkan oleh agama, seperti anjing, babi, dan segala sesuatu yang memiliki najis. Akan tetapi halal sudah bisa dimaknai lebih dari itu. Apabila kita ingin menerapkan pada sebuah industri penerbitan maka semua hal yang terkait dengannya harus memiliki nilai kehalalan ini. Misalnya, investasi yang ditanamkan merupakan nilai uang yang memang didapat secara halal. Dengan demikian tidak bisa dalam industri produk halal, berasal dari investasi uang yang berasal dari pencucian uang. Hal ini memang nanti akan memberatkan, karena sebuah perusahaan harus mampu menunjukkan bahwa investasi yang mereka kelola adalah dana yang memang secara hukum positif ataupun agama legal (halal). Undang-undang pencucian uang mengisyaratkan hal tersebut.

Dari sisi lain, kehalalan industri produk halal bisa dipandang dari bagaimana produk tersebut dikelola. Apakah pengusaha atau pelaku industri mempraktikkan upaya-upaya yang halal. Sebuah produk yang akhirnya dikatakan halal, memang harus berasal dari materi awal yang halal pula. Selama ini LPOM-MUI sudah berupaya untuk melakukan verifikasi untuk pencantuman label halal terutama makanan, minuman dan kosmetika. Hanya saja sepertinya fokus label halal ini baru pada ukuran tidak terkontaminasi produk keluaran dengan zat atau bahan baku yang najis dan diharamkan saja.

Hal itu sudah baik, hanya saja ada pertanyaan tersisa, apakah MUI melihat sisi lain dari proses pembuatan bahan baku dalam hal ini pohon pulp, saat mengeluarkan label halal untuk kertas al-Qur'an yang diproduksi oleh Sinar Mas Pulp and Paper?, atau apakah pohon pulp yang ditanam sudah dilakukan verifikasi mengenai kerusakan lingkungan, alam dan sekitarnya? Bisa jadi belum, karena label halal saja sepertinya tidak cukup. Harus ada label lain yang menyertai produk halal ini yaitu *tayyib*. Dalam kasus industri penerbitan buku

juga harus dilihat apakah kertas yang dijadikan bahan produk halal adalah kertas yang secara prinsip telah *ṭayyib* terhadap lingkungan. Baik pada saat pembabatan hutan alami menjadi hutan industri, atau apakah proses daur ulang limbahnya sudah *ṭayyib* sehingga tidak mencemari lingkungan. Patut untuk dipahami, apabila kita meyakini bahwa alam ini bagian dari ayat-ayat Allah maka penghormatan atas alam ini menjadi suatu yang tidak terpisahkan dengan eksploitasi alam yang telah dianugerahkan Allah pada manusia. Oleh karena itu, ada baiknya bila regulator dalam hal ini Kementerian Agama mampu bersinergi dengan Kementerian Perindustrian dan Perdagangan untuk membuat label *ṭayyib* bagi perusahaan yang akan bergerak di bidang penerbitan kitab suci.

Sahih, saat ini label sahih atas penerbitan muṣḥaf al-Qur'ān telah dilakukan oleh Lajnah Pentashih Muṣḥaf Al-Qur'ān (LPMA) Kementerian Agama RI. Hanya saja tanda sahih yang diberlakukan oleh LPMA baru sebatas pada kesesuaian tulisan (teks) al-Qur'ān dengan *rasm 'Utsmānī* dan tanda baca yang disepakati ulama al-Qur'ān di Indonesia. Sebenarnya bisa pula tanda tashih ini diberikan pada proses produksi, dari mulai ide-ide penyajian muṣḥaf al-Qur'ān, rasm dan tanda baca, sampai suplemen yang menyertai kitab suci tersebut. Saat ini memang belum ada lembaga yang melihat bagaimana agar tidak terjadi proses duplikasi (penjiplakan) ide satu model al-Qur'ān dengan model lainnya. Seakan-akan perusahaan penerbitan yang berposisi sebagai *leader* bisa hancur karena model yang ada telah dibajak idenya oleh perusahaan lain. Memang jarang sekali ada perusahaan penerbitan yang mematenkan model al-Qur'ān yang mereka produksi. Teks al-Qur'ān sendiri merupakan sesuatu milik publik, di mana setiap orang bisa memroduksinya sendiri, sebagai contoh, dengan menggunakan komputer dan printer pribadi. Namun, khat al-Qur'ān berbeda dari aura dan oralitas Qur'ān. Ia dimiliki oleh penulis (khattat); tata letak teks, tentunya dimiliki oleh tim lay out yang telah berupaya agar teks tersebut nyaman dan mudah untuk dibaca maupun dihafal.

Mengenai kepastian proses produksi, sepengetahuan penulis bahwa proses produksi muṣḥaf al-Qur'ān bisa sampai satu tahun setengah untuk satu varian baru yang akan dikeluarkan. Dengan

rincian: 1) enam bulan sampai satu tahun penggodokan ide hingga drafting muṣḥaf yang akan terbit, 2) tiga bulan untuk proses penashihan muṣḥaf di LPMA, 3) satu bulan untuk proses pencetakan serta distribusi al-Qur’ān. LPMA merupakan institusi negara yang secara langsung terlibat dalam proses di atas. Oleh sebab itu, kepastian proses yang ada di LPMA harus menjadi perhatian yang besar. Dalam prosedur penashihan yang diterbitkan oleh LPMA, tidak disebutkan berapa lama proses tersebut bisa berlangsung, juga berapa biaya untuk satu kali proses penerbitan. Jika ada 20 penerbit dalam satu bulan, bisakah proses penashihan ini berlangsung selama 3 bulan, misalnya? Atau kenapa tidak diinisiasi dari sekarang membuat proses penashihan digital, sehingga bisa dikerjakan oleh komputer dan bisa dilakukan dengan cepat.

Usulan Standarisasi Komsumsi Muṣḥaf

Menurut William A Graham, semua kitab suci (*scripture*) memiliki dua atribut yang melekat, yaitu: otoritas dan sakralitas.³⁰ Bagi kaum Muslim, pernyataan ini sebenarnya hanya memertegas bahwa muṣḥaf al-Qur’ān memiliki sakralitas yang harus dijaga. Usulan-usulan konsep dasar standarisasi produk di atas akan menjadikan penerbitan muṣḥaf al-Qur’ān sebagai industri yang berbeda, yakni sebuah industri yang menyajikan sebuah produk yang sebagian besar kaum Muslim memandang sebagai sesuatu yang sakral. Berikut adalah konsep dasar dalam standarisasi konsumsi muṣḥaf.

Konsep Dasar Standarisasi Konsumsi Muṣḥaf

Konsep-konsep berikut ini yaitu a) *al-Takrīm*, b) *al-Ṭayyib*, dan c) *al-Taḥrīm*, diilhami oleh QS. al-Wāqī’ah/56: 77, “*Innahu la-Qur’ān karīm*”.

Pertama, *al-Takrīm*. Mengapa harus ada pemuliaan? Berdasarkan penelusuran penulis, pemuliaan ada karena obyek yang dimuliakan berasal dari yang dimuliakan, misalnya, surat dari Nabi Sulaymān kepada Ratu Bilqis;³¹ ‘Arsy sebagai tempat yang mulia karena menjadi singgasana Allah;³² surga sebagai rizki yang mulia;³³ Allah yang Mahakaya dan Mahamulia;⁴¹ maka al-Qur’ān pun menjadi kalam yang mulia karena berasal dari Allah yang Mahamulia.³⁴ Kemuliaan

ini ditandai dengan kepatuhan terhadap perintah Allah (taqwa).³⁵

Kedua, *al-Ṭayyib*. Konsep ini bisa dimaknai dengan menjadikan semua obyek yang dimuliakan sebagai sesuatu yang baik, ditreatment secara baik, dalam kondisi suci, dan tidak berdampak pada pengrusakan lingkungan. Untuk rujukan dalil, dapat mengambil argumen yang telah ada di sub judul sebelumnya.

Ketiga, *al-Taḥrīm*. Secara gamblang term ini diartikan dengan penyucian. Ia lebih cenderung memberikan ruang yang sangat teologis. Kesucian hanya bisa hadir bila orang-orang mengikuti aturan-aturan agama ataupun sunnatullah. Maka dari itu mengapa pula tidak semua makhluk yang ada di alam ini menyucikan Allah yang Mahasuci dengan cara mengikuti sunnatullah. Penulis mengambil konsep ini untuk mengatakan bahwa muṣḥaf al-Qur'ān harus disucikan oleh kaum Muslim dan semua yang percaya atas sakralitas kitab suci dengan cara dibuat aturan yang bisa disepakati dan dijalankan. Sebagai penguat atas pemaknaan ini penulis sajikan beberapa contoh term *haram* (Arab: *ḥarām*) yang mengindikasikan pada penyucian. Beberapa obyek disifati dengan kata *ḥarām*, antara lain: 1) bulan yang disucikan,³⁶ 2) masjid yang disucikan,³⁷ 3) tanah yang disucikan,³⁸ dan 4) *Baytullāh*.³⁹ Kesamaan dari semua kalimat tersebut adalah ada aturan yang jelas apabila orang ingin berada atau memasuki wilayah maupun waktu yang menurut agama disucikan.

Subjek dan Objek Standarisasi Konsumsi Muṣḥaf

Sebelum melangkah pada pembahasan aplikasi standar (pedoman), ada baiknya untuk melihat terlebih dahulu pada siapa yang akan menjadi subjek yang mengatur dan objek melaksanakan. Untuk subjek, tentunya haruslah negara, yang diwakili oleh LPMA Kementerian Agama RI. Hanya saja, diperlukan aturan lain sehingga bisa memberikan ruang yang cukup luas untuk *law enforcement*. Selama ini LPMA hanyalah lembaga yang bisa menganjurkan dan tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi semua pemangku kepentingan LPMA. Kerjasama dengan Kementerian Kehakiman, Kementerian Perdagangan dan Industri, Badan Standarisasi Nasional, Badan Arsip Nasional, dan Perpustakaan Nasional menjadi suatu yang tidak bisa dielakkan.

Pelaksanaan aturan ini hanya bisa dikenakan pada objek/tempat yang berada di ruang publik. Oleh sebab itu, hanya toko buku, perpustakaan, museum, lembaga arsip, distributor yang bisa menjadi objek dari standar ini. Sepertinya baru Museum yang siap apabila kaidah-kaidah/konsep dasar di atas akan dilaksanakan. Itu pun terjadi hanya pada museum yang memiliki dana berkecukupan untuk memelihara muṣḥaf al-Qur’ān dengan prinsip-prinsip *ṭayyib*, *takrīm*, dan *tahrīm* sebagaimana telah dijelaskan.

Para pustakawan Muslim di Indonesia pun telah berusaha membuat pedoman klasifikasi bahan pustaka. Mereka mengadaptasi Klasifikasi Dewey, dan menerapkannya pada kajian khusus Islam. Muṣḥaf al-Qur’ān masuk ke dalam klasifikasi 2x1 atau 297.1.⁴⁰ Itu pun baru pada klasifikasi belum pada bagaimana proses pelayanan peminjaman muṣḥaf al-Qur’ān dilakukan: Apakah muṣḥaf akan diperlakukan sama dengan buku-buku pinjaman lainnya? Dalam satu artikelnya, Dallas menceritakan bahwa pernah terjadi komplain pada Milner Library, Illinois State University. Mahasiswa tersebut membuat keluhan karena perpustakaan Milner tidak menghormati kepercayaan dirinya sebagai Muslim, dalam melakukan sirkulasi peminjaman muṣḥaf al-Qur’ān. Dari kejadian ini akhirnya perpustakaan membuat kebijakan untuk tidak meminjamkan *hardcopy* dari muṣḥaf al-Qur’ān. Para pengaji dan pembaca bisa mengakses muṣḥaf al-Qur’ān secara digital. Apabila terpaksa diperlukan *hardcopy*, muṣḥaf diberi label sebagai buku yang harus ditreatment secara khusus.⁴¹ Seperti itulah kiranya aplikasi tersebut dilakukan, di mana lembaga pemberi layanan untuk akses al-Qur’ān, seperti perpustakaan, tetap mampu memahami kaidah *takrīm*, sekalipun terjadi di Amerika, yang sekular.

Aplikasi Standarisasi

Al-Takrīm. lebih cenderung diaplikasikan pada ruang, tempat bagaimana muṣḥaf disajikan di ruang publik, demi memastikan bahwa muṣḥaf yang disajikan/display/sirkulasi bisa diperlakukan dengan mulia. Tidak bisa tidak, harus ada tempat khusus untuk menyajikan, mendisplay, dan menyirkulasi muṣḥaf al-Qur’ān. Beberapa toko buku besar sudah melakukan pembagian sektor display bagi muṣḥaf al-Qur’ān. Ia biasanya ditempatkan pada kelompok buku-buku agama

Islam. Namun kenyataannya lain terjadi pada saat pameran buku Islam, contohnya. Banyak sekali penyewa *booth* pameran menumpuk muṣḥaf di atas lantai pameran.

Penulis meyakini apabila toko buku atau distributor buku menganggap bahwa muṣḥaf adalah komoditas yang berharga, dapat dipastikan ia akan diperlakukan secara berbeda. Contoh perlakuan istimewa itu terjadi hanya untuk varian muṣḥaf al-Qur'ān yang harganya di atas 300 ribu rupiah saja. Menjelaskan berharga tidak dengan nilai nominal, memang menjadi masalah. Maka dalam hal ini diperlukan keyakinan khusus atau ada aturan yang sangat mengikat dari negara untuk memerlakukan semua varian kitab suci dengan treatment kesuciannya. Tentu saja ini pun akan memberi dampak lain, di mana ongkos dari perlakuan itu pun harus dibayar. Pertanyaannya siapa yang membayar ongkos dari perlakuan khusus ini. Seharusnya negara memberikan subsidi, seperti pengurangan pajak (ppn) bagi toko buku yang telah memerlakukan kitab suci secara khusus.

Al-Ṭayyib. kaidah ini diaplikasikan pada proses perlakuan khususnya. Jika toko buku, distributor, perpustakaan atau museum telah memiliki ruang display khusus, maka apakah ruang atau tempat tersebut bersih, suci dan tidak menyebabkan pada kerusakan muṣḥaf dari perubahan iklim, sehingga akhirnya muṣḥaf tersebut tidak layak untuk dikonsumsi atau diakses oleh publik?

Al-Taḥrīm. konsep dasar ini diaplikasikan pada proses akses kitab suci, mengambil, membawa, menjual, mendistribusikan, dan memamerkan. Rincian pedomannya akan melibatkan fatwa atau argumen ahli fiqh: apakah akan memastikan bahwa muṣḥaf harus diperlakukan sebagai kitab suci yang terkait erat dengan proses kesucian diri bagi yang memegang dan menyentuhnya, dari hulu ke hilir industri penerbitan muṣḥaf? Bila hal ini disepakati maka meniscayakan adanya orang yang khusus untuk melayani, menyajikan muṣḥaf dengan kriteria tersebut. Jika tidak, setidaknya fatwa hanya berlaku saat muṣḥaf sudah ada di ruang privat (pengguna akhir).

Simpulan

Dari paparan di atas penulis menyimpulkan bahwa konsep dasar untuk mengembangkan gagasan standarisasi komodifikasi al-Qur'ān

bisa diambil dari konsep-konsep berikut ini. *Pertama*: 1) halal, 2) tayyib, dan 3) sahih, sebagai kaidah dasar dalam pelabelan proses produksi dan distribusi muṣḥaf. *Kedua*: a) *al-takrīm*, b.) *al-tayyib*, dan c.) *al-taḥrīm*, merupakan kaidah yang harus diterapkan dalam proses akses dan konsumsi muṣḥaf di ruang publik.

Semua konsep dasar di atas baru bisa terlaksana dan menjadi aturan yang dipedomani dengan salah satu syaratnya adalah memberikan wewenang yang lebih besar kepada LPMA, yang tidak hanya memberi tashih *rasm*, *dabt* dan *ṣawt* akan tetapi juga memberi sertifikasi kelayakan para pelaku industri penerbitan muṣḥaf al-Qur’ān. Tentu ini dilakukan bersama-sama lembaga dan kementerian terkait.

Catatan Akhir

- ¹ Badan Pusat Statistik, *Hasil Sensus Penduduk 2010: Data Agregat per Provinsi* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2010), 8.
- ² <http://pewforum.org/Muslim/Muslim-Population-of-Indonesia.aspx> (diakses 25 Desember 2011). Bandingkan dengan tulisan Hendry F. Isnaini, “Al-Qur’ān Cetakan Jepang: Saudara Tua Berperan dalam Pencetakan al-Qur’ān,” dalam majalah sejarah online *Historia*, <http://www.majalah-historia.com/berita-482-alquran-cetakan-jepang.html> (diakses 25 Desember 2011)
- ³ Kata ini memang bukan bahasa Arab asli, melainkan kata serapan (*loanword*) dari Abyssinia (Ethiopia). Pada bentuk Bahasa Arab yang benar kata *muṣḥaf* diucapkan dengan *maṣḥaf*. Lih. J. Pedersen, *Fajar Intelektualisme Islam: buku dan sejarah penyebaran informasi di Dunia Arab*, terj. Alwiyah Abdurrahman (Bandung: Mizan, 1996), 134. Adapun orang yang diasumsikan sebagai orang pertama yang menyebutkan kumpulan *ṣuḥuf* sebagai muṣḥaf adalah, Sālīm ibn ‘Ubayd ibn Ma‘qil Mawlā Abū Ḥudzayfah. Lih. Claude Gilliot, “Reconsidering the Authorship of the Qur’ān” dalam Gabriels Said Reynolds (ed.), *The Qur’ān in its Historical Context* (London: Routledge, 2008), 94.
- ⁴ Isnaini, “Al-Qur’ān Cetakan Jepang: Saudara Tua Berperan dalam Pencetakan al-Qur’ān.” <http://www.majalah-historia.com/berita-482-alquran-cetakan-jepang.html> (diakses 25 Desember 2011).
- ⁵ Dalam sejarah pencetakan muṣḥaf di Asia Tenggara, seorang Muslim Palembang, Muhammad Azhari tercatat sebagai orang pertama yang mencetak al-Qur’ān dengan mesin cetak litograf pada tahun 1848 dan cetak ulang pada 1854. Lih. Michael W. Albin, “Printing of The Qur’ān” dalam *The Encyclopaedia of The Qur’ān (EQ)*, vol iv: 261; Jeroen Peeters, “Palembang Revisited: Further Notes on the Printing Establishment of Kemas Haji Muhammad Azhari”, *International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995*, 181-

- 190; Rosehan Anwar, "Mushaf Kuno di Palembang," dalam Fadhal R. Bafadhal dan Rosehan Anwar, *Mushaf-Mushaf Kuno di Indonesia* (Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005), 68-71. Ian Proudfoot hanya menemukan naskah tahun 1854 sehingga ia mencantumkan tanggal tersebut untuk mushaf cetakan pertama di Asia Tenggara. Lih. Ian Proudfoot, "Early Muslim Printing in Southeast Asia," *Libri*, 45 (1995): 219.
- ⁶ Ali Akbar, "Pencetakan Mushaf al-Qur'an di Indonesia," *Subuf* vol.4, No. 2 (2011): 271-287; Ali Akbar, "Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qur'an Sejak 1950an Sampai Saat ini" dalam Ali Akbar (ed.), *Mushaf al-Qur'an di Indonesia dari Masa ke Masa* (Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011), 27-32.
- ⁷ Salah satu definisi komodifikasi agama dalam *The Oxford Dictionary of English*, "the action of turning something into, or treating something as, a (mere) commodity; commercialization an activity, and so on, that is not by nature commercial" (1989: 563), dikutip dari Pattana Kitiarsa, "Toward Sociology of Religious Commodification," dalam Bryan S Turner, *The New Blackwell Companion to The Sociology of Religion* (West Sussex, Willey-Blackwell, 2010), 565.
- ⁸ Gregory Starrett, "The Political Economy of Religious Commodities in Cairo" dalam *American Anthropologist*, New Series, Vol. 97, No. 1 (Mar., 1995): 53. <http://www.jstor.org/stable/1682379> (diakses tanggal: 11/10/2011).
- ⁹ Gregory Starrett, "The Political Economy of Religious Commodities in Cairo," 158-159.
- ¹⁰ Akh. Muzakki, "The Islamic Publication Industry in Modern Indonesia: Intellectual Transmission, Ideology, and the Profit Motive," *Ph.D Thesis*, School of History and Philosophy, Religion, and Classics, The University of Queensland, 2009.
- ¹¹ Greg Fealy, "Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia," dalam Greg Fealy and Selly White (eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politic in Indonesia* (Singapore: ISEAS, 2007), 15-29.
- ¹² Akh. Muzakki, "The Islamic Publication Industry in Modern Indonesia: Intellectual Transmission, Ideology, and the Profit Motive," *Ph.D Thesis*, School of History and Philosophy, Religion, and Classics, The University of Queensland, 2009.
- ¹³ Sepertinya perdebatan ini sebagaimana yang disimpulkan oleh Pattana Kitiarsa, bahwa ada 3 hal yang menjadi dampak dari komodifikasi: fundamentalisme, 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*. Lih. Pattana Kitiarsa, "Toward Sociology of Religious Commodification," dalam Bryan S Turner, *The New Blackwell Companion to the Sociology of Religion* (West Sussex, Willey-Blackwell, 2010), 569.

- ¹⁴ Greg Fealy, "Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Piety in Contemporary Indonesia" dalam Greg Fealy and Selly White (eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (Singapore: ISEAS, 2007), 16
- ¹⁵ Greg Fealy, "Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Piety in Contemporary Indonesia" 17-26.
- ¹⁶ Ketiga kitab di atas adalah bagian dari pelacakan Asma atas kitab-kitab yang menjelaskan keutamaan al-Qur'an. Lih. Asma Afsaruddin, "The Excellences of the Qur'an: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society" *Journal of the American Oriental Society*, Vol. 122, No. 1 (Jan.-Mar., 2002): 8-10. <http://www.jstor.org/stable/3087649>(diakses 26 Mei 2011).
- ¹⁷ Abū Bakr 'Abdullāh ibn Abī Dāwud Sulaymān ibn al-Asy'asy al-Sijistānī al-Ḥanbalī, *Kitāb al-Maṣāḥif, taḥqīq* dan *naqd* oleh Muḥib al-Dīn 'Abd al-Subḥān Wā'ī (Beirut: Dār al-Baṣā'ir al-Islāmiyyah, 2002), cet. 2,
- ¹⁸ Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn 'Abd al-Raḥmān ibn Abī Bakr al-Suyūṭī, *al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'ān, taḥqīq* oleh Markāz al-Dirāsāt al-Qur'āniyah (Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd li-Ṭibā'at al-Muṣḥaf al-Syarīf, t.th), selanjutnya ditulis al-Suyūṭī, *al-Itqān*.
- ¹⁹ Delia Cortese, "The Commodification of the Muṣḥaf 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.
- ²⁰ Muḥammad Muṣṭafā al-A'zamī, *The History of the Qur'anic Text: From Revelation to Compilation, A Comparative Study with the Old and New Testaments* (Leicester: UK Islamic Academy, 2003), 105-107.
- ²¹ Al-Suyūṭī, *al-Itqān*, Juz II, 157.
- ²² "Annahu kariha akhdza al-ujrah 'alā kitābat al-maṣāḥif," dalam al-Suyūṭī, *al-Itqān*, 2: 2251.
- ²³ "Annahumā kariha bay' al-maṣāḥif wa-syirā'ahā," al-Suyūṭī, *al-Itqān*, 2: 2252.
- ²⁴ "Annahumā karihā bay' al-maṣāḥif wa-syirā'ahā, wa an yustā'jar kitābatuhā," al-Suyūṭī, *al-Itqān*, 2: 2252
- ²⁵ Al-Suyūṭī, *al-Itqān*, 2: 2253.
- ²⁶ Al-Suyūṭī, *al-Itqān*, 2: 2253-2254.
- ²⁷ Abū Dāwud ibn al-Asy'asy al-Sijistānī, *Kitāb al-Maṣāḥif*, 135.
- ²⁸ Abū Dāwud, *Kitāb al-Maṣāḥif*, 148.
- ²⁹ Abū Dāwud, *Kitāb al-Maṣāḥif*, 149
- ³⁰ William A Graham, *Islamic Comparative Religious Studies: Selected Writings, Ashagate Contemporary Thinker on Religion: Collected Work* (Burlington: Ashgate, 2010), 208.
- ³¹ Surah al-Naml/27: 29-30.
- ³² Surah al-Mu'minūn/23: 116.
- ³³ Surah al-Nūr/24: 26. Juga lih. QS. al-Anfāl/8: 24.
- ³⁴ Surah al-Naml/27: 40.

- ³⁵ Surah al-Wāqīʾah/56: 77.
- ³⁵ Surah al-Ḥujurāt/49: 13.
- ³⁶ “*Al-syahr al-ḥarām*” dalam QS. al-Baqarah/2: 194, al-Māʾidah/5: 2, al-Tawbah/9: 5, 36.
- ³⁷ Bisa dilihat dalam kalimat *al-masjid al-ḥarām* pada QS. al-Baqarah/2: 144, 149-150, 191; al-Tawbah/9: 38, al-Fath/28: 25, 27, al-Isrāʾ/17: 1
- ³⁸ Bisa dilihat dalam kata (*ḥarama*) QS. al-Qaṣaṣ/28: 57, al-Naml/27: 91, al-ʿAnkabūt/29: 67.
- ³⁹ Bisa dilihat dalam QS. al-Māʾidah/5: 97.
- ⁴⁰ L. Sulisty-Basuki, “Fifty years of Indonesian librarian’s response, criticisms and innovative efforts toward Dewey Decimal Classification notation 297 Islam: 1958-2008,” makalah disampaikan pada *World Congress of Muslim Librarian & Information Scientists*, 25-27 November 2008, Putra World Trade Center, Malaysia.
- ⁴¹ Dallas Long, “The Qurʾān and the Academic Library: Circulation and Storage Issues with Holy Books,” dalam *Journal of Access Services*, 7: 4, (2010), 212-222. Diunduh dari http://dx.doi.org/10.1080/15367967.2010.497733_perpusnasri (diakses: 17/11/2012).

Daftar Pustaka

- Afsaruddin, Asma . *The Excellences of the Qurʾān: Textual Sacrality and the Organization of Early Islamic Society*” *Journal of the American Oriental Society*, Vol. 122, No. 1 Jan.-Mar., 2002.
- Akbar, Ali. *Pencetakan Mushaf al-Qurʾān di Indonesia. Suhuf* vol.4, No. 2 2011.
- Akbar, Ali. *Dari Mushaf Bombay ke Mushaf Kontemporer: Perkembangan Percetakan Mushaf al-Qurʾān Sejak 1950an Sampai Saat ini*. Tt. ----- . *Mushaf al-Qurʾān di Indonesia dari Masa ke Masa*. Jakarta: Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qurʾān, Balitbang dan Diklat Kemenag RI, 2011.
- Albin, Michael W. *Printing of The Qurʾān*. dalam *The Encyclopaedia of The Qurʾān (EQ)*
- Anwar, Rosehan dan Fadhal R. Bafadhal. *Mushaf-Mushaf Kuno di Indonesia*. Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan, Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI, 2005.
- Al-Aʿzamī, Muḥammad Mustafā. *The History of The Qurʾānic Text: From Revelation to Compilation, A Comparative Study with the Old and New Testaments*. Leicester: UK Islamic Academy, 2003.
- Peeters, Jeroen. *Palembang Revisited: Futher Notes on the Printing*

- Establishment of Kemas Haji Muhammad Azhari*. International Institute for Asian Studies (IIAS) Year Book 1995.
- Cortese, Delia. *The Commodification of the Muṣḥaf 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.
- Fealy, Greg. *Consumming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia*. Tt.
- Graham, William A. *Islamic Comparative Religious Studies: Selected Writing, Ashgate Contemporary Thinker on Religion: Collected Work*. Burlington: Ashgate, 2010
- Al-Ḥanbalī, Abū Bakr ‘Abdullāh bin Abī Dāwud Sulaymān bin al-Asy‘ats al-Sijistānī. *Kitāb al-Maṣāḥif*, taḥqīq dan naqd oleh Muḥib al-Dīn ‘Abd al-Subḥān Wā‘ī. Beirut: Dār al-Baṣā’ir al-Islāmīyah. 2002.
- Long, Dallas. “The Qur’ān and the Academic Library: Circulation and Storage Issues with Holy Books,” dalam *Journal of Access Services*, 7: 4, (2010).
- Muzakki, Akh. *The Islamic Publication Industry in Modern Indonesia: Intellectual Transmission, Ideology, and the Profit Motive*. PhD Thesis, School of History and Philosophy, Religion, and Classics, The University of Queensland, 2009. Proudfoot, Ian. *Early Muslim Printing in Souteast Asia*. *Libri*, 45 1995.
- Pedersen, J. *Fajar Intelektualisme Islam: buku dan sejarah penyebaran informasi di Dunia Arab*. Bandung: Mizan, 1996.
- Reynolds, Gabriels Said. *The Qur’ān in its Historical Context*. London: Routledge, 2008.
- Starrett, Gregory. “The Political Economy of Religious Commodities in Cairo.” Tt. dalam *American Anthropologist*, New Series, Vol. 97, No. 1 Mar., 1995.
- Al-Suyūṭī, Abū al-Faḍl Jalāl al-Dīn ‘Abd al-Raḥmān ibn Abī Bakr. *al-Itqān fī ‘Ulūm al-Qur’ān*. taḥqīq oleh Markāj al-Dirāsāt al-Qur’ānīyah. Madīnah: Maktab al-Mālik Fahd li-Ṭibā‘ah al-Muṣḥaf al-Syarīf, t.t.
- White, Selly Greg Fealy. *Expressing Islam: Religious Life and Politic in Indonesia*. Singapore: ISEAS, 2007.