

Inspirasi dari Nabi sampai Potensi Perkembangan Sektor Ekonomi: Tren Branding Hadis Tentang Kurma di Platform Belanja Online

Muhammad Rizky Romdonny^{*1}, Nurun Najwah²

^{1,2} Magister Ilmu Al-Quran dan Tafsir: Konsentrasi Hadis

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

e-mail co Author: ^{*1}23205032002@student.uin-suka.ac.id

ABSTRAK

Perubahan fungsional hadis terjadi pada era kontemporer ini, baik dalam penulisan, pemaknaan, penyebarluasan dan implikasinya. Artikel ini meneliti geneologi tren hadis tentang kurma. Terdapat tiga fokus yang dikemukakan pada tulisan ini, yaitu tren penulisan hadis tentang kurma secara tematik; dinamika yang terjadi pada penggunaan hadis tersebut; dan implikasi dan respon terhadap branding produk kurma yang melegitimasi spirit Nabi, hal tersebut menjadi penanada Pendidikan nilai/inspirasi dari sabda Nabi. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif-deskriptif dengan sumber pustaka dan dokumentasi. Hasilnya diketahui, bahwa geneologi tren hadis kurma bermula pada diskusi ulama Fikih dalam merumuskan keselarasan aspek lokalitas terhadap penggunaan term kurma seperti pada pembahasan takaran zakat fitrah, seiringnya waktu perkembangan teknologi mendorong pergeseran penyampaian hadis Nabi beralih menggunakan media online dari penyampaian secara langsung, dan terdapat pergeseran dari dakwah menuju branding suatu produk dengan legitimasi hadis; masih terdapat pembacaan hadis secara literal; adanya solusi mikro terhadap branding produk kurma dengan membranding dengan spirit Nabi tentang keutamaan memakan kurma dan pentingnya solusi makro dengan memperhatikan kebutuhan konsumen terhadap produk kurma serta memperhatikan upaya pengadaan produk kurma lokal sebagai respon terhadap tantangan ekonomi global, maka pentingnya spirit inspirasi Nabi dalam membersamai perkembangan ekonomi. Pengembangan kajian geneologi tren hadis perlu untuk diperhatikan dan dikembangkan dalam menganalisis gerakan hadis kontemporer, guna melihat beberapa pergeseran maupun perubahan.

Kata Kunci : Geneologi, Hadis tentang Kurma, dan Potensi Ekonomi.

PENDAHULUAN

Pengimplementasian hadis sebagai bentuk meneladani inspirator kehidupan yaitu Nabi Muhammad SAW. Bentuk implelementasi yang beragam, membuat pesan hadis dipahami serta digunakan dengan menyesuaikan kemaslahatan dan kebutuhan masyarakat. Penyesuaian tersebut seyogyanya melalui kecermatan dalam memahami pesan Nabi, diantaranya melalui validasi dan memaknainya. Dua komponen kecermatan di atas, tentunya juga mendapati dinamika sudut pandang yang beragam. Keberlanjutan memaknai suatu pesan Nabi, digambarkan dengan penjelasan berupa narasi, ilustrasi dan lainnya. Penggambaran penjelasan kontemporer ini didapatkan ketika geneologinya tersampaikan, sehingga pengetahuan yang beredar tidak parsial.

Geneologi tren hadis menjadi pisau penelitian gerakan kontemporer yang komprehensif. Berbicara tren hadis kontemporer, pembahasan kurma sebagai komoditas asli Arab menarik untuk di kaji. Daya tarik tersebut tergambarkan dalam peta perjalanan hadis tentang kurma, berangkat hanya inspirasi hidup sampai menumbuhkan wacana-wacana dalam berbagai bidang. Wacana ekonomi menjadi salah satu spirit membumikan inspirasi Nabi, secara

langsung maupun tidak langsung. Kedua cara tersebut bermaksud sebagai semata-mata sarana dakwah (sekedar menyampaikan pesan Nabi) atau menjadi sarana dakwah disertai legitimasi atas kepentingan-kepentingan tertentu. Hal tersebut penulis dapati dalam tren hadis tentang kurma, sehingga penting dikaji geneologi fenomena demikian.

Kajian tentang eksistensi hadis yang menjelaskan kurma cenderung memperbincangkan tentang bagaimana validitas, pemahaman dan sedikit menyinggung gerakan kontemporer namun belum komprehensif. Terdapat kecenderungan terhadap kajian yang sudah ada; pertama, berkenaan dengan validitas serta pemahaman terhadap hadis tentang kurma (Fuziawatie, 2021; Lubna & Muhsin, 2019; Qibty et al., 2022); kedua, berkaitan dengan perspektif kesehatan yang berdasar argumen dari hadis Nabi tentang kurma (Azkiyah & Rahimah, 2022; Fauziah & Maulany, 2021; Soebahar, Firmansyah, & Anwar, 2015); ketiga, Gerakan kontemporer berkenaan dengan hadis tentang kurma dalam akun instagram (Romdhani, Laili, & Nazahah, 2023).

Tulisan ini berupaya melengkapi terhadap studi yang telah dikemukakan, sehingga secara khusus tulisan ini menjawab beberapa pertanyaan bagaimana tren hadis tentang kurma pada era kontemporer ini?, hadis apa saja yang digunakan dalam branding perkembangan ekonomi?, Bagaimana implikasi dan respon terhadap branding produk kurma?. Berangkat dari problem di atas, dapat memberikan gambaran yang komprehensif terhadap hadis tentang kurma dalam gerakan keagamaan kontemporer.

Melalui tulisan ini, penulis berargumen bahwa perlu adanya perhatian terhadap geneologi tren hadis tentang kurma dalam membaca gerakan hadis kontemporer terkait tema tersebut, sehingga komponen-komponen yang mendukung kajian tersebut diantaranya media sosial (dalam hal ini memfokuskan terhadap pencarian pada *google search*, analisis *platform* belanja *online*). Upaya tersebut dalam rangka memberi pemahaman yang utuh terhadap tren hadis tentang kurma dengan beberapa kecenderungan; pertama, penggunaan hadis tentang kurma beragam yang menyesuaikan kebutuhan; kedua, adanya pengaruh besar dalam perkembangan ekonomi. Upaya memahami tren kontemporer memberikan gambaran perubahan (*change*) dalam menyikapi hadis Nabi, didukung perhatian terhadap potensi-potensi dari tren tersebut. Maka berdasarkan argumen di atas memberikan daya tarik penulis untuk memperdalam kajian tersebut.

METODE

Penelitian ini ditopang dengan metode analisis kualitatif-deksriptif (J.R.Raco, 2010), dengan pengumpulan datanya melalui observasi terhadap tema yang di angkat dan mendokumentasikannya. Tren kontemporer menjadi objek kajian guna mengetahui perkembangan pesan-pesan yang Nabi goreskan terkhusus pada tema hadis tentang kurma dalam beberapa *platform* media sosial. Dukungan literatur dalam membangun *novelty research*, diantaranya merujuk pada buku dan artikel jurnal, sehingga informasi yang termuat mendukung atas tulisan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurma sebagai komoditas asli Arab yang mendunia, didukung dengan identiknya dengan salah satu bulan hijriyah yaitu ramadan dan literatur keagamaan Islam klasik menggunakan istilah kurma dalam beberapa penjelasan. Penyebarluasan kependudukan wilayah Islam, tentunya tidak mudah untuk membawa suatu komoditas tertentu kepada wilayah yang memiliki kultur maupun iklim yang berbeda, berbeda ceritanya dengan komoditas kurma yang berhasil di distribusikan secara luas. Penggunaan term klasik dalam literatur Islam tentunya

dalam rangka memudahkan pemahaman suatu ibadah maupun muamalah tertentu. Beberapa penggunaan term kurma dalam Fikih klasik diantaranya pembahasan berkenaan dengan zakat fitrah dan lainnya, sehingga penting adanya penyesuaian-penyesuaian dalam keadaan temporer ini (bin Ismail, n.d.).

Alih-alih pengkaji kontemporer menyesuaikan term klasik dengan keadaan temporer (diantaranya memperhatikan aspek lokalitas), terdapat spirit menghidupkan pesan-pesan yang diberikan Nabi pada temporer ini yang didalamnya memuat term klasik. Kedua fenomena tersebut tidak perlu diperdebatkan panjang lebar, karena pada esensinya memiliki tujuan yang selaras yaitu memahami pesan Nabi; pertama, sudut pandang pengkaji Fikih kontemporer dalam menyesuaikan term klasik dengan aspek lokalitas bertujuan agar pelaksanaan syariat (dalam hal ini zakat fitrah) bisa dilakukan dengan tidak memberatkan satu pihak, semisal pelaksanaan zakat tersebut di Indonesia menggunakan beras karena sebagai komoditas pokok; kedua, adanya spirit menghidupkan pesan Nabi diantaranya tetap mengindahkannya yang didukung seperti perspektif kesehatan dalam mengonsumsi kurma. Dalam literatur yang berorientasi membahas kesehatan mengonsumsi kurma menggunakan beberapa argumen dasar dari hadis diantaranya tentang berbuka puasa dengan kurma, diinformasikan kurma mengandung obat dan berasal dari surga, serta pertanda kesuburan suatu kehidupan. Terdapat hanya menyantumkan penggalan teks (*matan*) nya saja, ada yang memberikan informasi sahabat yang meriwayatkan dan ada pula yang menuliskan *sanad*, *matan*, *mukharrij* serta terjemah secara lengkap, berikut kutipan hadis tersebut, yang artinya: “Dari Anas bin Malik, ia berkata: Nabi SAW biasa berbuka puasa sebelum *shalat* dengan kurma basah, jika tidak ada kurma basah, maka beliau berbuka dengan kurma kering, dan jika tidak ada kurma, beliau meminum seteguk air”. Disebutkan dalam hadis lain yang artinya: “kurma itu menghilangkan penyakit dan tidak membawa penyakit. Ia berasal dari surga dan di dalamnya terkandung obat” (Fauziah & Maulany, 2021, p. 50).

Salah satu Hadist mengatakan konsumsi kurma dapat menangkal racun dan sihir (Azkiyah & Rahimah, 2022, p. 367), telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Maslamah bin Qa’nabi, telah menceritakan kepada kami Ya’qub bin Muhammad bin Thahlaa’ dari Abu Rijal Muhammad bin Abdurrahman, dari Ibunya dari ‘Aisyah, dia berkata; Rasulullah SAW bersabda: “Wahai ‘Aisyah! Rumah yang di dalamnya tidak ada kurma, maka penghuninya akan lapar. Wahai ‘Aisyah! Rumah yang di dalamnya tidak ada kurma, maka penghuninya akan lapar.” Beliau mengucapkannya sebanyak dua atau tiga kali (HR. Muslim, Shahih Muslim: No.3812) (Soebahar et al., 2015, pp. 195–196).

Perhatian lebih khusus terhadap penulisan hadis pada literatur kajian yang memfokuskan pada validitas hadis tentang kurma, diantaranya hadis tentang Nabi sarapan dengan kurma yang ditulis lengkap sanad maupun *matan* hadisnya. Informasi yang termuat secara eksplisit teks hadis tersebut diantaranya bahwa kurma dapat di olah seperti dibuatkan menjadi sari buah kurma (Lubna & Muhsin, 2019, p. 12). Telaah penulisan hadis pada fokus *branding* di Instagram juga telah memuat hadis terfokus pada satu objek kurma yaitu kurma ajwa dengan memotret *flayer* yang mengalami perkembangan penulisan hadis yang berawal hanya terjemah+*mukharrij*, redaksi *matan* berbahasa arab+terjemah+penomoran hadis, dan penulisan periwayat sahabat+terjemah (Romdhani et al., 2023, pp. 96–99). Namun *stand point* dari tulisan hadis gerakan kontemporer tentang kurma dalam akun Instagram, seolah-olah stigma yang didapatkan bahwa penggunaan *branding* produk kurma itu hanya (terbatas) pada akun tersebut.

Berangkat dari konstruk kepenulisan di atas mendorong penulis memberikan informasi bahwa *branding* menggunakan hadis kurma tidak sebatas produk saja (walaupun nanti akan

menyinggung banyak tentang ini), tetapi penulis mendapati sebagai legitimasi bisnis suatu lembaga maupun kelompok, berikut beberapa *flyer* yang menjelaskan fenomena tersebut,



Gambar 1. penelusuran *google search* menggunakan kata “produk kurma yang mencantumkan hadis”

Fenomena yang didapati dalam penelusuran juga bahwa hadis yang berkenaan tentang kurma digunakan sebagai sarana dakwah semata, seperti adab memakan kurma, waktu yang di sunnahkan memakan kurma dan lainnya, berikut beberapa flyer yang menjelaskan fenomena tersebut,



Gambar 2. penelusuran *google search* menggunakan kata “produk kurma yang mencantumkan hadis”

Tren yang lebih mengerucut adanya *branding* produk kurma ajwa, dikenal dengan jenis kurma Nabi atau sebagai makanan favorit kurma Nabi. Berapa *flyer* yang tersebar diantaranya mengungkap bahwa Nabi menganjurkan memakan tujuh kurma, mendapati informasi bahwa kurma ajwa bersumber dari surga, berikut *flyer* yang menjelaskan fenomena tersebut,

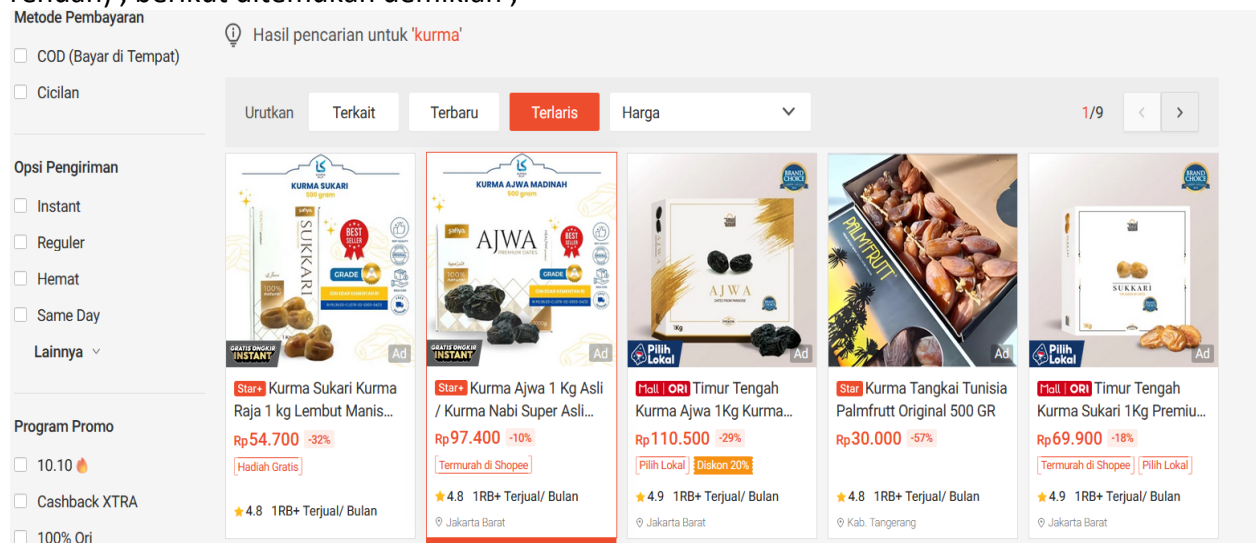


Gambar 3. penelusuran *google search* menggunakan kata “produk kurma yang mencantumkan hadis”

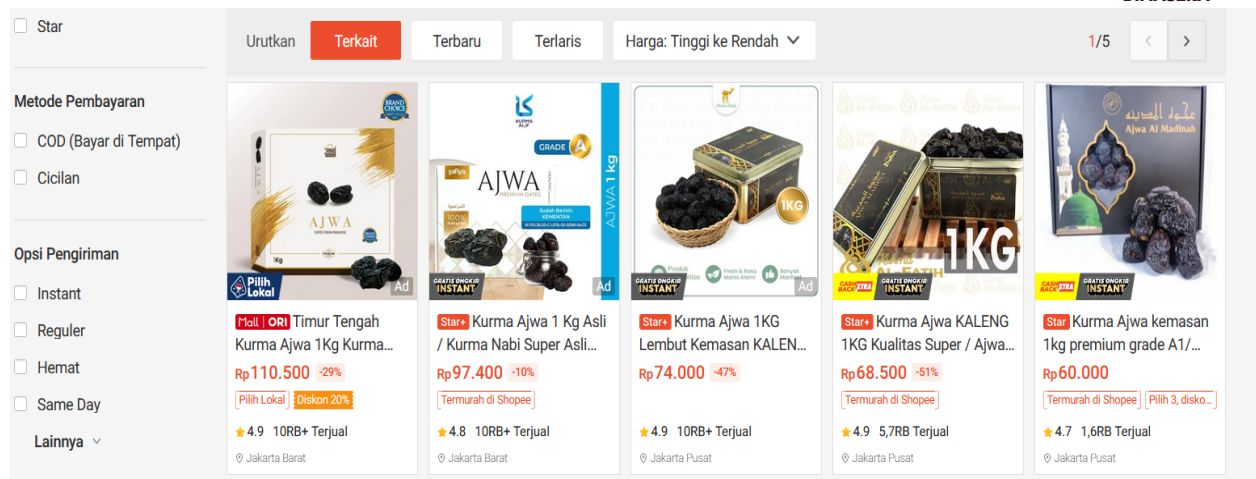
Analisis-Kritis dan Implikasi

Penjelasan di atas secara umum sedikit menyinggung geneologi tren hadis tentang kurma, dengan periodik yang tentunya belum terstruktur secara sistematis. Namun, penting dipertegas bahwa tren hadis tersebut memiliki perubahan yang signifikan (*change*), berangkat dari penyeselarasan term klasik (dalam hal ini masuk ranah pemahaman) didukung kajian tentang pemahaman hadis (memuat didalamnya pengujian validitas dan beberapa perspektif digunakan); Berkembangnya teknologi menuntut penyebaran dilakukan secara media (dalam hal ini mungkin beriringan munculnya *flyers* berorientasi dakwah dan bisnis-ekonomi) terkhusus menggunakan hadis tentang kurma secara umum maupun khusus. Adanya *flyers* tentang kurma secara khusus (menyebutkan secara eksplisit) tentunya memiliki pengaruh besar pada pasar.

Pembuktian pengaruh adanya *branding* produk kurma dapat ditelusuri pada situs perbelanjaan *online*. Alasan mengambil *sample* pada situs tersebut karena melihat fenomena bahwa proses jual-beli sudah mulai bergeser kepada ruang lingkup *online* terkhusus setelah masa pandemi covid-19. Pengambilan *sample* penulis menganalisis perkembangan pada tiga *platform* yaitu shopee, tokopedia dan blibli. Pertama, dalam *platform* shopee menggunakan pembatasan penelusuran tentang produk kurma diantaranya menggunakan filter 5 terlaris (rentan pembelian +1000 produk/bulan) dan 5 produk terkait kurma ajwa (harga tinggi ke rendah), berikut ditemukan demikian ;



Gambar 4. penelusuran menggunakan kata ‘kurma’ pada *platform* shopee dengan filter terlaris pertanggal 30 September 2024 pukul 09.00 WIB



Gambar 5. penelusuran menggunakan kata ‘kurma ajwa’ pada *platform* shopee dengan filter terkait harga tinggi ke rendah pertanggal 30 September 2024 pukul 09.30 WIB

Berdasarkan penelusuran terdapat beberapa temuan adanya legitimasi hadis dalam produk kurma ajwa, diantara temuan tersebut yaitu; pertama, pada gambar 4 diketahui bahwa dari produk kurma yang terlaris jenis kurma sukari dan ajwa bersaing imbang dalam menempati dua posisi dari lima selain kurma tangkal tunisia. Kemungkinan selain kualitas dan harga yang terjangkau, terdapat pengaruh dari beberapa produk yang dapat menjadi daya tarik pembeli. Setelah penulis analisis produk tersebut ditemukan temuan menarik pada gambar 4 posisi ketiga (salah satu jenis kurma ajwa) yang melegitimasi dalam deskripsi produk bahwa kurma ajwa sebagai kurma favorit Nabi dan menyinggung sejarah singkat penamaan kurma tersebut.

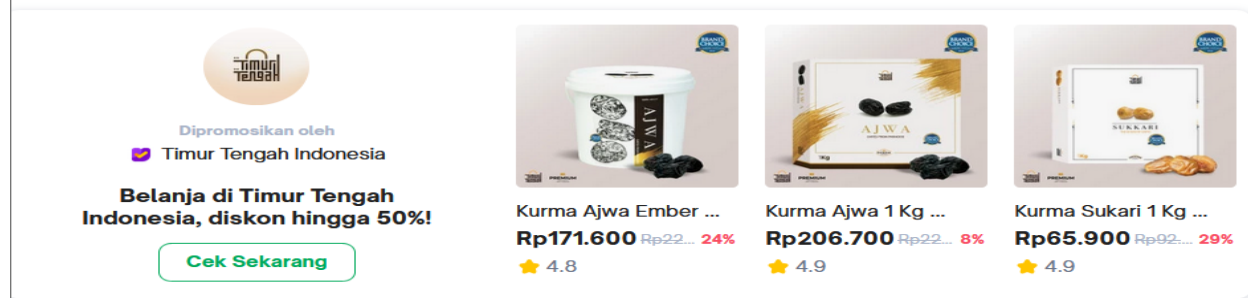
Kurma Ajwa dikenal dengan kurma favorit Rasulullah. Kurma Ajwa pertama kali ditanam berdampingan dengan Masjid Quba di Madinah. Kata Ajwa diambil dari nama anak Salman Alfarisi. Lelaki mualaf pewakaf lahan kurma untuk perjuangan Islam. Menghormati jasa Salman, Nabi pun menggunakan nama anaknya untuk menyebut kurma itu. Kurma Ajwa termasuk jenis kurma yang kering.

Adapun temuan-temuan menarik lainnya ditemukan pada gambar 5, diantaranya pada urutan ketiga menggunakan secara eksplisit sabda Nabi yang diriwayatkan ‘Aisyah dengan mencantumkan terjemah dan tanpa menyebutkan rujukan pengambilan hadis tersebut yang juga dicantumkan dalam deskripsi produk, dari Aisyah Radhiyallahu ‘anha, Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Sesungguhnya kurma Ajwah dari Madinah, khususnya dari dataran tinggi dekat Nejed, mengandung obat penawar. Ia menjadi obat racun jika dikonsumsi pada pagi hari.”

Analisis pada kedua penelusuran pada *platform* tokopedia, menggunakan kata kunci “kurma” dengan filter harga tertinggi karena terdapat beberapa fitur berbeda dengan *platform* shopee. Penggunaan filter dengan kata kunci tersebut ditemukan dua jenis kurma sesuai kategori yang di cari yaitu kurma ajwa dan kurma sukari.

Menampilkan 1 - 60 barang dari total untuk "kurma "

Urutkan: Harga Tertinggi

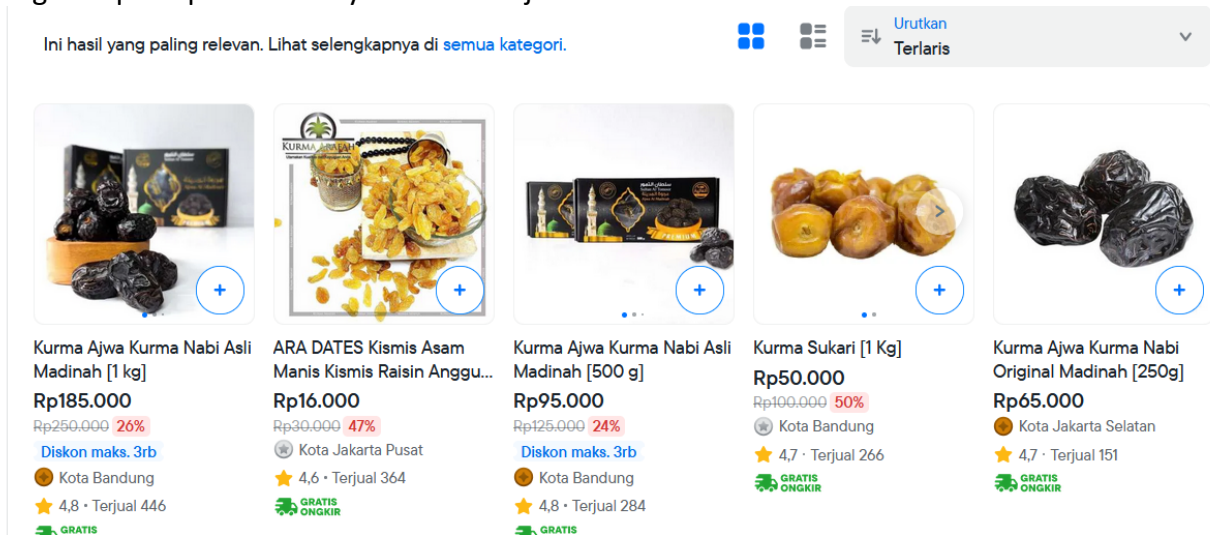


Gambar 6. penelusuran menggunakan kata 'kurma' pada *platform* tokopedia dengan filter terkait harga tertinggi pertanggal 30 September 2024 pukul 11.15 WIB

Penelusuran pada *platform* tokopedia terdapat branding yang menarik juga, diantaranya pada produk kurma ajwa ember premium timur tengah 850 gr jumbo *high quality* bahwa pengelola menawarkan melalui deskripsi produk dengan menyebutkan bahwa alasan jenis kurma ajwa menjadi favorit Nabi yaitu di kontekstualkan dengan aspek nilai kesehatan.

Seperti yang kita tau, kurma Ajwa adalah kurma favorit Rasulullah SAW. Kenapa sih bisa jadi favorit? Selain berdaging tebal dan kering serta legit ini, kurma Ajwa memiliki kandungan vitamin A,B,C,E, hingga K yang berkhasiat untuk memperkuat imun tubuh, bagus untuk kesehatan jantung dan yang paling penting aman buat *Timmers* yang punya diabetes. Kurma Ajwa 850g juga cocok banget lho jadi oleh-oleh untuk orang-orang tersayang. Yuk buruan check out sebelum kehabisan!

Platform blibli.com menjadi objek analisis terakhir, temuan perihal branding produk kurma yang tidak jauh berbeda dengan *platform* sebelumnya. Dalam hal ini, menggunakan kata kunci 'kurma' yang dibatasi pencahariannya dengan filter terlaris. Pembatasan tersebut guna menganalisis perkembangan tren penjualan, sehingga ditemukan beberapa jenis kurma yang laris pada platform ini yaitu kurma ajwa dan sukari.



Gambar 7. penelusuran menggunakan kata 'kurma' pada *platform* blibli.com dengan filter terkait produk terlaris pertanggal 30 September 2024 pukul 13.16 WIB

Platform blibli.com dalam kesempatan yang sama menampilkan daya tarik pada produk kurma yang ditawarkannya. Kemungkinan daya tarik dari produk tersebut diantaranya terdapat pada spesifikasi disebutkan secara eksplisit bahwa produk tersebut berjeniskan

kurma Nabi.

Melihat tren hadis tentang kurma secara umum maupun spesifikasi terhadap satu jenis kurma (dalam hal ini kurma ajwa) terlihat memiliki dampak bagi pasar. Sebelum jauh melihat implikasi dari tren hadis tersebut, penulis berangkat dari bagaimana komoditas Arab dalam hal ini kurma dapat menjadi makanan yang mendunia, tentunya selain distribusi yang masif ke berbagai dunia juga diantara faktornya khasiat dalam sudut pandang kesehatan juga dibutuhkan oleh setiap individu, hal tersebut juga telah menjadi bahan diskusi ulama terdahulu (seperti pernyataan Ibnu- Qayyum yang dikutip Ibnu Hajar al-Asqalānī, bahwa kurma mengandung khasiat diantaranya melemahkan bahkan membunuh zat cacing) (Al-Asqalani, n.d., p. 240). Hal tersebut telah di bantu oleh tulisan kontemporer yaitu oleh Assirey dalam memahami beberapa kandungan yang terdapat dari beberapa kurma (Assirey, 2015), berikut beberpa informasi yang termuat diantaranya komposisi kimia, kadar gula dan komposisi mineral.

Chemical composition (g/100 g dry weight) of date flesh from 10 cultivars.

Date variety	Chemical composition			
	Moisture	Protein	Lipid	Ash
Ajwa	22.8 ± 0.1 ^{ab}	2.91 ± 0.02 ^b	0.47 ± 0.001 ^b	3.43 ± 0.01 ^a
Shalaby	15.2 ± 0.2 ^c	4.73 ± 0.01 ^a	0.33 ± 0.005 ^c	3.39 ± 0.01 ^a
Khodari	19.5 ± 0.1 ^b	3.42 ± 0.03 ^a	0.18 ± 0.004 ^d	3.42 ± 0.04 ^a
Anabarah	29.5 ± 0.2 ^a	3.49 ± 0.01 ^a	0.51 ± 0.004 ^a	2.33 ± 0.01 ^b
Sukkari	21.2 ± 0.1 ^b	2.76 ± 0.01 ^b	0.52 ± 0.001 ^a	2.37 ± 0.05 ^b
Suqaey	14.5 ± 0.1 ^c	2.73 ± 0.04 ^b	0.41 ± 0.005 ^a	2.29 ± 0.03 ^b
Safawy	23.6 ± 0.3 ^{ab}	2.48 ± 0.02 ^b	0.12 ± 0.003 ^d	1.68 ± 0.01 ^d
Burni	24.4 ± 0.1 ^a	2.50 ± 0.04 ^b	0.67 ± 0.001 ^a	2.02 ± 0.01 ^c
Labanah	10.5 ± 0.1 ^d	3.87 ± 0.05 ^a	0.72 ± 0.002 ^a	3.94 ± 0.02 ^a
Mabroom	21.3 ± 0.1 ^b	1.72 ± 0.05 ^c	0.27 ± 0.001 ^c	2.79 ± 0.05 ^a

Sugar content of date flesh from 10 cultivars (g/100 g dry weight).

Date variety	Total sugar	Reducing sugar	Sucrose	Glucose	Fructose	Glu/Fru
Ajwa	74.3 ± 0.2 ^b	71.1 ± 0.5 ^b	3.2 ± 0.03 ^c	51.3 ± 0.3 ^a	48.5 ± 0.2 ^a	1.05 ^d
Shalaby	75.9 ± 0.5 ^b	72.6 ± 0.3 ^{ab}	3.3 ± 0.02 ^c	50.1 ± 0.1 ^a	48.3 ± 0.2 ^a	1.03 ^d
Khodari	79.4 ± 0.3 ^a	74.5 ± 0.1 ^a	4.9 ± 0.05 ^a	43.5 ± 0.2 ^c	40.8 ± 0.2 ^b	1.06 ^d
Anabarah	78.4 ± 0.2 ^a	75.5 ± 0.3 ^a	2.9 ± 0.01 ^d	51.2 ± 0.5 ^a	45.7 ± 0.2 ^a	1.12 ^{bc}
Sukkari	78.5 ± 0.1 ^a	75.3 ± 0.2 ^a	3.2 ± 0.02 ^c	52.3 ± 0.1 ^a	48.2 ± 0.2 ^a	1.08 ^c
Suqaey	79.7 ± 0.2 ^a	76.5 ± 0.1 ^a	3.4 ± 0.03 ^c	48.9 ± 0.1 ^b	46.3 ± 0.2 ^a	1.05 ^d
Safawy	75.3 ± 0.1 ^b	71.3 ± 0.08 ^b	4.0 ± 0.02 ^b	45.6 ± 0.3 ^{bc}	38.6 ± 0.2 ^b	1.18 ^b
Burni	81.4 ± 0.04 ^a	78.3 ± 0.1 ^a	3.1 ± 0.02 ^c	52.3 ± 0.1 ^a	47.5 ± 0.1 ^a	1.10 ^c
Labanah	71.2 ± 0.1 ^b	68.2 ± 0.5 ^b	3.0 ± 0.03 ^{cd}	37.3 ± 0.2 ^d	28.05 ± 0.1 ^c	1.32 ^a
Mabroom	76.4 ± 0.07 ^b	71.2 ± 0.2 ^b	5.1 ± 0.1 ^a	51.2 ± 0.1 ^a	46.8 ± 0.2 ^a	1.16 ^b

Mineral composition of date flesh in four cultivars (mg/100 g dry weight).

Mineral (mg/100 g)	Date variety			
	Ajwa	Kodari	Safawy	Burni
Calcium	187 ± 0.5 ^a	133 ± 0.3 ^c	123 ± 0.4 ^c	168 ± 0.2 ^b
Phosphorus	27 ± 0.01 ^a	16 ± 0.01 ^b	12 ± 0.1 ^c	18 ± 0.01 ^b
Potassium	476.3 ± 0.4 ^a	289.6 ± 0.8 ^c	512 ± 0.6 ^a	422.5 ± 0.5 ^b
Sodium	7.5 ± 0.01 ^a	4.9 ± 0.01 ^b	8.6 ± 0.1 ^a	8.9 ± 0.02 ^a
Magnesium	150 ± 0.7 ^a	60 ± 0.2 ^c	56 ± 0.03 ^c	100 ± 0.6 ^b

Setelah berbicara tren hadis kurma dan menggali informasi kandungan buah kurma, dalam hal ini penting menyantumkan implikasi dari dinamika di atas. Pertama, mengomentari *flyer* yang berkenaan tentang sedekah dengan kurma akan menghantarkan seseorang meraih surga, hal tersebut seyogyanya tidak secara literal disampaikan melainkan memberikan informasi lebih dalam perihal pemahaman hadis tersebut agar tidak menimbulkan stigma yang kurang baik, sebagaimana ulama Fikih memberikan pemahaman tentang zakat dengan makanan pokok lokal. Kedua, branding produk kurma cukup menarik dalam kajian pasar, yang

awalnya *flyer* di media menyoroti tentang dakwah sedikit bergeser ketika pengutipan hadis yang merujuk pada satu jenis kurma yaitu ajwa, sehingga daya tarik pembeli lebih condong pada produk tersebut.

Nasib secara mikro antar penjual kurma dengan berbagai varian jenisnya tentunya sangatlah berdampak karena adanya stigma dari beberapa legitimasi hadis Nabi. Namun dalam dunia bisnis, penulis tidak memberi argumen bahwa yang melakukan legitimasi hadis tersebut merupakan suatu penyalahgunaan. Dalam hal ini, dalam dunia bisnis sah-sah saja hal yang demikian, menyikapi fenomena tersebut menyarankan agar menyeimbangi pemasaran terkhusus *platform* jual beli *online* seyogyanya pembentukan *flyer* maupun penambahan deskripsi bahwa semua jenis esensinya sama, semisal dengan menambahkan legitimasi dalil maupun hadis keutamaan memakan atau meminum kurma, karena hal tersebut semua jenis kurma masuk didalamnya. Berbicara memilih jenis kurma itu penting dan perlu dilakukan secara cermat, seperti mempertimbangkan kandungan dari masing-masing jenis kurma, sebagaimana tercantum dalam tulisannya Assirey yang dapat menambah informasi kepada kita.

Setelah membahas nasib mikro terhadap fenomena tersebut, tentunya penting perhatian terhadap nasib makro adanya branding produk kurma yang mana buah tersebut berasal dari komoditas Arab. Maka dalam hal ini, penting adanya kontribusi pemerintahan dalam regulasi yang tentunya kemungkinan adanya impor dengan jumlah yang cukup besar (lihat gambar 8), disisi lain penanaman kurma lokal juga penting untuk diperhatikan karena beberapa wilayah di Indonesia juga ternyata dapat menghasilkan kurma. Hal tersebut dibuktikan pada tulisan Agus S.Djamil, menyebutkan telah tumbuh kurma di wilayah Indonesia diantaranya yaitu di Pasuruhan Jawa Timur, Cibubur Jakarta, dan Jonggol Farm Bogor (S.Djamil, 2016), terdapat potensi untuk mengembangkan kurma di Indonesia dan spirit tersebut mulai digaungkan pada tahun 2016 dengan adanya gerakan menanam pohon kurma serentak di wilayah Indonesia.

Volume dan Nilai Impor Kurma Indonesia

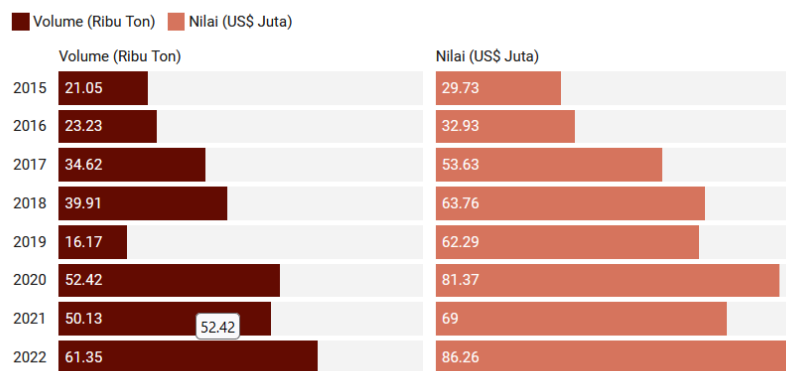


Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: BPS • Get the data • Created with Datawrapper

Gambar 8. Grafik nilai kenaikan impor kurma setiap tahunnya, sumber BPS

KESIMPULAN

Perhatian terhadap kurma berlangsung dinamis, didukung dengan beberapa hadis Nabi menggunakan *term* kurma. Berangkat dari hadis Nabi tentunya pemahaman perlu diperhatikan, karena terdapat *term* kurma sebagai simbolis/makna kias. Pemahaman *term* kurma digunakan simbolis diantaranya ketika ulama Fikih menganalisis takaran zakat fitrah satuan yang dijadikan objek kurma dan perumpamaan sedekah melalui kurma bisa menggapai tiket surga. Penggunaan perumpamaan sedekah dengan kurma tersebut sudah mulai

digunakan untuk kepentingan tertentu, dibuktikan oleh beberapa *flyers* yang tersebar di media *online*, sehingga penting ada penjelasan lanjut untuk menghindari *logical fallacy*. Artinya penyebaran hadis tersebut masih di narasikan terjemah+sumber kitab hadis tanpa penomoran, seperti yang terdapat pada gambar 1 bagian kanan.

Terjadi peralihan sarana dakwah dari *offline* kepada dunia *online* atau media sosial, seperti penyebaran nilai hadis dengan dibuatkan beberapa *flyer*. Konten pada *flyers* tersebut awalnya berisikan terjemah hadis (dilengkapi periwayat sahabat+kitab rujukan beserta nomornya) seperti pada gambar 2 yang berisikan hadis tentang kurma yang masih umum jenisnya. Perkembangan terjadi, muncul *flyer* yang berisikan hadis tentang kurma (lebih spesifik satu jenis yaitu ajwa) seperti pada gambar 3 yang berisikan teks/*matan* berbahasa arab dan terjemah (dilengkapi periwayat sahabat, kitab rujukan dan beberapa mencantumkan penomoran hadisnya), hal tersebut menjadi salah satu peluang branding produk kurma ajwa. Keberhasilan dari branding tersebut, kemungkinan dirasakan pada *platform* penjualan *online* seperti shopee, tokopedia dan blibli.com. Penemuan pada *platform* yang menjadi objek *sampling* menunjukkan bahwa kurma ajwa menjadi salah satu favorit di bandingkan dengan jenis kurma lainnya. Menariknya beberapa produk memakai peran Nabi bahkan mengutip sabdanya walaupun sebatas terjemah saja, umumnya hanya menuliskan pada deskripsi produk di *platform* jual *online* bahwa kurma ajwa adalah kurma favorit Nabi dan ditemukan satu deskripsi pada *platform* shopee menyebutkan hadis secara terjemah *matan* (hanya dilengkapi periwayat sahabat). Maka sejauh ini, dapat disebutkan terdapat perubahan bahkan menjadi warna baru penerapan hadis era kontemporer ini.

Stand point pelengkap dalam adanya tren hadis tentang kurma selanjutnya yaitu implikasi atau dampak yang timbul. Singkat dari penulis bahwa karena pemasaran produk kurma terus berlanjut di pasar, maka perlu meningkatkan *branding* menggunakan legitimasi hadis keutamaan makan kurma (jenis secara umum) baik dalam deskripsi yang melekat pada produknya, deskripsi pada platform penjualan *online* (ditambah kandungan manfaat pada jenis kurma tertentu) maupun bentuk *flyer* guna tidak menimbulkan kesenjangan dan tetapi menumbuhkan daya saing pasar yang keren, dalam hal ini penulis menyebutnya solusi mikro atau internal produk. Terakhir perlu adanya perhatian dari pemerintahan untuk mengadakan kebutuhan konsumen kurma yang merupakan komoditas asli Arab, tetapi yang lebih penting perhatian terhadap jenis kurma lokal Indonesia yang mulai tumbuh dibeberapa wilayah dan tentunya bisa bersaing dengan komoditas produk kurma luar negeri, hal tersebut penulis menyebutnya solusi makro.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dengan Editor

- Al-Asqalani, I. H. (n.d.). *Fath al-Bari Syarh Sahih Bukhari* (1st ed.). al-Maktabah al-Salafiyah, Mesir.
- bin Ismail, M. (n.d.). من فتاوى النيل الأماني. Retrieved from <https://app.turath.io/book/900?page=594>
- J.R.Raco. (2010). Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan keunggulannya. Grasindo.

Artikel dalam Jurnal.

- Assirey, E. A. R. (2015). Nutritional composition of fruit of 10 date palm (*Phoenix dactylifera* L.) cultivars grown in Saudi Arabia. *Journal of Taibah University for Science*, 9(1), 75–79. <https://doi.org/10.1016/j.jtusci.2014.07.002>
- Azkiyah, S. Z., & Rahimah, H. (2022). Analisis Kadar Zat Besi (Fe) dan Vitamin C pada Ekstrak Buah Kurma (*Phoenix Dactylifera* L .) Analysis of Iron (Fe) and Vitamin C Kadar Levels on Dates Fruit Extract (*Phoenix Dactylifera* L .). *Formosa Journal of Science and Technology*, 1(4), 363–374.
- Fauziah, N. A., & Maulany, N. (2021). Konsumsi Buah Kurma untuk Meningkatkan Kadar Hemoglobin Ibu Hamil Trimester III Dengan Gangguan Anemia. *Majalah Kesehatan Indonesia*, 2(2), 49–54. <https://doi.org/10.47679/makein.202136>
- Fuziawatie, A. S. (2021). Susu Steril Kurma Minuman Sehat untuk Masa Pandemi Covid-19: Studi Takhrij dan Syarah Hadis Pendekatan Bidang Kesehatan. *Jurnal Riset Agama*, 1(April), 209–222.
- Lubna, & Muhsin. (2019). TINJAUAN HADIS TENTANG PENGobatan NABI “Studi Kritik Sanad dan Matan Hadis Nabi Tentang Pengobatan menggunakan Kurma dan Madu.” *Al-Munir: Jurnal Al-Quran Dan Tafsir*, 1(2), 1–34.
- Qibty, A. S., Islam, U., Sunan, N., Bandung, D., Method, T., People, M., ... Muslim, O. (2022). INTERPRETATION OF THE MEANING OF HADITH ABOUT THE PARABLE OF THE DATE-PALM TREE WITH. *Living Hadis*, VII(59), 185–206. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2022.4003>
- Romdhani, H., Laili, N., & Nazahah, N. (2023). COMMODIFICATION OF HADITH IN SOCIAL MEDIA : ANALYSIS OF THE VIRTUES OF AJWA DATES IN THE INSTAGRAM ACCOUNT " KURMA AJWA MADINAH ROYAL ". *An-Nubuwwah*, 2(1), 89–106.
- S.Djamil, A. (2016). *Kurma Indonesia*.
- Soebahar, M. E., Firmansyah, R. A., & Anwar, E. D. (2015). Mengungkap rahasia buah kurma dan zaitun dari petunjuk hadits dan penjelasan sains. *Ulul Albab*, 16(2)

Artikel dari Internet.

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230330040922-128-425653/ribuan-ton-kurma-diimpor-ri-tiap-tahun-habis-berapa-triliun>, diakses 16 November 2024