

MENJAGA EKSISTENSI DAN SUSTAINABILITY PERPUSTAKAAN UINSA MELALUI SUNAN AMPEL CORNER

Oleh: Hary Supriyatno¹
hary@uinsa.ac.id
Pustakawan Ahli Madya UIN Sunan Ampel Surabaya

Sunan Ampel atau yang memiliki nama asli Raden Rahmat merupakan salah satu bagian dari Sembilan Tokoh Islam populer di Jawa yang dikenal dengan Wali Songo. Raden Rahmat menjadi salah satu tokoh penting Walisongo yang berhasil dalam dakwah dan islamisasi di Jawa Timur, khususnya daerah Surabaya. Keberhasilan dakwah tentu tidak terlepas dari strategi yang digunakan oleh Sunan Ampel, yakni evolutif, persuasif, dan akulturatif. Metode dakwah inilah yang menjadikan Wali Songo lebih dikenal masyarakat dibandingkan tokoh-tokoh pendahulunya, seperti Jumadil Kubro, Syaikh Kuro, Syaikh Nurjati, maupun Fatimah binti Maimum (Sunyoto, 1990).

Salah satu penerapan strategi evolutif oleh Sunan Ampel adalah dakwah yang dikenal dengan nama Molimo atau tidak melakukan lima hal, yakni *Emoh Maen/ Judi*, *Emoh Ngombe/ Mabuk*, *Emoh Madat/ Narkoba*, *Emoh Maling/ Mencuri*, dan *Emoh Madon/ Zina*. Penamaan Molimo menjadikan masyarakat mudah mengingat dan mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Ajaran Molimo memudahkan umat untuk mengingat larangan Allah yang harus ditinggalkan dan tetap istiqomah menjalankan perintahNya (Mufrodi et al., 2021).

Sunan Ampel juga melakukan strategi persuasif melalui pemberian nama sederhana bernuansa islami berbasis adaptatif. Diantaranya yakni perubahan nama Sanggar menjadi Langgar dan penyebutan Shastri menjadi Santri. Sanggar yang awalnya menjadi tempat berkumpul dan beraktifitas warga untuk urusan duniawi diberikan sentuhan nama dengan nuansa islami agar kegiatan keagamaan juga bisa dilakukan. Dengan adanya perubahan sanggar menjadi langgar, maka ibadah shalat bisa juga dilakukan di sana.

Sedangkan sebutan Shastri identik dengan sebutan orang yang belajar ilmu agama Hindu sehingga perlu dirubah menjadi Santri. Sampai saat ini, santri dimaknai dengan orang yang belajar dan mendalami agama Islam di suatu tempat yang biasa disebut pesantren (Hidayat, 2017). Perubahan kedua nama dengan mengganti hanya satu huruf ini merupakan strategi

¹ Juara 1 Lomba Menulis Gagasan Sunan Ampel dalam rangka Dies Natalis ke-59 UINSA Surabaya tahun 2024

persuasive Sunan Ampel untuk memberikan pembeda identitas bagi orang Islam tanpa menimbulkan rasa dirugikan bagi umat lain.

Sedangkan strategi dakwah akulturatif dilakukan Sunan Ampel melalui perubahan nama-nama tempat strategis di Surabaya dalam upaya menarik motivasi kunjungan umat. Diantaranya adalah penyebutan Kali Emas untuk ujung sungai Brantas yang melintas di Surabaya. Penyebutan lainnya yakni disematkan pada Tanjung Perak sebagai pengganti Pelabuhan Jelangga Manik. Perubahan nama tempat dengan menggunakan nama sesuatu yang berharga atau bernilai menjadikan umat tertarik dan mudah mengingat. Dengan penggunaan kata emas dan perak membuat umat timbul rasa penasaran sehingga berbondong-bondong datang ke Surabaya. Banyaknya orang berkunjung secara otomatis akan meningkatkan perputaran ekonomi yang ada sekaligus misi dakwah dapat dilakukan secara lebih efektif (Sunyoto, 1990; Antasia, n.d.).

Prinsip dakwah evolutif, persuasif, dan akulturatif yang dilakukan oleh Walisongo diterjemahkan Sunan Ampel menjadi pemberian nama yang mudah diingat, adaptatif, dan menarik. Pemilihan nama yang mudah diingat, adaptatif, dan menarik menjadi unsur yang sangat relevan dilakukan sebagai cara untuk mengenalkan ajaran-ajaran Islam kepada umat pada masa itu. Bahkan sampai saat ini, tiga prinsip dakwah ini tetap relevan untuk diterapkan dan diadopsi menjadi bagian dalam branding atau mengenalkan pembeda produk yang dimiliki dengan yang lain (Isnaini, 2022). Ketiga unsur dakwah. Branding ini menjadi penting untuk diadopsi dan diadaptasi oleh UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya, termasuk Perpustakaan.

Salah satu branding yang dilakukan oleh Perpustakaan UINSA adalah melalui penyediaan layanan koleksi corner yang berjumlah delapan jenis. Diantaranya yakni *Indonesian Islamic Corner*, *Bank Indonesia Corner*, *Language Corner*, *Santri Sunan Ampel Corner*, *Gender dan Inklusi Corner*, *Kids Corner*, *Gus Dur Corner* dan *Gubug Wayang*. Kedelapan corner ini memiliki ciri khas dari berbagai aspek, seperti subyek koleksi, desain tata ruang, pengkodean, dan proses pengadaan.

Layanan koleksi Corner menjadi menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk berkunjung di Perpustakaan UINSA karena memiliki subyek spesifik dan desain tata ruang menarik. Pengelolaan koleksi yang baik merupakan salah satu indikator motivasi berkunjung masyarakat di perpustakaan (Umam & Ismiyati, 2020; Supriyanto, 2019). Koleksi dengan subyek sesuai nama corner, tempat nyaman, dan fasilitas internet gratis menjadi daya tarik

bagi pengunjung. Meski telah memiliki corner dengan jumlah cukup banyak, Perpustakaan UINSA akan terus mengembangkan koleksi secara konsisten sebagai upaya eksistensi dan *sustainability*. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui pengadaan Sunan Ampel Corner.

Sunan Ampel Corner akan menjadi branding yang sangat bagus bagi UINSA karena memiliki kesesuaian dengan nama institusi. Bahkan, bisa dikatakan wajib hukumnya jika UINSA menyediakan beragam koleksi tentang Sunan Ampel dalam kemasan Sunan Ampel Corner. Bukan hanya semata penyediaan sumber referensi, tetapi UINSA harus menjadi pelopor terdepan dan instansi yang paling otoritatif ketika berbicara tentang Sunan Ampel sekaligus penyediaan kebutuhan sumber informasi tentang Sunan Ampel.

Sebagaimana koleksi corner lainnya, Sunan Ampel Corner nantinya juga akan memiliki kekhasan dalam koleksi dan desain tata ruangnya. Koleksi yang tersedia terdiri dari karya Sunan Ampel dan tulisan yang terkait dengan Sunan Ampel. Sedangkan tata ruang akan terbagi menjadi ruang baca, ruang display koleksi non buku atau museum, ruang diskusi, dan ruang riset.

Pengelolaan layanan yang menggabungkan antara koleksi dan fasilitas yang terkait menjadi kebutuhan masyarakat saat ini. Keberadaan perpustakaan di era modern bukan hanya sebagai pusat pemenuhan kebutuhan informasi, tetapi juga beraktifitas bagi masyarakat seperti yakni tempat belajar dan diskusi (Ali, 2018). Fasilitas lengkap yang disediakan perpustakaan seperti seperti lesehan, meja kursi baca, penerangan standar, pendingin udara, dan wifi menjadikan masyarakat menjadi betah berlama-lama di perpustakaan.

Pengadaan Sunan Ampel Corner akan menjadi keunikan bagi UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini dikarenakan UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan inisiator koleksi diseminasi secara publik informasi terkait Sunan Ampel. Layanan ini tergolong “satu-satunya” di dunia yang menyediakan segala informasi tentang Sunan Ampel, baik koleksi buku maupun non buku. Akses sumber informasi diperuntukkan bagi sivitas akademika, peneliti, dan masyarakat umum.

Melalui Sunan Ampel Corner diharapkan perpustakaan berperan dalam ambil bagian implementasi prinsip branding Sunan Ampel, yakni penamaan yang mudah diingat, adaptatif, dan menarik. Penamaan yang mudah karena menggunakan nama yang sudah sangat dikenal masyarakat, yakni Sunan Ampel. Adaptatif karena penggunaan nama Sunan Ampel Corner merujuk langsung kepada nama salah satu Wali Songo yang paling dikenali oleh masyarakat.

Sedangkan unsur menarik diindikasikan dari penggunaan nama yang sama dengan instansi, yakni Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.

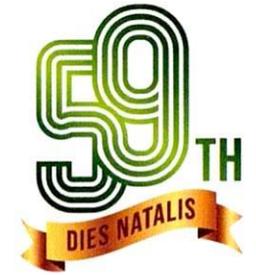
Dalam konteks upaya pengadaan Sunan Ampel Corner oleh Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, maka ijin penulis mengadaptasi Molimo Sunan Ampel yang asalnya adalah *Emoh Maen*, *Emoh Ngombe*, *Emoh Madat*, *Emoh Maling*, dan *Emoh Madon* dengan sendirinya berubah menjadi *Emoh Jeneng Liyo/ Sunan Ampel saja*, *Emoh Suwe-Suwe/ Segerakan*, *Emoh Guyonan/ Bukan Teori*, *Emoh Sambat/ Semangat Terus*, dan *Emoh Mandek/ Berinovasi Terus*. Dengan adaptasi Molimo ini, semoga Sunan Ampel Corner dapat segera terwujud dan melengkapi khazanah keilmuan di UIN Sunan Ampel Surabaya. *Ámín*.

Daftar Bacaan

- Ali, I. (2018). Transformasi Perpustakaan dari Pusat Informasi ke Pusat Aktivitas (Makerspace). *Media Pustakawan*, 25(2), Article 2. <https://doi.org/10.37014/medpus.v25i2.270>
- Antasia, A. (n.d.). *Mengenal Sunan Ampel, Tokoh Wali Songo dan Strategi Berdakwahnya*. Retrieved July 2, 2024, from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5521988/mengenal-sunan-ampel-tokoh-wali-songo-dan-strategi-berdakwahnya>
- Hidayat, M. (2017). Model Komunikasi Kyai Dengan Santri di Pesantren. *Jurnal ASPIKOM*, 2(6), Article 6. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i6.89>
- Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 127–144. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n3.p127-144>
- Mufrodi, A., Prohananto, P., Udin, N. H. W., Ghozali, I., & Khodafi, M. (2021). *Sunan Ampel: Biografi, peran dan ajarannya*. Nuwaila Ahsana.
- Sunyoto, A. (1990). *Sejarah perjuangan Sunan Ampel: Taktik dan strategi dakwah Islam di Jawa abad 14-15*. LPLI-Sunan Ampel.
- Supriyanto, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *IJAL (Indonesian Journal of Academic Librarianship)*, 3(1), Article 1.
- Umam, C., & Ismiyati, I. (2020). Kualitas Pelayanan Perpustakaan Berdasarkan Pengelolaan Koleksi, Tata Ruang, Kompetensi Pengelola, dan Fasilitas. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 4(1), Article 1.



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA



UINSA
SURABAYA

Sertifikat

Diberikan kepada:

Hary Supriyatno, S.Ag. M.Pd.

Sebagai

Juara 1

Lomba Menulis Gagasan Sunan Ampel
Dalam rangka Dies Natalis ke-59 UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 9 Juli 2024

Rektor,



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad.Dip.SEA, M.Phil, Ph.D.