
INTEGRASI SOSIAL MUSLIM-TIONGHOA DALAM GERAKAN DAKWAH MULTI SITUS

Muliarta

Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram

email: muliartaa73@gmail.com

Abstract: This article explores the dynamics of social integration between Chinese-Muslim communities and the indigenous Muslim majority in Mataram City through inclusive and multi-site da'wah strategies. The organization PITI (Pembina Iman Tauhid Islam) NTB plays a central role by developing contextual and community-based da'wah approaches. This study employs a descriptive qualitative method with data collected through interviews, observation, and documentation. The findings reveal that PITI NTB's da'wah strategies include ethnically based religious gatherings, cross-ethnic social programs, advocacy for converts, non-formal da'wah activities, and collaboration with indigenous Muslim leaders. Da'wah is conducted not only verbally but also socially and culturally, creating open and equal spaces for interaction between Chinese-Muslim communities and the wider society. Nevertheless, challenges such as exclusivism and limited resources persist. Strengthening inter-actor collaboration and ensuring program sustainability are therefore crucial to achieving broader and lasting social integration.

Keywords: Social Integration, Da'wah, Chinese Muslims, Multiculturalism, PITI

Abstrak: Artikel ini mengkaji dinamika integrasi sosial komunitas Muslim Tionghoa dengan masyarakat mayoritas Muslim pribumi di Kota Mataram melalui strategi dakwah yang inklusif dan multi situs. Organisasi PITI (Pembina Iman Tauhid Islam) NTB menjadi aktor utama dalam proses ini, dengan mengembangkan pendekatan dakwah yang kontekstual dan berbasis komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang dilakukan PITI NTB meliputi pengajian berbasis etnis, kegiatan sosial lintas etnis, advokasi mualaf, dakwah nonformal, hingga kolaborasi dengan tokoh Muslim pribumi. Dakwah yang dilakukan tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga sosial dan kultural, sehingga membentuk ruang interaksi yang terbuka dan setara antara komunitas Tionghoa Muslim dan masyarakat mayoritas. Kendati demikian, tantangan seperti eksklusivisme dan keterbatasan sumber daya masih menjadi hambatan. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi lintas aktor dan keberlanjutan program menjadi kunci keberhasilan integrasi sosial yang lebih luas dan berkelanjutan.

Kata kunci: Integrasi Sosial, Dakwah, Tionghoa Muslim, Multikultural, PITI

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai bangsa yang multikultural, terdiri atas beragam suku, budaya, agama, dan ras. Keanekaragaman ini menjadikan masyarakat Indonesia sebagai masyarakat majemuk. Clifford Geertz mendefinisikan masyarakat majemuk sebagai masyarakat yang terbagi dalam subsistem yang relatif

berdiri sendiri dan masing-masing terikat dalam ikatan primodial (Nasikun, 2001: 33). Salah satu etnis minoritas yang hidup berdampingan dengan masyarakat pribumi adalah etnis Tionghoa, termasuk di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik NTB tahun 2021, jumlah warga keturunan Tionghoa di Kota Mataram

tercatat sebesar 1,6 persen beragama Kristen, 1,06 persen beragama Buddha, dan sisanya beragama Islam. Namun, dalam kategori statistik, Muslim Tionghoa sering kali tidak dipisahkan dari umat Islam pada umumnya, yang secara keseluruhan mencapai 81 persen penduduk Kota Mataram. Kehadiran etnis Tionghoa di Indonesia, termasuk di Mataram, memiliki latar belakang sejarah panjang yang berkaitan dengan mobilitas dagang dan kolonialisme.

Secara historis, etnis Tionghoa sering kali diposisikan lebih tinggi secara ekonomi oleh kebijakan kolonial, yang menerapkan politik *divide et impera* (politik pecah-belah) sehingga menimbulkan kecemburuan sosial dari penduduk pribumi (Zainal Asikin, 2004). Meskipun secara kuantitas etnis Tionghoa tergolong minoritas, namun mereka memainkan peran dominan dalam sektor ekonomi, termasuk di Kota Mataram. Data mencatat bahwa mereka menguasai hingga 87 persen sektor perdagangan strategis di kota tersebut. Penguasaan ini tidak jarang menimbulkan jarak sosial antara etnis Tionghoa dan masyarakat pribumi, terutama ketika ada stereotip bahwa mereka enggan berbaur atau tertutup terhadap integrasi sosial.

Di tengah keterbatasan interaksi tersebut, organisasi PITI (Pembina Iman Tauhid Islam) hadir sebagai wadah yang bertujuan menjembatani relasi sosial antara Muslim keturunan Tionghoa dan masyarakat Muslim pribumi. PITI memiliki latar belakang pembentukan yang unik. Di NTB, PITI didirikan atas inisiatif tokoh-tokoh PDHI (Persaudaraan Djamaah Haji Indonesia) pada tahun 1970, yang sebagian besar bukan keturunan Tionghoa. Tokoh-tokoh Islam ternama seperti KH. Abd. Kahar Muzakir dan Prof. Mukti Ali terlibat langsung dalam pendirian ini, menunjukkan adanya kepedulian besar dari kalangan Muslim terhadap integrasi sosial Muslim Tionghoa.

Eksistensi PITI NTB menunjukkan dinamika tersendiri dalam proses pembauran. Meski organisasi ini

mengalami pasang surut, PITI berperan sebagai jembatan interaksi antara etnis Tionghoa dan masyarakat mayoritas. Ceramah-ceramah keislaman yang disampaikan oleh Muslim Tionghoa mendapat respons positif dari masyarakat, menandakan adanya titik temu identitas keislaman yang memudahkan komunikasi dan pemahaman sosial. Bahkan, PITI NTB pernah berperan dalam meredam potensi kerusuhan massa akibat kesalahpahaman dalam kasus kebakaran Toko Gardena. Peran warga Tionghoa Muslim saat itu berhasil mencegah konflik lebih luas, karena suara mereka dianggap memiliki legitimasi sosial di tengah masyarakat Muslim.

Namun demikian, proses integrasi sosial tidak dapat dilepaskan dari tantangan struktural maupun kultural. Masih terdapat dinding pemisah, baik secara simbolik maupun fisik, antara komunitas Tionghoa dan masyarakat pribumi. Hal ini diperkuat oleh ketidakpercayaan, stereotip, dan minimnya interaksi lintas etnis yang bersifat setara. Oleh karena itu, inisiatif lembaga seperti PITI menjadi sangat penting dalam menciptakan ruang dialog, memperkuat pemahaman antar kelompok, dan membangun fondasi integrasi sosial berbasis agama.

Artikel ini akan mengkaji bagaimana peran PITI NTB dalam proses integrasi sosial Muslim Tionghoa, serta sejauh mana strategi keagamaan dapat menjadi medium pembauran dalam masyarakat multikultural. Kajian ini penting tidak hanya dalam konteks relasi etnis dan agama, tetapi juga dalam upaya membangun kohesi sosial di tengah keberagaman masyarakat Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami secara mendalam peran organisasi PITI NTB dalam proses integrasi sosial Muslim keturunan Tionghoa dengan masyarakat Muslim

pribumi di Kota Mataram. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada dinamika sosial, nilai, makna, serta pengalaman partisipan

Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan inti dari keberadaan Islam sebagai agama yang tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga mengatur interaksi sosial dan kehidupan bermasyarakat secara menyeluruh. Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab *da'ā-yad'ū-da'watan* yang berarti menyeru, mengajak, atau memanggil. Dalam konteks keislaman, dakwah merujuk pada upaya mengajak manusia kepada kebenaran ajaran Islam, baik dalam bentuk akidah, ibadah, maupun akhlak.

Quraish Shihab (2001) menjelaskan bahwa dakwah bukanlah sekadar seruan lisan, tetapi juga mencakup ekspresi tindakan, perilaku, dan keteladanan yang mencerminkan nilai-nilai Islam secara holistik. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai cara dan sarana, termasuk media massa, pendidikan, budaya, dan interaksi sosial. Dengan demikian, dakwah bersifat fleksibel, multidimensi, dan dinamis mengikuti perkembangan masyarakat.

Azra (2003) memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa dakwah bukan sekadar aktivitas keagamaan, tetapi juga sebuah instrumen perubahan sosial. Dalam konteks Indonesia, dakwah sering kali menjadi agen reformasi moral, transformasi budaya, dan rekonstruksi nilai dalam masyarakat majemuk. Oleh karena itu, dakwah memiliki kedudukan strategis dalam membentuk etika publik dan kesadaran kolektif umat Islam.

Tujuan dan Sasaran Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah menyampaikan risalah Islam agar dapat dipahami, diterima, dan diamalkan oleh umat manusia. Dakwah tidak hanya diarahkan kepada orang yang belum mengenal Islam (*ghairu muslimin*), tetapi juga kepada umat Islam sendiri agar lebih taat, memahami Islam secara mendalam,

dan menjadikannya sebagai pedoman hidup (Nasution, 1990). Dengan kata lain, dakwah tidak hanya bersifat eksternal (eksternalisasi Islam ke masyarakat luas), tetapi juga internal (pembinaan terhadap umat).

Al-Faruqi (1981) menekankan bahwa dakwah adalah upaya kultural yang berfungsi untuk menanamkan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Tujuannya adalah terciptanya masyarakat yang adil, beradab, dan bertuhan, di mana nilai-nilai tauhid menjadi dasar segala bentuk relasi sosial. Dalam konteks global, dakwah juga berperan sebagai misi peradaban yang menekankan pada dialog antaragama dan pembangunan umat berdasarkan keadilan sosial.

Dengan demikian, sasaran dakwah sangat luas, mencakup individu, keluarga, masyarakat, hingga struktur negara dan dunia global. Dakwah tidak bisa dilepaskan dari konteks zaman dan tantangan sosial yang dihadapi umat.

Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah, terdapat beberapa unsur pokok yang harus diperhatikan agar proses penyampaian pesan Islam dapat berjalan efektif. Abdul Basit (2005) mengidentifikasi lima unsur utama dalam dakwah: *da'i* (subjek dakwah), *mad'u* (objek dakwah), materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwah. Setiap unsur ini berfungsi secara interdependen, artinya keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh sejauh mana unsur-unsur tersebut mampu bekerja secara sinergis.

Da'i sebagai pelaku dakwah memiliki peran kunci dalam menyampaikan pesan keislaman. Oleh karena itu, seorang *da'i* harus memiliki integritas moral, pengetahuan keislaman yang mumpuni, serta kemampuan berkomunikasi yang baik. *Mad'u* adalah pihak yang menjadi sasaran dakwah, dan oleh karenanya pendekatan terhadap mereka harus kontekstual dan sesuai dengan latar belakang sosial, budaya, dan psikologisnya. Materi dakwah harus

bersumber dari ajaran Islam yang otentik dan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami. Media dakwah mencakup seluruh saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan Islam, baik itu secara tradisional maupun modern.

Prinsip-Prinsip Strategi Dakwah

Strategi dakwah harus berlandaskan pada prinsip-prinsip yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. QS. An-Nahl ayat 125 memberikan panduan mendasar dalam strategi dakwah, yaitu dengan hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), dan mujadalah (dialog) dengan cara yang terbaik. Thoha (2003) menyatakan bahwa strategi dakwah yang baik harus memperhatikan kondisi sosial budaya mad'u serta memanfaatkan pendekatan yang sesuai dengan tingkat penerimaan mereka terhadap pesan Islam.

Prinsip dakwah yang strategis juga harus bersifat dinamis, adaptif terhadap perubahan zaman, serta memperhatikan teknologi informasi yang berkembang. Di era digital saat ini, pendekatan dakwah melalui media sosial dan platform digital menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi dakwah modern. Dalam konteks ini, strategi dakwah tidak boleh bersifat dogmatis atau konfrontatif, melainkan komunikatif, dialogis, dan humanistik.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Dakwah

Efektivitas strategi dakwah sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Hidayat (2016) mengelompokkan faktor internal sebagai kualitas pribadi da'i, meliputi pemahaman keilmuan, keikhlasan, kemampuan komunikasi, serta keteladanan. Faktor eksternal meliputi kondisi sosial, politik, budaya, media, dan perkembangan teknologi informasi.

Misalnya, dalam masyarakat yang terfragmentasi oleh arus globalisasi, dakwah harus hadir dengan narasi yang inklusif dan mampu menjawab kegelisahan spiritual maupun problem

sosial umat. Situasi politik yang represif atau konflik sosial yang tinggi juga dapat menjadi hambatan dalam proses dakwah. Oleh karena itu, strategi dakwah harus mampu membaca realitas sosial-politik agar pesan Islam tetap dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyelenggaraan Pengajian Komunitas Tionghoa Muslim

Pengajian rutin yang diselenggarakan oleh PITI NTB tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran agama, tetapi juga menjadi forum sosial yang mempertemukan berbagai lapisan masyarakat. Kegiatan ini dirancang dengan mempertimbangkan aspek budaya lokal Tionghoa, seperti penggunaan istilah yang familiar, pendekatan kekeluargaan, dan waktu yang fleksibel. Hal ini memperkuat identitas keislaman para mualaf Tionghoa dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap komunitas Muslim (Abdurrahman, 2001).

Pendakwah Berbasis Etnis Tionghoa

Keterlibatan tokoh-tokoh Muslim dari etnis Tionghoa sebagai da'i memberi dampak signifikan terhadap keefektifan dakwah. Keberadaan mereka memudahkan proses komunikasi karena memiliki latar belakang kultural dan bahasa yang sama. Ini menghilangkan sekat psikologis antara da'i dan mad'u, yang dalam konteks dakwah lintas budaya sangat penting (Syamsudin, 2000).

Kegiatan Sosial Lintas Etnis

PITI NTB secara aktif menyelenggarakan kegiatan sosial seperti pembagian sembako, donor darah, dan kerja bakti bersama warga. Kegiatan ini tidak hanya membangun citra positif umat Islam di mata warga non-Muslim, tetapi juga menciptakan interaksi sosial yang setara dan saling menghargai. Dakwah melalui aksi sosial terbukti menjadi sarana efektif dalam membangun

jembatan antar kelompok etnis (Amsyari, 2010).

Advokasi bagi Mualaf yang Menghadapi Penolakan Keluarga

Banyak mualaf Tionghoa menghadapi tekanan dari keluarga yang belum menerima perubahan identitas keagamaannya. PITI NTB memberikan pendampingan spiritual dan sosial, serta mengupayakan mediasi keluarga. Strategi ini memperlihatkan bahwa dakwah tidak hanya tentang penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga keberpihakan terhadap kemanusiaan dan hak individu (Khaliq, 1996).

Dakwah di Tempat Non-Formal

Salah satu strategi unik yang dilakukan adalah pelaksanaan dakwah di tempat non-formal seperti rumah, toko, dan tempat pertemuan keluarga. Cara ini menunjukkan fleksibilitas dakwah dalam menyesuaikan dengan konteks sosial kultural mad'u. Strategi ini sejalan dengan prinsip dakwah kontekstual yang mengedepankan kenyamanan dan partisipasi aktif komunitas (Khaliq, 1996).

Kolaborasi dengan Tokoh Muslim Pribumi

Kerja sama PITI NTB dengan tokoh agama lokal dari kalangan pribumi menunjukkan bahwa integrasi tidak berjalan satu arah. Kolaborasi ini memperkuat jejaring dakwah dan mempercepat proses penerimaan sosial warga Tionghoa Muslim. Dukungan dari organisasi keagamaan besar seperti

Muhammadiyah dan PDHI menjadi contoh sinergi yang efektif (Effendi, 1984).

Tantangan Eksklusivisme dan Sumber Daya Terbatas

Meskipun berbagai upaya telah dilakukan, PITI masih menghadapi tantangan dalam bentuk eksklusivisme komunitas dan keterbatasan dana serta tenaga. Beberapa warga masih menutup diri dari interaksi lintas etnis karena trauma sejarah dan prasangka yang belum terselesaikan. Oleh karena itu, perlu pendekatan jangka panjang berbasis pendidikan dan pemberdayaan (Mulyana, 2005)

SIMPULAN

Integrasi sosial antara komunitas Muslim Tionghoa dan masyarakat mayoritas di Kota Mataram dapat terwujud melalui pendekatan dakwah multi situs yang inklusif dan kontekstual. PITI NTB memainkan peran kunci sebagai fasilitator dakwah dan jembatan sosial lintas etnis. Strategi dakwah yang fleksibel dan berbasis komunitas terbukti efektif dalam mereduksi segregasi sosial serta membangun harmoni dalam keberagaman. Ke depan, kolaborasi yang lebih erat antara organisasi keagamaan, pemerintah, dan komunitas lokal perlu dikembangkan untuk memperkuat integrasi sosial yang berkeadilan dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Hamidi,Teori Komunikasi dan Strategi dakwah, UMM Press,2010
- Jalaludin Rahmat. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: 2005.
- Morisan. jurnalistik televisi mutahir. perdana media group : Jakarta: 2008
- Mulyana deddy. *Penelitian Kualitatif Paradigm Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Social lainya*.
- Nurudin. *Sistem Komunikasi Indonesia*: PT Rajagrafindo Persada: 2007.
- Onong UchJana Effendi. *Dinamika komunikasi*. Bandung Remaja Rosdakarya:1986.

- Rahmat Kriyantono. *teknik praktis komunikasi*. Jakarta kencana: 2007.
- Wahyudi Jb. *Media Komunikasi Massa Televisi*.PT.Alumni.Jakarta:1986
- Abdurrahman, Isa As-Salim, *Manajemen Rusulullah Dalam Berdakwah*. (Jakarta, Pustaka Azzam, 2001). Cet ke-I.
- Abdul Aziz, Jum'ah Amin. *Prinsip dan Kaidah Asasi Dakwah Islam*. (Solo: EraIntermedia, 2000). Cet ke-3.
- Abdul Khaliq, Abdurrahman. *Strategi dakwah Syar'iyah*. (Solo : CV. Pustaka Mantiq, 1996). Cet ke-
- Abdul Khaliq, Abdurrahman. *Metode dan Strategi Dakwah Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996).
- Harjani, Hepni Lc dan Drs. H. Munzier, Suparta MA. *Metode Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2003). Cet ke- I.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Stategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*. (Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, 2000). Cet ke-1.
- Shihab, M. Quraish, *Tapsir Al-misbah*, (Tangerang : Lentera Hati, 2005), Cet ke- 4.
- Surakhman, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Tarsito, 1980). Cet ke-7.
- Syamsudin, Din. Etika Agama dalam Membangun Masyarakat Madani. (Jakarta: Logos, 2000). Cet ke-1.
- Usman, Syarif Strategi Pembangunan Indonesia dan Pembangunan dalam Islam. (Jakarta: Firma Jakarta, 1998).
- Wahib Al-Qahthani, bin sa'id bin Ali wahif Al-qahthani, *dakwah islam dakwah Bijak*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1994). Cet ke 1. *Melayu*. Cv. Dotplus, Publisher
- .