

SKRIPSI

**TRANSFORMASI USAHA BERBASIS AGAMA
STUDI KASUS 212 MART DI PALEMBANG**



**Afdil Hafidh
07021381520106**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2019**

SKRIPSI

TRANSFORMASI USAHA BERBASIS AGAMA STUDI KASUS 212 MART DI PALEMBANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sriwijaya



Afdil Hafidh
07021381520106

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

TRANSFORMASI USAHA BERBASIS AGAMA Studi Kasus 212 Mart di Palembang

SKRIPSI

Oleh:

AFDIL HAFIDH
07021381520106

Palembang, Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ridhah Taqwa, M.Si.
NIP. 196612311993031018


Dra. Eva Lidya, M.Si.
NIP. 195910241985032002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “**Transformasi Usaha Berbasis Agama Studi Kasus 212 Mart di Palembang**” telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada Tanggal 26 Juli 2019

Palembang, Juli 2019

Ketua:

1. Dr. Ridhah Taqwa, M.Si.
NIP.196612311993031018



Anggota:

2. Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si.
NIP.195910241985032002



3. Dr. Zulfikri Suleman, M.A.
NIP.195907201985031002



4. Dra. Yusnaini, M.Si.
NIP. 196405151993022001



Mengetahui:
Dekan FISIP

Ketua Jurusan Sosiologi,

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si.
NIP.197506032000032001

Motto dan Persembahan

Patience is needed when you want to achieve a success.

“Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu (QS Al- Hadid: 20).”

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ❖ Kedua Orang Tuaku yang tercinta dan terkasih.
- ❖ Saudara Kandungku Afda Asri Hafidah.
- ❖ Dosen FISIP UNSRI jurusan Sosiologi, terima kasih atas keringat usaha, ilmu, dan waktu yang telah diberikan.
- ❖ Teman-teman Sosiologi angkatan 2015.
- ❖ Sahabat dan teman – temanku yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
- ❖ Almamaterku.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afdil Hafidh
NIM : 07021381520106
Jurusan : Sosiologi
Konsentrasi : Pemberdayaan Masyarakat
Judul Skripsi : Transformasi Usaha Berbasis Agama Studi Kasus 212 Mart di Palembang
Alamat : Blok M RT 001 RW 013 Dabuk Rejo Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir
No. Hp : 0821-9675-4542

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (*plagiatisme*) saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Juli 2019
Yang buat pernyataan,



Afdil Hafidh
07021381520106

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur yang sangat mendalam atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Transformasi Usaha Berbasis Agama Studi Kasus 212 Mart di Palembang**” ini sebagai persyaratan dalam mencapai derajat Pendidikan Strata I Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan yang masih perlu diperbaiki baik dari segi kepenulisan maupun materi yang disajikan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini, sehingga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri yang membacanya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT, tuhan yang maha kuasa yang selalu memberikan petunjuk dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Pambudi dan Ibu Eko Widarti yang selalu memberikan do'a, semangat, motivasi dan bahkan jerih payah yang telah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan materil saya yang sangat tak terhingga sampai saat ini.
3. Adik kandungku Afda Asri Hafidah tersayang yang selalu memberikan semangat, motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Sofyan Efendi, S.IP., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA., selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

9. Ibu Dr. Yunindiawati, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
10. Ibu Safira Soraida, S.Sos, M.Sos., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya.
11. Bapak Dr. Ridhah Taqwa, M.Si., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memeriksa, mengingatkan, memberikan motivasi dan kalimat-kalimat yang membangun semangat kembali kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir.
12. Ibu Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si., selaku Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang menjadi sosok pembimbing yang mendengarkan keluhan, memberikan arahan, masukan, bimbingan, nasehat, serta bantuan yang sangat membantu penulis dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan dan sampai pada tahap akhir dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh Bapak dan Ibu Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan dalam urusan administrasi selama proses perkuliahan.
14. Bapak Ketua Umum, Sekretaris dan Tata Usaha Koperasi Konsumen Warmart Veteran Utama, terima kasih atas bantuannya selama penulis melakukan pengambilan data di lapangan.
15. Keluarga Sosiologi Angkatan 2015 Kampus Palembang, terima kasih atas bantuan dan memotivasi selama penulisan skripsi.
16. Sahabat-sahabatku dari Cilandak yang selalu mendukungku, selalu ada menjadi sahabat baikku semasa kuliah Ammar, Andreas, Claresta, Dinda, Ican, Intan, Pidra, Kadek, Reisa dan Yoga, terima kasih untuk kebersamaan yang sudah terjalin dari awal perkuliahan hingga akhir, saling berbagi pengalaman suka cita dalam berjuang bersama menyelesaikan gelar Sarjana (S1), semoga kelak sukses semua dalam meniti karir kedepan.
17. Beby, Elza, Jourdy, Linda, Luxman dan Messi yang selalu memberikan dukungan dan support untukku dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Teman-teman KKN ke-89 di Desa Harapan Jaya Kecamatan Tanah Abang Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir yang memberikam berbagai macam pengalaman hidup yang berharga sehingga membangkitkan semangat dan

motivasi untuk bekerja lebih keras memberi semangat terutama untuk menyelesaikan skripsi.

19. Kepada seluruh teman-temanku yang tidak bisa aku sebutkan semuanya yang selalu kebersamaiku di Universitas Sriwijaya.

20. Semua keluarga Walijo dan Yasro.

Semoga amal baik bapak/Ibu, saudara/i teman-teman akan mendapatkan imbalan dan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna maka kritik dan saran yang sifatnya membangun ke arah yang lebih baik sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi dikemudian hari, akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, Juni 2019
Penulis

Afdil Hafidh
07021381520106

RINGKASAN

Skripsi ini berjudul “Transformasi Usaha Berbasis Agama Studi Kasus 212 Mart di Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui latar belakang terbentuknya, dan (2) mengetahui proses pengelolaan usaha 212 Mart di Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Jenis dan sumber data didapat melalui data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Transformasi perspektif Habraken. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Muncul keinginan untuk mengenalkan dan mengembangkan sebuah usaha berbasis agama guna mengimbangi persebaran minimarket konvensional. Berawal dari pengenalan usaha berkembang menjadi sebuah kesadaran pada pengelolaan sumber daya manusia yang bersifat mobilitas. Terjadi perubahan gaya hidup akibat pengaruh lingkungan yang memfasilitasi keresahan diri dan kebutuhan kelompok dalam sebuah usaha berbasis agama. (2) Proses pengelolaan dengan sistem berjamaah mempermudah pelaksanaan usaha dalam mengadopsi teknologi dan mode minimarket konvensional. Implementasi nilai-nilai agama menjadikan sebagian hasil usaha digunakan untuk kepentingan umat (sedekah, zakat dan pengembangan dakwah). Permasalahan pemasaran dapat teratasi dengan memberlakukan wajib belanja bulanan pada 2.468 orang investor.

Kata Kunci: Transformasi, Usaha, Berbasis Agama

Pembimbing



Dr. Ridhah Taqwa, M.Si.
NIP. 196612311993031018

Pembimbing II



Dra. Eva Lidya, M.Si.
NIP. 195910241985032002

**Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si.
NIP. 197506032000032001

SUMMARY

The title of this study is "Transformation of Religion-Based Enterprises in 212 Mart Palembang ". This research aims to (1) know the background formation, and (2) knowing the business management process of 212 Mart in Palembang. This research is a descriptive qualitative. the data types and sources obtained through primary data and secondary data with data collection techniques in the form of observations, interviews and documentation. This study research used Transformation of Habraken's perspective theory. The results of this research are indicate that (1) A desire arises to introduced and developed a business based on religion to compensate for the spread of conventional minimarkets. Started from business introduction develops into an awareness for resource management of human mobility. The Lifestyle changes occur due to environment influence that this facilitates are group needs within a religion based business. (2) The management process with a congregational system facilitate business implementation in adopting technology and imitates conventional minimarket. The Implementation of religious values makes a portion of the business used for the benefit of the people (almsgiving, zakat and the development of da'wah). Marketing problems can be resolved by enforcing mandatory spending monthly at 2,468 investors.

Keywords: Transformation, Business, Based on Religion

Advisor I



**Dr. Ridhah Taqwa, M.Si.
NIP. 196612311993031018**

Advisor II



**Dra. Eva Lidya, M.Si.
NIP.1195910241985032002**

**Head of Sociology Department
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University**



**Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si.
NIP. 197506032000032001**

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Umum.....	5
1.3.2. Khusus	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.2. Kerangka Pemikiran	12
2.2.1. Konsep Transformasi	12
2.2.2. Konsep Usaha.....	14
2.2.3. Konsep Ritel.....	15
2.2.3. Konsep Etika Protestan	16
2.2.4. Konsep Ekonomi Islam	19
2.3. Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Lokasi Penelitian	23
3.3. Strategi Penelitian.....	23
3.4. Fokus Penelitian	24
3.5. Jenis dan Sumber Data	25
3.6. Penentuan Informan.....	25
3.7. Peranan Peneliti	26
3.8. Unit Analisis Data	26
3.9. Teknik Pengumpulan Data	26
3.9.1. Observasi	26
3.9.2. Wawancara	27
3.9.3. Dokumentasi.....	27
3.10. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	28
3.11. Teknik Analisis Data	29
3.1.2. Jadwal Penelitian	30
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
4.1. Gambaran Umum Kota Palembang.....	31
4.1.1. Letak Geografis	31
4.1.2. Wilayah Administratif.....	32
4.1.3. Tingkat Pendidikan	33
4.1.4. Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut	34
4.2. Gambaran Umum 212 Mart	35
4.2.1. Sistem Kemitraan Koperasi Syariah 212.....	37
4.3. Gambaran Umum 212 Mart di Palembang.....	37

4.3.1. Jumlah Investor 212 Mart di Palembang	39
4.3.2. Standar Operasional Prosedur 212 Mart	40
4.3.3. Peraturan Bagi Hasil	41
4.3.4. Visi dan Misi.....	41
4.3.5. Struktur Organisasi	42
4.4. Gambaran Umum Informan	43
4.4.1. Informan Utama.....	43
4.4.2. Informan Pendukung.....	48
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1. Latar Belakang Terbentuknya Usaha 212 Mart di Palembang	49
5.1.1. Identitas Diri	52
5.1.1.1. Nilai-Nilai Islam.....	55
5.1.1.1. Kepentingan Umat Islam	59
5.1.2 Perubahan Gaya Hidup	62
5.1.2.1 Pola Pikir	63
5.1.2.1 Timbal Balik.....	65
5.2. Proses Pengelolaan Usaha 212 Mart di Palembang	67
5.2.1 Pendirian Usaha 212 Mart	68
5.2.2 Distribusi Produk	70
5.2.3. Pelaksanaan Pemasaran	71
5.2.3.1 Faktor Pendukung Pemasaran	72
5.2.3.1.1 Produk dan Harga	73
5.2.3.1.2 Kartu Member dan Layanan Pesan Antar.....	75
5.2.3.1.3 Kenyamanan Konsumen.....	76
5.2.3.2 Faktor Penghambat Pemasaran	77
5.2.4 Pembagian Hasil Usaha	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
6.1. Kesimpulan	81
6.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1. Fokus Penelitian	24
Tabel 3.2. Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 4.1.2. Jumlah Kecamatan dan Kelurahan di Kota Palembang	32
Tabel 4.1.3. APM dan APK	33
Tabel 4.1.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama yang Dianut	34
Tabel 4.2.1. Nilai Investasi Gerai 212 Mart	36
Tabel 4.2. Alamat 212 Mart di Palembang	39
Tabel 4.3.1 Jumlah Investor 212 Mart	40
Tabel 4.4.1 Daftar Informan Utama	43
Tabel 4.4.1 Daftar Informan Pendukung.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian	22
Gambar 4.2. Ilustrasi Kehadiran 212 Mart	36
Gambar 4.2.1 Sketsa Type 212 Mart	36
Gambar 4.3.5. Struktur Organisasi	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara majemuk yang masyarakatnya hidup dalam keadaan rukun dan damai, baik antar satu pemeluk agama dengan pemeluk agama lainnya. Namun, ketentraman dan kedamaian terusik ketika terdapat muatan-muatan agama yang diplesetkan dalam narasi-narasi politik. Aksi bela Islam pada tanggal 2 Desember 2016 merupakan sebuah gerakan menggugat Basuki Tjahaja Purnama atau biasa disebut Ahok yang menjadi tersangka kasus penistaan agama. Hal tersebut berawal dari narasi-narasi politik yang dianggap menghina umat muslim dengan mengutip ayat dari Al Qur'an Surah Al-Maidah ayat 51. Aksi 212 merupakan bentuk lanjutan dari aksi sebelumnya pada 4 November 2016 yang disebut aksi 411. Kasus Ahok tersebut menimbulkan polemik dan bahkan kegaduhan politik menjelang dilaksanakannya Pilkada DKI Jakarta pada awal 2017. Pada akhirnya polemik itu berujung pada peradilan atas penistaan agama dan diputuskannya Ahok terbukti bersalah melakukan penistaan agama dengan vonis hukuman selama 2 tahun penjara oleh Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Utara pada tanggal 9 Mei 2017 (Pamungkas dan Octavian, 2017:66-67).

Polemik penistaan agama menjadi momentum awal berbagai kalangan umat Islam terintegrasi dalam sebuah aksi damai. Melalui kasus tersebut kemudian merambat menjadi sebuah pergerakan yang gencar menjaga nilai-nilai Islam, termasuk dalam bidang ekonomi. Dasarnya agama dan ekonomi merupakan hal yang berbeda, namun pada sisi tertentu memiliki kesamaan. Agama lebih mengedepankan moralitas dan menjaga ritual yang cenderung eksklusif, dan subjektif. Sementara ekonomi selalu mencari yang baru, dalam memenuhi kebutuhan manusia yang perlu terikat dengan etika progresif dan religi. Agama memberikan ketenangan dari segi batin karena terdapat janji kehidupan setelah mati, sedangkan ilmu ekonomi memberi ketenangan, memenuhi kebutuhan dan sekaligus kemudahan bagi kehidupan di dunia (Uha, 2012:74-75).

Weber menjadi pelopor pertama yang menganalisis studi relasi agama dan ekonomi dalam karyanya yang berjudul *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme (Die Protestantische Ethik un der Giest Kapitalismus)*. Dalam Etika Protestan,

Weber membahas pengaruh gagasan keagamaan terhadap ekonomi. Ia memusatkan studinya pada protestanisme terutama sebagai sebuah sistem gagasan, pengaruhnya terhadap kemunculan sistem gagasan yang lain yaitu semangat kapitalisme, dan terhadap sistem ekonomi kapitalis. Weber menegaskan bahwa semangat kapitalisme merupakan bentuk kebiasaan yang sangat mendukung pengejaran rasionalitas terhadap keuntungan ekonomi. Semangat seperti ini telah menjadi kodrat manusia-manusia rasional, artinya pengejaran bagi kepentingan-kepentingan pribadi diutamakan daripada memikirkan kepentingan dan kebutuhan kolektif. Weber juga menunjukkan bahwa pengejaran rasional keuntungan ekonomi dan aktivitas duniawi (memupuk kekayaan) telah diberikan arti rohani dan moral yaitu ukuran-ukuran sukses dunia sebagai jaminan seseorang masuk surga (Agung, 2016:62).

Namun, mekanisme kapitalis dianggap tidak sesuai dengan etika usaha dalam Islam, karena hanya menguntungkan pihak-pihak pemodal besar tanpa memikirkan hak-hak orang lain. Terlebih mekanisme kapitalis mengakui adanya kepemilikan individu untuk melepaskan pemikirannya dari kerangka nilai atau norma-norma, sehingga menimbulkan ketidakadilan dan kecemburuan sosial. Agama Islam telah mengatur setiap kegiatan perekonomian dengan memberikan batasan untuk mencapai tujuan dan keinginan, melalui menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan dan riba. Etika usaha dalam Islam telah diatur untuk memberikan batasan pada sesuatu hal yang dapat merugikan orang lain. Sebagaimana Islam memerintahkan umatnya untuk bekerja keras, namun juga menentang materialisme, upaya pengumpulan harta yang berlebihan, dan obsesi manusia akan duniawi (Mardoni, 2017:38).

Usaha 212 Mart merupakan sebuah minimarket modern berbasis agama Islam yang didirikan secara kolektif oleh alumni aksi bela Islam 212. Munculnya usaha tersebut diawali dengan pembentukan Koperasi Syariah 212, dengan tujuan menjaga semangat aksi 212 yang mencerminkan perdamaian, persatuan, semangat kebangsaan, ukhuwah Islamiyah dan sebagai momen kebangkitan Islam di Indonesia. Eksistensi usaha 212 Mart secara resmi dimulai pada tanggal 10 Mei 2017 di Bogor. Terus berkembangnya usaha tersebut tidak terlepas dari peran sebagian umat Islam yang tertarik dan menginvestasikan modal secara berjamaah.

Berdasarkan data koperasi Syariah 212 pada bulan Desember 2018, terdapat 212 gerai yang tersebar di sebagian wilayah Indonesia (<http://koperasisyariah212.co.id>).

Palembang merupakan kota metropolitan yang memiliki perkembangan di bidang perekonomian yang pesat, salah satunya dapat dilihat dengan munculnya usaha berbasis agama. Kemunculan usaha 212 Mart dimulai dengan diresmikannya 3 gerai pada tanggal 23 Desember 2017 di bawah 3 komunitas koperasi Syariah 212 di Palembang. Setiap pendirian usaha 212 Mart diwajibkan membentuk komunitas koperasi Syariah 212, alasan dibalik diwajibkan membentuk komunitas karena usaha tersebut milik berjamaah dan dikelola dalam satu kesatuan sistem koperasi. Secara berangsur-angsur usaha tersebut terus berkembang, saat ini terdapat empat komunitas di Palembang. Pertama komunitas koperasi Syariah 212 Muhajirin Pakjo mempunyai 1 gerai, kedua komunitas koperasi Syariah 212 Talang Kelapa mempunyai 1 gerai, ketiga komunitas koperasi Syariah 212 Surya Barokah Plaju II memiliki 2 gerai, dan keempat komunitas koperasi Syariah 212 Warmart Veteran Utama memiliki 13 gerai.

Kehadiran usaha 212 Mart merupakan bentuk transformasi usaha berbasis agama, dimana terdapat sistem dan struktur pengelolaan secara berjamaah yang berbeda pada usaha berbasis agama umumnya. Berdasarkan data yang didapatkan, terdapat hal-hal yang menjadi dasar kemunculan usaha tersebut di wilayah Palembang. Dimana usaha tersebut didirikan oleh kalangan umat Islam dari berbagai bidang sebagai bentuk implementasi semangat aksi damai 212 yang penuh persaudaraan dan kebersamaan. Melalui keadaan tersebut merambat menjadi bentuk kepedulian akan maraknya persebaran minimarket konvensional, terlebih terdapat ketidaksesuaian pada mekanisme kapitalis yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Kemudian muncul suatu keinginan untuk mendirikan dan mengenalkan minimarket modern basis agama Islam sebagai suatu alternatif guna mengimbangi persebaran minimarket konvensional. Dimana menurut data Bisnis Syariah jumlah minimarket konvensional pada tahun 2017 terdapat 400 gerai lebih, terdiri dari Alfamart dan Indormart di Palembang (<http://bisnissyariah.co.id>).

Tumbuh dan berkembangnya usaha 212 Mart, tidak terlepas dari peran sebagian umat Islam yang mulai tertarik dan menginvestasikan modal, keadaan tersebut terjadi akibat usaha berbasis agama muncul dengan segmen utamanya umat

muslim. Terlebih dalam setiap pendirian usaha 212 Mart terdapat persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu minimal memiliki 100 anggota investor dengan menggunakan modal berjamaah dalam setiap gerainya. Penggunaan modal berjamaah tidak lain untuk menghindari keterlibatan bank konvensional dalam usaha tersebut, karena dalam mekanisme bank konvensional terdapat unsur riba yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Pada konteks lain, penerapan berjamaah menjadi suatu bentuk harapan agar umat Islam mampu bangkit guna meningkatkan kesejahteraan dan kejayaan melalui pengelolaan roda perekonomian.

Namun, dalam praktiknya usaha 212 Mart terhambat oleh kendala pemasaran, akibat perlunya adaptasi masyarakat dengan usaha yang masih baru. Keadaan tersebut juga tidak terlepas dari umat Islam yang heterogen, dalam konteks ini masih banyak umat Islam yang menghubungkan usaha tersebut sebagai bentuk lanjutan dari aksi 212. Terlebih masih terdapat umat Islam yang menganggap bahwa aksi tersebut merupakan bentuk gerakan mobilisasi politik yang mengarah pada sentimen agama. Akan tetapi keberadaan usaha 212 Mart akan menjadi peluang bisnis yang menarik bagi kalangan produsen muslim, karena dapat menjadi media promosi dan distribusi produk halal dari usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dalam mekanisme usaha 212 Mart produk halal merupakan produk utama yang dipasarkan sebagai bentuk Implementasi akan perintah agama. Selain itu, usaha tersebut juga menerapkan nilai-nilai keagamaan dalam pelaksanaan pemasaran, seperti menghentikan proses transaksi ketika memasuki waktu ibadah, dan mengedepankan sikap kesopanan serta keramahan saat berhadapan dengan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian transformasi usaha berbasis agama penting dilakukan dengan mengambil studi kasus 212 Mart di Palembang. Terlebih titik awal terbentuknya usaha tersebut berasal dari gerakan politik yang mengarah pada sentimen agama. Kemudian berkembang menjadi sebuah usaha berbasis agama yang dikelola dengan sistem berjamaah dengan maksud dan tujuan untuk mengimbangi maraknya persebaran minimarket konvensional di Palembang. Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara mendalam mengenai latar belakang terbentuknya dan proses pengelolaan usaha, dimana usaha tersebut juga dapat mendatangkan manfaat bagi umat Islam. Pada penelitian transformasi

usaha berbasis agama dibatasi pada usaha 212 Mart yang dikelola oleh koperasi konsumen Warmart Veteran Utama. Hal tersebut dikarenakan koperasi tersebut mengelola 13 gerai yang berlokasi di 212 Mart Veteran Utama, 212 Mart Sudirman, 212 Mart Lemabang, 212 Mart Pasar Kuto, 212 Mart Basuki Rahmad, 212 Mart Patal Pusri, 212 Mart On Top Pakjo, 212 Mart Bukit Besar, 212 Mart Nigata Plaju, 212 Mart Bombat Musi Raya, 212 Mart Musi II, 212 Mart Poligon, dan 212 Mart Sukarami.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan, maka terdapat rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana transformasi usaha berbasis agama 212 Mart di Palembang. Berdasarkan rumusan masalah tersebut muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa yang melatarbelakangi terbentuknya usaha berbasis agama 212 Mart di Palembang?
2. Bagaimana proses pengelolaan usaha berbasis agama 212 di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Umum

Untuk mengetahui transformasi usaha berbasis agama 212 Mart di Palembang.

1.3.2 Khusus

1. Untuk mengetahui latar belakang terbentuknya usaha berbasis agama 212 Mart di Palembang.
2. Untuk mengetahui proses pengelolaan usaha berbasis agama 212 Mart di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian mengenai transformasi usaha berbasis agama 212 Mart dapat mendorong perluasan ilmu pengetahuan terlebih khusus bagi sosiologi ekonomi, kewirausahaan dan sosiologi Islam.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi usaha 212 Mart: diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran pada usaha 212 Mart dalam membangun perekonomian umat.
2. Bagi produsen muslim: diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi pada produsen muslim mengenai perluasan pemasaran produk halal.
3. Bagi konsumen 212 Mart: diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi pada masyarakat mengenai pemanfaatan usaha berbasis agama dalam membangun perekonomian umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, M. 2011. Wirausaha Berbasis Syariah. Banjarmasin: Antasari Press.
- Agung. N. M. 2016. Weber Nabi Etika Protestan Bapak Verstehen. Jurnal Humaniora. (Online), 3(1): 57-66. (<http://garuda.ristekdikti.go.id>, diakses 27 Juli 2019).
- Anwar, D. 2016. Ekonomi Mikro Islam. Palembang: Noefikri.
- Amalia, E. 2011. Transformasi Nilai-Nilai Ekonomi Islam Dalam Mewujudkan Keadilan Distributif Bagi Penguatan Usaha Kecil Mikro di Indonesia. Jurnal Ekonomi Syariah. (Online), (3(1): 66-92. (<http://journal.uinjkt.ac.id>, diakses 15 Oktober 2018).
- Ambadar, J. 2010. Membentuk Karakter Pengusaha. Bandung: Kaifa.
- Arif, M. N. R. A. 2015. Pengantar Ekonomi Syari'ah. Bandung: Pustaka Setia.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2017. Kota Palembang Dalam Angka Tahun 2017. Palembang: BPS Kota Palembang. E-book.
- Creswell, J. W. 2015. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. & Indrayani. 2015. Pengantar Sosiologi Eknomi. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Hastuti, D. R. D. et al. 2018. Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial. Makasar: CV. Nur Lina.
- Haerisma, A. S. 2015. Pola Pemberdayaan di Ekonomi Umat di Organisasi Masyarakat Muhammadiyah Kota Cirebon. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. (Online), 7(2): 120-131. (<https://syekhnurjati.ac.id>, diakses 12 Oktober 2018).
- Huda, C. 2016. Model Pengelolaan Bisnis Syariah Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. Jurnal Sosial Keagamaan. (Online), 24(1): 165-190. (<http://journal.walisongo.ac.id>, diakses 23 Februari 2019).
- Kamsir. 2016. Kewirausahaan Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Maholtra, N. 2007. *Marketing Research an applied orientation, pearson education, inc., fifth edition*. New Jearsey: USA.
- Maleha, N. Y. 2016. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Keungan Mikro Syariah. Jurnal Bisnis Syariah. (Online), (<https://scholar.google.co.id>, diakses 12 Oktober 2018).
- Ma'ruf, H. 2005. Pemasaran Ritel. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Masyitha. D., & Fathony, A. 2017. Studi Analisis Peran Pesantren Sidogiri Dalam Pembentukan Karakter Kemandirian Ekonomi Masyarakat Perspektif

- Sosiologi. *Jurnal Ekonomi Syariah*. (Online), 1(1):130-161. (<https://ejournal.unuja.ac.id>, diakses 27 Juli 2019).
- Mardoni, Y. et al. 2017. *Kewirausahaan Dalam Multi Persepektif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. E-book.
- Niswah, M. F. & Septiarini, F. D. 2017. Faktor yang Mempengaruhi Kenaikan dan Penurunan Sisa Hasil Usaha (SHU) Koperasi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. (Online), 4 (12): 937-951. (<https://ejournal.unair.ac.id>, diakses 25 Februari 2019).
- Prastowo, A. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Diva Press.
- Paranita, S., Supardan, D. & Komalasari, K. 2015. *The Transformation of Religion Values As Local Wisdom In Panji Society*. *Jurnal Civicus*. (Online), 19(2):100-114. (<http://ejournal.upi.edu>, diakses 22 Februari 2019).
- Pasaribu, D. A. & Sembiring, B. K. F. 2013. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Minimarket Mes Mart Syariah. *Jurnal Manajemen*. (Online), 2(1): 1-10. (<https://jurnal.usu.ac.id>, diakses 23 Februari 2019).
- Rimiyati, H. & Munawaroh, M. 2016. Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*. (Online), 7(2): 130-157, (<http://journal.umy.ac.id>, diakses 24 Februari 2019).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uha, N. I. 2012. *Filsafat Ekonomi Islam*. Jakarta: Cv. Dwiputra Pustaka Jaya.
- Widyarini. & Wardani, P. P. 2017. Evaluasi Pemasaran Minimarket Syariah Tinjauan Persepektif Hukum Islam pada Minimarket Syar'e Mart. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*. (Online), 9(2): 209-235. (<http://ejournal.uin-suka.ac.id>, diakses pada 13 Februari 2019).
- Zaeny, A. 2005. Transformasi Sosial dan Gerakan Islam di Indonesia. *Jurnal Pengembang Masyarakat Islam*. (Online), 1(2): 153-165. (<https://scholar.google.co.id>, diakses 7 Oktober 2018).

Sumber Internet

- <https://kbbi.kemdikbud.go.id> diakses 2 September 2018 pukul 20:15 WIB
- <http://koperasisyariah212.co.id> diakses 17 November 2018 pukul 22:35 WIB
- <http://koperasisyariah212.co.id> diakses 18 Februari 2019 pukul 15:20 WIB
- <http://bisnissyariah.co.id> diakses 19 Februari 2019 pukul 21:30 WIB