

## **DIGITALISASI RETAIL SEBAGAI PEMBERDAYAAN EKONOMI BERBASIS MASJID DALAM TATANAN NEW NORMAL**

**Iin Emy Prastiwi**

Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email: [iinemyprastiwi24@gmail.com](mailto:iinemyprastiwi24@gmail.com)

**Abstrak :** *Fokus penelitian ini adalah pembuatan aplikasi dalam rangka digitalisasi retail yang dikelola masjid untuk pemberdayaan perekonomian. Hal tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat mendapat pekerjaan dan kemudahan akses pembeli karena dampak pandemi Covid-19. Digitalisasi merupakan cara adaptif dan efektif yang dapat dimanfaatkan di era New Normal melalui implementasi sebuah aplikasi menggunakan sistem kerja transfer dengan jaringan sistem rekening induk, pembayaran secara langsung tanpa harus keluar dari aplikasi, juga sistem log in untuk akun berlangganan dimana dapat berbelanja dengan Drive-Thru. Serta sebuah retail yang menerima transaksi dalam bentuk barter dengan sistem paket sembako menggunakan penghitungan tertentu. Pendekatan atau metode penelitian yang digunakan adalah data kualitatif dengan metode angket/kuesioner, wawancara dan observasi dalam proses pengumpulan data. Metode angket dilakukan dengan cara menyebarkan Google Form yang berisi pertanyaan-pertanyaan. Metode wawancara dilakukan dengan mengambil beberapa opini masyarakat terkait adanya aplikasi tersebut. Sedangkan metode observasi dilakukan dengan mengamati cara kerja aplikasi dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Manfaat yang diperoleh dengan adanya digitalisasi retail adalah meningkatkan pemberdayaan ekonomi baik secara intern di masjid maupun secara eksternal di masyarakat. Eksistensi masjid semakin berperan dan masyarakat menjadi terbantu dalam mendapatkan pekerjaan serta kemudahan dalam bermuamalah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.*

**Kata kunci :** *aplikasi, retail, barter, ekonomi masjid, new normal*

### **PENDAHULUAN**

Sejak zaman Nabi SAW, masjid Nabawi yang menjadi jantung kota Madinah digunakan untuk kegiatan politik, perencanaan kota, menentukan strategi militer dan untuk mengadakan perjanjian. Menurut Ahmad Sutarmadi (2002), masjid bukan hanya sekedar memiliki peran dan fungsi sebagai sarana peribadatan saja bagi jamaahnya. Masjid memiliki misi yang lebih luas mencakup bidang pendidikan agama dan pengetahuan, bidang peningkatan hubungan sosial kemasyarakatan bagi para anggota jamaah, dan peningkatan ekonomi jamaah, sesuai dengan potensi lokal yang tersedia.

Masjid pada umumnya merupakan salah satu perwujudan aspirasi umat Islam sebagai tempat ibadah yang memiliki fungsi sentral. Fungsinya yang strategis tersebut perlu dikelola dengan baik salah satunya adalah dari segi pemakmurannya. Ada sekitar 800 ribu masjid yang tersebar di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dan kreativitas baik dari pengelola masjid sendiri dengan dukungan pemerintah pusat dan daerah dalam mewujudkan fungsi masjid lainnya yaitu menjadikan masjid sebagai sarana aktivitas dakwah dan pemberdayaan ekonomi umat.

Islam merupakan ajaran sempurna yang mengatur seluruh sisi kehidupan. Islam tidak membedakan antara sesuatu yang bersifat duniawi dan yang bersifat ukhrawi. Sering kita temukan orang yang melakukan mu'amalah yang mana mu'amalah adalah hubungan antar manusia dalam usaha mendapatkan alat-alat kebutuhan *jasmaniyah* dengan cara yang sebaik-baiknya sesuai dengan ajaran-ajaran dan tuntunan agama.

Jual beli pada dasarnya merupakan akad yang diperbolehkan, apabila sudah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Dalam ekonomi Islam, siapapun boleh berbisnis, namun demikian tidak boleh melakukan jual beli yang merugikan salah satu dari subyek transaksi jual beli. Transaksi jual beli barter ternyata masih diterapkan pada masyarakat. Setiap harinya mereka melakukan transaksi barter untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Wabah virus Corona atau Covid-19 berdampak sangat besar di setiap lapisan masyarakat. Salah satunya ialah banyaknya korban PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) menyebutkan bahwa, pada bulan April 2020 terdapat 3,06 juta pekerja di PHK pada bulan Mei 2020 ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)). Menghadapi pandemi, pemerintah menerapkan sebuah kebijakan *New Normal* sebagai upaya memulihkan perekonomian Indonesia. Pada penerapan *New Normal* ini, bisnis akan berbeda dikarenakan konsumen yang berbelanja secara fisik akan berkurang sebab kekhawatiran akan keselamatan kesehatan dan berubah menjadi porsi digital yang lebih besar seperti yang dituturkan oleh Bima Yudhistira pengamat ekonomi Indef (*Econom Institute for Development and Finance*).

Semakin meningkatnya kecanggihan teknologi, dapat mempermudah manusia dalam memenuhi beragam kebutuhannya. Apalagi dalam tatanan hidup baru, banyak kegiatan *offline* atau kegiatan secara fisik yang dikemas dalam bentuk *online*. Maraknya *platform* digital juga tidak menjadi hal asing lagi bagi masyarakat. Digitalisasi dalam usaha-usaha semakin gencar dilakukan sebagai upaya beradaptasi dengan zaman yang terus berkembang dan menjadi cara efektif serta efisien dalam menyikapi penerapan tatanan hidup baru. Sehingga para konsumen mempunyai akses yang lebih mudah dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

## **TINJAUAN TEORITIK**

### **1. Digitalisasi**

Digitalisasi menurut Gartner (2016) dalam Nurfalah dan Rusydiana (2019) adalah penggunaan teknologi digital untuk model usaha atau bisnis baru dan memberikan peluang menghasilkan nilai tambah. Digitalisasi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan format yang dapat dibaca oleh komputer. Digitalisasi merupakan suatu proses transformasi dari berbagai bentuk menjadi format digit "0" dan "1" (bilangan biner). Walaupun konsep tersebut sekilas nampak sederhana, namun keberadaannya telah menghasilkan suatu terobosan dan dampak perubahan yang sangat besar di dalam dunia transaksi bisnis yang di transformasikan dalam bentuk digital sehingga memudahkan penyimpanan yang efektif dan efisien dalam bentuk yang lebih padat.

Digitalisasi merupakan istilah dalam merangkum *databaseserver* yang dapat digunakan untuk transaksi *online* yang saling terhubung satu sama lain sehingga transaksi dapat dilakukan secara otomatis menggunakan mesin, tinggal aplikasi dan alur prosesnya saja yang menggunakan metode islami dalam alur transaksi yang berasaskan pada kaidah ajaran islam dengan ketentuan yang sudah diatur dalam Al-Qur'an.

Digitalisasi dilihat sebagai peluang dalam meningkatkan hubungan pelanggan dalam proses bisnis, menciptakan dan mengadaptasi model bisnis baru (Schumann dan Tittmann, 2015). Digitalisasi dilakukan untuk mengimbangi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang makin merambah dalam genggaman tangan (*gadget*) dan berbagai fitur aplikasi bisnis yang ditawarkan semakin banyak serta mudah digunakan untuk user dan dunia usaha. Sebuah perkembangan ekonomi digital tidak lepas dari karakteristik/sifatnya yakni adanya penciptaan nilai, produk berupa efisiensi saluran distribusi, dan struktur berupa terjadinya layanan personal dan sesuai keinginan. Manfaat digitalisasi dalam bisnis yaitu mendorong pemasaran produk yang merata di pulau tersebar di Indonesia (Nurfalah dan Rusydiana, 2019).

Terbaru ini, perkembangan sector bisnis sangat mendukung perkembangan bagi para pedagang yang berada di pasar, terutama para pedagang besar. Meningkatnya konsumsi masyarakat dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri ini semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. Retail adalah keseluruhan aktivitas yang menyangkut penjualan barang atau jasa oleh perusahaan atau lembaga institusi secara langsung kepada konsumen (Utomo, 20019). Berikut ini definisi retailing menurut beberapa ahli:

Menurut Kotler (2006) bauran pemasaran kecil atau retail yaitu: seperangkat alat pemasaran yang oleh perusahaan digunakan untuk mencapai tujuan dari pemasaran. Bauran eceran meliputi semua tindakan yang dilakukan perusahaan, misalnya produk, lokasim promosi dan harga.\

Menurut Levy dan Weitz (2001), retailing merupakan suatu rangkaian aktivitas bisnis guna menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dalam retailing ini adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Ada model retail online. Retail online yaitu kegiatan retail yang dilakukan secara online dengan internet (Setiyo utami, 2018). Menurut Berman dan Evans (2001) karakteristik retailing adalah (a) tingkat penjualan relative kecil karena targetnya merupakan konsumen akhir yang berbelanja dalam jumlah kecil; (b) pembelian dalam retailan adalah pembelian yang tidak direncanakan; (c) keberhasilan dari retailing tergantung pada citra merek toko atau popularitas toko.

## **2. Barter**

Barter adalah kegiatan tukar-menukar barang yang terjadi tanpa perantara uang (Gunawan, 2017). Hal tersebut menghadapkan manusia pada kenyataan bahwa apa yang diproduksi sendiri tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk memperoleh barang-barang yang tidak dapat dihasilkan sendiri mereka mencari dari orang yang mau menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang lain yang dibutuhkannya. Menurut fiqh islam, pertukaran diartikan sebagai pemindahan barang seseorang dengan cara menukarkan barangdengan barang lain berdasarkan keikhlasan/kerelaan.

## **3. Pemberdayaan**

Pemberdayaan adalah penyediaan sumber daya, kesempatan, pengetahuan, dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas mereka sehingga bisa menemukan masa depan mereka lebih baik. Menurut Gunawan Sumohadiningrat, pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya yang dimiliki *dhua'fa* dengan mendorong, memberikan motivasi, dan meningkatkan kesadaran tentang potensi yang

dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya, dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan/memandirikan masyarakat.

Menurut Suharto, pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan dan kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*) dalam arti bukan saja mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang dan jasa yang mereka perlukan (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi keputusan mereka.

Pemberdayaan menurut Purwodarminto memandang “*Empowerment*” sebagai suatu proses, yaitu mekanisme yang digunakan untuk manusia, organisasi atau masyarakat untuk memperoleh “Kuasa” atas kehidupannya sendiri, karena pada dasarnya proses yang berlangsung pada setiap individu, organisasi maupun kelompok masyarakat juga akan menunjukkan perbedaan-perbedaan.

Mendukung pendapat di atas yang mengemukakan bahwa pemberdayaan pada dasarnya merupakan suatu proses yang dihubungkan dengan partisipasi dan berkaitan dengan pendidikan non-formal, hal ini diperkuat dengan pendapat Suzane Kinderwatter dikutip oleh Koentjoroningrat dalam buku Kamus Besar Bahasa Indonesia, dikemukakan bahwa proses pemberdayaan bermakna sebagai berikut “*People gaining power and control over social, economic, and/or political forces in order to improve their standing in society*”. Orang mendapatkan kekuasaan dan kontrol atas kekuatan-kekuatan sosial, ekonomi, politik atau dalam rangka meningkatkan posisi mereka di masyarakat.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa pemberdayaan adalah proses peningkatan kemampuan seseorang baik dalam arti pengetahuan, keterampilan, maupun sikap agar dapat memahami dan mengontrol kekuatan sosial, ekonomi, dan atau politik sehingga dapat memperbaiki kedudukannya dalam masyarakat.

#### **4. Masjid sebagai Tempat Peribadatan**

Masjid berasal dari bahasa arab sajada-yasjudu-sujudan-masjidan bermakna sebagai tempat para hamba yang beriman bersujud melakukan ibadah *mahdah*, berupa shalat wajib dan sunnah-sunnah lainnya kepada Allah SWT (Munawir, 1984). Sementara secara terminologi, masjid adalah tempat para hamba melakukan segala aktivitas, baik yang bersifat vertikal maupun horizontal, dalam kerangka beribadah kepada Allah SWT. Ada dua fungsi masjid, pertama fungsi utama sebagai tempat ibadah, dimana umat Islam melaksanakan berbagai ritual peribadatan. Kedua, fungsi penunjang atau tambahan (Sarwat, 2012).

Dalam pengertian sehari-hari masjid merupakan bangunan tempat shalat kaum Muslim. Tetapi, karena akar katanya mengandung makna tunduk dan patuh, hakikat masjid adalah tempat melakukan segala aktivitas yang mengandung kepatuhan kepada Allah semata. Karena itu Al-Qur’an surah Al-Jin:18 menegaskan bahwa, “*Sesungguhnya masjid-masjid itu adalah milik Allah karena janganlah menyembah selain Allah sesuatu pun.*”

Rasul SAW bersabda yang artinya: “*Telah dijadikan untukku (dan untuk umatku) bumi sebagai masjid dan sarana penyucian diri* (HR. Bukhari dan Muslim melalui Jabir bin Abdullah).

Jika dikaitkan dengan bumi ini masjid bukan hanya sekedar tempat sujud dan sarana penyucian. Tetapi disini kata masjid juga berarti tempat melaksanakan segala aktivitas manusia yang mencerminkan kepatuhan kepada Allah SWT. Menurut Suryanto (2016); Supriyadi (2017); Abdul Muthalib (2018) masjid sebagai pusat pendidikan, pusat informasi masyarakat, tempat akad nikah, tempat kesehatan dan pengobatan, tempat mengatur strategi perang bahkan tempat kegiatan ekonomi.

Potensi pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis masjid bisa menjadi motor penggerak, didasari fungsi masjid bukan hanya sebagai tempat untuk ibadah saja, tetapi juga fungsi social ekonomi dimana masjid memiliki potensi menggerakkan roda ekonomi produktif masyarakat sekitarnya (Erziaty, 2015).

## **5. Kebijakan Pemerintah New Normal**

*New Normal* dalam bahasa Indonesia artinya Normal Baru, artinya cara hidup baru dalam menjalankan aktivitas sehari-hari ditengah kondisi pandemic Covid 19 yang belum selesai (Habibi, 2020). *New Normal* kini sudah banyak digaungkan kepada masyarakat di tengah pandemi virus *Corona*. Akibat pandemi masyarakat harus tinggal di rumah, bekerja, sekolah hingga beribadah juga harus dilakukan di rumah. Perubahan ekstrem ini telah memberi dampak yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat serta banyak sektor.

Diam di rumah, beraktivitas hingga bekerja dari rumah telah memukul keras sektor-sektor penggerak roda perekonomian. Kondisi tersebut pada akhirnya membawa pada konsep *New Normal* yang secara bertahap mulai diimplementasikan.

*New Normal* adalah langkah percepatan penanganan Covid-19 dalam bidang kesehatan, sosial, dan ekonomi. *New Normal* adalah menjalankan aktivitas kembali dengan banyak hal baru seperti enggan berjabat tangan, siku sebagai media membuka dan menutup pintu rumah, maupun tempat-tempat umum, selalu memakai masker dalam setiap aktivitas, sering mencuci tangan, menjaga jarak dan sebagainya.

Penerapan new normal yang diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi. Belum ada dalam Undang-undang yang mengatur tentang *New Normal*. Namun sesungguhnya penerapan *New Normal* telah diinginkan oleh masyarakat sebagai solusi yang seimbang dalam pencegahan covid-19 dan pemenuhan kebutuhan ekonomi (Rosidi dan Nurcahyo, 2020).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dalam rangka memberdayakan perekonomian berbasis masjid melalui program digitalisasi retail yang dikelola masjid sebagai upaya membantu pemakmurkan masjid, membantu masyarakat mendapatkan pekerjaan, serta mempermudah akses bermuamalah bagi masyarakat pada masa *New Normal* saat ini.

### **2. Sumber Data**

Sumber yang digunakan dalam penulisan data ini adalah data primer dan data sekunder dengan metode kualitatif. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung, berupa angket/kuesioner, wawancara, dan observasi. Sedangkan

data sekunder berupa referensi data dalam penulisan karya ilmiah sumbernya diperoleh dari jurnal, artikel dan penulisan sebelumnya.

**3. Metode Pengumpulan data**

a. Angket / Kuesioner

Metode angket/kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Penulis melakukannya secara daring melalui penyebaran Google formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan objektif kepada responden untuk mendapatkan/mengumpulkan data yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Penulis melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai pengimplementasian aplikasi *MiniMos* kepada masyarakat terpilih untuk mendapatkan/mengumpulkan data yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian.

c. Observasi

Observasi adalah pengamatan atau penelitian yang dilakukan dengan cara melihat atau mendatangi secara langsung terhadap subyek yang diselidiki untuk mendapatkan sumber-sumber yang dibutuhkan. Penulis melakukan observasi terhadap sistem kerja aplikasi *MiniMos* yang menggunakan sistem transfer dengan jaringan sistem rekening induk, pembayaran secara langsung tanpa harus keluar dari aplikasi, juga sistem *log in* untuk akun berlangganan dimana dapat berbelanja dengan *Drive-Thru*. Serta sebuah retail yang menerima transaksi dalam bentuk barter dengan sistem paket sembako menggunakan penghitungan tertentu yang dapat dilakukan masyarakat.

**PEMBAHASAN**

**1. Retail Masjid (Minimarket)**

Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah saja, dalam perkembangannya fungsi masjid dapat dimaksimalkan seperti dengan mendirikan retail dalam bentuk minimarket. Pemaparan berikut merupakan hasil olah data dari metode angket/kuesioner :

Tabel 1.

Hasil Data Metode Angket/Kuesioner

No	Pernyataan	Setuju (%)	Tidak setuju (%)
1.	Fungsi masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah	76.5	23.5
2.	Masjid mengelola retail dalam bentuk minimarket	97	3
3.	Masjid dapat membantu perekonomian masyarakat	94	6

4.	Minimarket masjid mampu memberikan peluang kerja bagi masyarakat yang terkena dampak <i>Covid-19</i>	95.6	4.4
5.	Minimarket masjid menerima transaksi barter (kebutuhan pokok)	83.6	16.4

Sumber : Data Primer, diolah 2020

Retail masjid dalam bentuk minimarket dapat dikelola secara independen atau afiliasi (penggabungan). Dikelola secara independen artinya dikelola oleh masjid sendiri dengan menggunakan sumber daya yang ada didalamnya. Sedangkan dikelola secara afiliasi (penggabungan) artinya dikelola dengan bekerjasama dengan pihak luar, seperti yayasan atau pondok pesantren. Pengelolaan retail masjid dalam bentuk minimarket tergantung pada keadaan finansial masjid, letak geografis dan kondisi masyarakat sekitar.

Tujuan adanya retail masjid dalam bentuk minimarket, yaitu : memberdayakan perekonomian masjid, sebab dengan adanya minimarket finansial masjid akan berkembang seiring bertambahnya pemasukan dan pengeluaran yang dikelola dengan baik. Menutup biaya kegiatan seperti kajian yang intensitas kehadiran jamaah semakin banyak, dari hasil penjualan berbagai macam produk minimarket masjid. Membantu perekonomian masyarakat, hal ini dapat dilihat dari segi persaingan harga dan pelayanan prima. Mayoritas masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari lebih memilih harga yang terjangkau dengan pelayanan yang baik. Beberapa ada daerah yang jaraknya cukup jauh dengan minimarket dan beberapa barang tidak tersedia di toko kelontong. Hal ini menunjukkan bahwa letak masjid yang strategis dan pasti ada di setiap desa bisa dilengkapi dengan minimarket. Dengan adanya minimarket masjid mampu memberikan peluang kerja bagi masyarakat yang terkena dampak *Covid-19*, seperti untuk bagian customer service, front office (kasir) dan pembukuan keuangan.

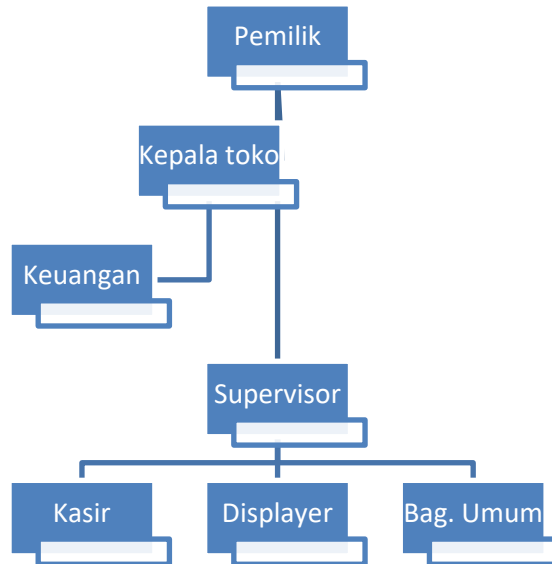
Retail masjid dalam bentuk minimarket dapat menerima barter (kebutuhan pokok) untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sekalipun hanya mengandalkan hasil pertanian mereka sendiri yang berupa beras. Barter akan dimaksimalkan dalam agenda tahunan minimarket masjid, yaitu di bulan Ramadhan dengan memberikan paket spesial. Dalam paket spesial akan tersedia kebutuhan pelengkap dapur, seperti gula dan teh dengan menukarkan beberapa kg beras. Hal ini dimaksudkan untuk membantu masyarakat mendapatkan beberapa item barang yang dibutuhkan dari satu item barang yang ditukarkan. Beras yang diterima minimarket nantinya akan digunakan untuk mendukung kegiatan-kegiatan sosial masjid dan dijual kembali ke masyarakat ataupun lembaga sosial dengan harga jual yang sudah diperhitungkan.

Pengelolaan retail minimarket:

1. Pemilik: bertindak sebagai investor utama dan pemilik kebijakan menyeluruh minimarket.
2. Kepala toko: bertindak sebagai penanggung jawab pelaksana keseluruhan minimarket.
3. Keuangan: bertindak sebagai penanggung jawab bagian keuangan minimarket, mulai dari aset sampai data laba dan rugi yang dikirimkan oleh kasir setiap harinya.

4. Supervisor: bertanggung jawab dalam pelaksanaan *job desk* yang telah disepakati untuk setiap divisi, bertanggung jawab langsung ke kepala toko.
5. Kasir: menghitung dan menerima pembayaran konsumen.
6. Displayer : bertanggung jawab atas sok barang dagang yang ada di minimarket, mendisplay barang dan menghitung stock ketersediaan.
7. Bag. Umum: bertanggung jawab terhadap umum

Digambarkan struktur pengelolaan retail minimarket berbasis masjid sebagai berikut:



Gambar 1.

Struktur Pengelolaan Retail Minimarket Berbasis Masjid

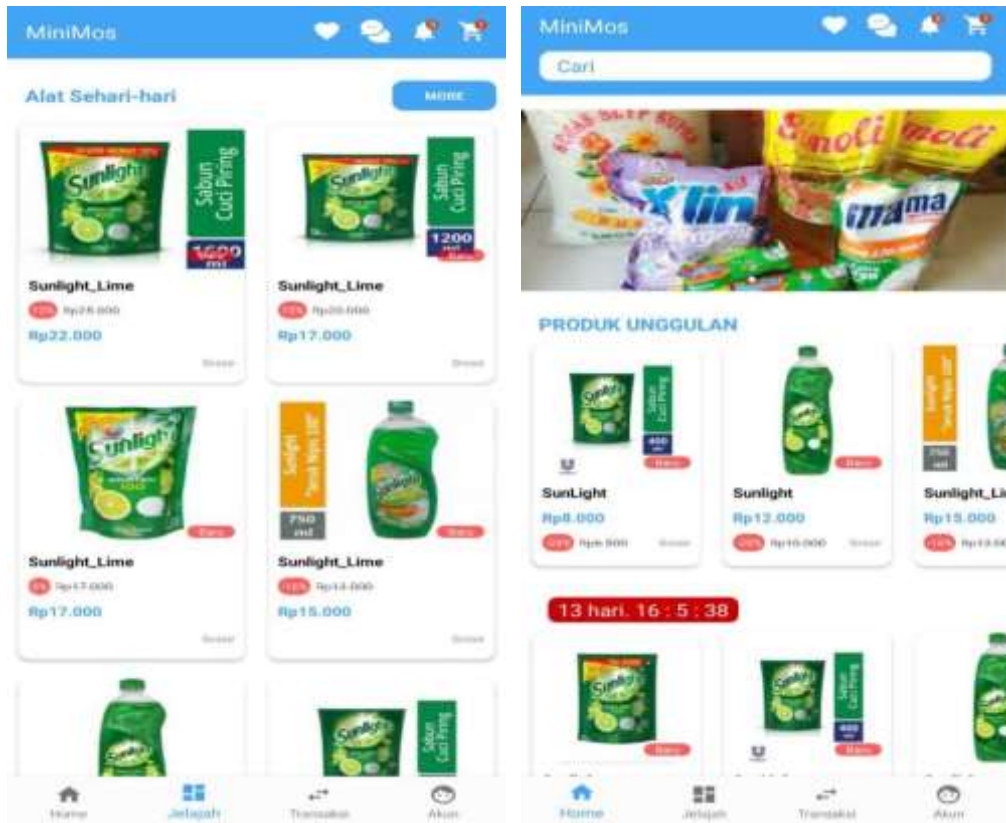
## 2. Sistem Kerja Aplikasi *MiniMos*

Tujuan dari pengadaan digitalisasi retail ini adalah untuk mempermudah masyarakat dalam berbelanja di minimarket masjid era new normal. Dari hasil penelitian, 79.4% responden lebih sering berbelanja online dan 92.6% responden menyatakan setuju dengan adanya aplikasi belanja online di minimarket masjid demi meredam dan memutus mata rantai penyebaran virus *Covid-19*. Maka dicetuskanlah sebuah aplikasi mobile android yang kami beri nama *MiniMos*. Kata *mini* diambil dari kata minimarket sedangkan *mos* diambil dari kata *mosque* yang berarti masjid,

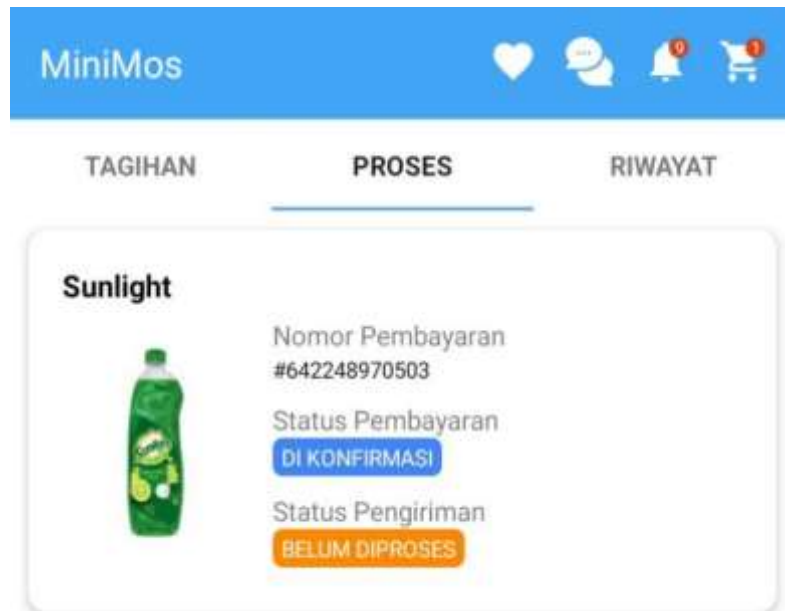
Dalam aplikasi *MiniMos* terdapat 4 tampilan utama :

1. Home: Dalam menu ini ditampilkan berbagai macam barang yang dijual di minimarket
2. Jelajah: Dalam menu ini ditampilkan klasifikasi barang seperti kebutuhan pokok makanan, alat mandi, snack
3. Transaksi : Dalam menu ini ditampilkan tagihan, proses dan riwayat pembelian.
4. Akun : Dalam menu ini akan ditampilkan pemilik akun lengkap dengan informasi, alamat, favorit, diskusi barang. Selain itu juga info-info mengenai promo dan voucher, pengaturan dan kontak admin.





Gambar 2.  
Aplikasi MiniMos: Home dan Jelajah



Gambar 3.  
Aplikasi MiniMos: Transaksi



Gambar 4.

Aplikasi MiniMos: Akun konsumen

Aplikasi *MiniMos* bekerja dengan sistem online, pembeli tidak perlu datang ke minimarket untuk membeli barang, cukup memilih lewat katalog yang sudah tersedia dalam aplikasi. Dengan satu klik dan barang bisa COD (*Cash On Delivery*) semua belanjaan sudah diperoleh. Terlepas dari perkembangan teknologi, semua dapat dilakukan hanya dengan ujung jari. Tidak khawatir akan kekeliruaan dalam pembelian barang, sebab aplikasi - *MiniMos* dilengkapi dengan fitur *chatting* seperti diskusi umum untuk memastikan barang.

Dalam aplikasi ini disematkan sebuah fitur yang tidak memerlukan sebuah aplikasi tambahan untuk melakukan pembayaran. Sedangkan berdasarkan penelitian 55% responden lebih sering melakukan pembayaran online melalui transfers/e-banking, 28% melalui indomart/alfamart yang masih mengharuskan untuk keluar rumah.

*MiniMos* memberikan fitur *E-Money* untuk melakukan pembayaran belanja online dengan 9 sistem rekening induk. Tidak perlu lagi menggunakan uang *cash* dan cukup membawa *smartphone* yang sudah mendukung teknologi *NFC*. Hanya dengan satu kali klik dan semua proses pembayaran terselesaikan. *E-Money* yang diusung dalam aplikasi ini, tidak ada sistem top up saldo yang akan membuat pengendapan saldo user, dengan kata lain tidak akan ada minimal saldo yang harus mengendap. Dan kelebihan lainnya adalah tidak perlu khawatir pembayaran akan dikenakan biaya admin seperti bank biasanya, dalam sistem pembayaran kami tidak dikenakan biaya admin kecuali jika melebihi kapasitas.

### 3. Pengaruh Pemberdayaan Ekonomi dan Inovasi terhadap Masjid maupun Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi dan inovasi dalam bentuk retail (minimarket) dengan aplikasi *MiniMos* memberikan pengaruh terhadap masjid. Peran masjid akan lebih hidup dari mulai meningkatnya intensitas jamaah, memberikan pemasukan keuangan masjid selain dari infaq dan donatur. Dengan adanya retail (minimarket) menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Keuangan masjid yang mulai bertambah seiring adanya pemasukan dari retail

(minimarket) tentunya dapat digunakan sebagai sumber dana kegiatan sosial masjid, untuk mendukung finansial organisasi atau komunitas di dalam masjid seperti ikatan remaja masjidnya, serta untuk memperbaiki fasilitas-fasilitas masjid itu sendiri sehingga pengembangan secara arsitektural masjid pun juga dapat dilakukan.

Sebagai contoh kegiatan sosial masjid adalah bakti sosial dengan berbagi kepada masyarakat yang membutuhkan. Tidak hanya berbagi dalam bentuk yang terlihat mata tetapi sekaligus bakti sosial dalam bentuk ilmu. Dalam bentuk pengajaran ilmu-ilmu agama terhadap anak-anak, remaja bahkan orang tua. Masjid tentunya akan memfasilitasi apapun yang diperlukan dalam kebutuhan teknisnya. Hal ini tentunya dapat menjalin *ukhuwah* yang baik dengan masyarakat sehingga pandangan masyarakat menjadi luas terhadap masjid, bukan hanya sebagai simbolik tempat ibadah saja.

Retail (minimarket) masjid ini, selain berpengaruh terhadap masjid juga dapat berpengaruh kepada masyarakat. Seperti halnya membantu perekonomian masyarakat dalam tatanan *new normal* ini. Melibatkan masyarakat untuk mengelola retail dengan merekrut sebagai customer service, kasir, bagian keuangan dan pembukuan. Hal ini dapat membantu memberikan solusi sebagaimana yang kita ketahui bahwa beberapa pekerja dirumahkan dan di-PHK. Selain itu, kebutuhan sehari-hari masyarakat menjadi lebih mudah terpenuhi karena eksistensi retail masjid yang berada dalam lingkungan masyarakat sehingga efisien dalam hal waktu. Aplikasi *MiniMos* yang digunakan retail masjid membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Masjid memiliki peran sentral dalam masyarakat, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi berbasis masjid. Pemberdayaan dapat dimaksimalkan dengan adanya retail masjid dalam bentuk minimarket. Retail dapat dikelola secara independen maupun afiliasi. Retail juga menerima transaksi barter (kebutuhan pokok berupa beras) dalam agenda tahunan minimarket masjid. Pengelolaan retail masjid dalam bentuk minimarket dapat didukung dengan digitalisasi, untuk mempermudah masyarakat dalam bermuamalah di era *new normal*. Digitalisasi retail diwujudkan dengan aplikasi *MiniMos*. Aplikasi ini memiliki empat tampilan menu utama dimana masyarakat tidak perlu ke minimarket untuk membeli barang dan melakukan pembayaran. Selain itu aplikasi *MiniMos* juga memiliki keunggulan-keunggulan. Adanya upaya pemberdayaan ekonomi, diwujudkan dengan retail masjid dalam bentuk minimarket yang dilengkapi aplikasi *MiniMos* sebagai penunjang, memberikan pengaruh internal kepada masjid dan eksternal kepada masyarakat. Peran masjid akan lebih hidup dengan adanya retail yang memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Di samping itu, retail masjid dapat menyerap Sumber Daya Manusia khususnya yang terdampak *Covid-19*.

### **2. Saran**

Penelitian ini harapannya menjadikan masyarakat mengetahui kebijakan *new normal* pemerintah. Kepada masyarakat agar selalu menjaga kesehatan dan mematuhi protocol kesehatan. Mari kita mendukung kebijakan *new normal* agar wabah pandemic covid 19 segera selesai dan aktivitas sektor ekonomi masyarakat terus berjalan dengan sehat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- \_\_\_\_\_. 2020. Pekerja Dirumahkan dan Kena PHK Akibat Corona Capai 3,05 Juta. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200720114203-92-526610/pekerja-dirumahkan-dan-kena-phk-akibat-corona-capai-305-juta>. Diakses tanggal 16 januari 2020.
- Abdul Muthalib, Ahmad. Prospek Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Kota Watampone. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 4, No. 1
- Berman, Barry dan Joel R. Evans. (2001). *Retail Management: A Strategic Approach*. New Jersey: Prentice Hall
- Erziaty, Rozzana. Pemberdayaan Ekonomi Potensial Masjid Sebagai Model Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 2, No. 2.
- Gunawan, Livie Eletra dan Budi Santoso, Halim. 2017. Sistem Informasi Penjualan dan Barter Barang Antik dan Koleksi. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 1
- Habibi, Andrian. 2020. Normal baru Pasca Covid 19. *Buletin Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*. Vol. 4, No.1
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi
- Kotler, Philip dan Keller K Lane, (2006). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Ghalia .Indonesia.
- Levy & Weitz, (2001). *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.Graw Hill,
- Munawir, Ahmad Warson . 1984. *Al Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Yogyakarta : Ponpes Krapyak
- Nurfalah, Irfan dan Rusydiana, Aam Slamet. Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif: Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*. Vol. 11., No. 1
- Rosidi, Ahmad dan Nurcahyo, Edy. Penerapan New Normal (Kenormalan Baru) Dalam Penanganan Covid 19 Sebagai Pandemi dalam Hukum Positif. *Jurnal Ilmiah Rinjani: Media Informasi Ilmiah Universitas Gunung Rinjani*. Vol. 8, No. 2
- Sarwat, Ahmad. 2012. *Fiqh Kehidupan*. Jilid 12. Jakarta: Rumah Fiqh Publishing
- Schumann, C. & Tittmann, C. 2015, *Digital Business Transformation in the Context of Knowledge Management*, Academic Conferences International Limited, Kidmore End, 09, pp. 675.
- Setiyo Utami, Nunik. 2018. Analisa Kinerja Sektor Ritel Indonesia. *Jurnal Ecopreneur*. Vol. 1. No. 1
- Supriyadi, Ahmad. Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Masjid (Studi Kritis Pasal 53, 54, dan 55 PP Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan UU Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat. *Jurnal An Nisbah*. Vol. 3, No. 2
- Suryanto, Asep. 2016. Optimalisasi Fungsi dan Potensi Masjid: Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Masjid di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Iqtishoduna*. Vol 8. No. 2
- Sutarmadi. Ahmad. 2002. *Visi, Misi dan Langkah Strategis; Pengurus Dewan. Masjid Indonesia dan Pengelolaan Masjid*. Jakarta: Logos
- Utomo, T.J. (2009). *Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran*. Fokus Ekonomi.4 : 44-55.