

The Role and Contribution of Islamic Social Capital in Realizing the Success of Mustahik Business during the Covid-19 Pandemic Period *Maqâshid Al-Syarî'ah* Perspective

Peran dan Kontribusi Modal Sosial Islam dalam Mewujudkan Keberhasilan Usaha Mustahik di Masa Pandemi *Covid-19* Perspektif *Maqâshid Al-Syarî'ah*

Safira Dyas Ayuni¹, Moh. Mas'udi²

¹Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Indonesia, 55183

²Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Indonesia, 55183

Email: safira.dyas.2016@fai.umy.ac.id¹, masudi.moh@umy.ac.id²

ABSTRACT

The informal business sector influences the lower middle class in Yogyakarta to be able to increase their income. On the other hand, informal businesses have limitations such as being unorganized, low knowledge and education of business actors making it difficult to develop their businesses. The limitations of the informal business sector have an impact on business resilience in facing the global economic crisis due to the Covid-19. This study aims to determine the role and contribution of Islamic social capital (*ukhuwwah*) and to measure the success of mustahik business actors from the perspective of *maqâshid al-syarî'ah* in the Warung Beres empowerment program. This research is a qualitative case study which is analyzed using data collection, reduction, display, conclusion drawing & verification. The results of the study explain that the *ukhuwwah* implemented by members of Warung Beres through indicators of networking, trust, reciprocity, conflict and piety influences the relationship between members of Warung Beres and can build relationships with consumers. This can help maintain their business both before and during the Covid-19. values *ukhuwwah* through empowerment makes the businesses of Warung Beres members oriented towards benefit which is the core of the goal (*maqâshid al-syarî'ah*) so that they can deliver profits and blessings in this world and the hereafter (*falah*).

Keywords: Covid-19, *maqâshid al-syarî'ah*, Islamic social capital, *ukhuwwah*, informal business

ABSTRAK

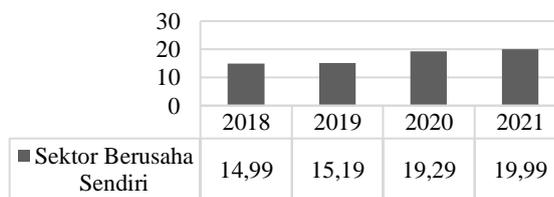
Sektor usaha informal memengaruhi masyarakat menengah ke bawah di Yogyakarta untuk dapat meningkatkan pendapatannya. Di sisi lain, usaha informal memiliki keterbatasan seperti tidak terorganisasi, pengetahuan serta pendidikan pelaku usaha yang rendah membuat sulit untuk mengembangkan usahanya. Keterbatasan yang dimiliki sektor usaha informal berimbas pada ketahanan bisnis dalam menghadapi krisis ekonomi global akibat pandemi *Covid-19*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dan kontribusi modal sosial Islam (*ukhuwwah*) serta mengukur keberhasilan pelaku usaha mustahik perspektif *maqâshid al-syarî'ah* dalam program pemberdayaan Warung Beres. Penelitian ini adalah kualitatif studi kasus yang dianalisa dengan metode *data collection, reduction, display, conclusion drawing & verification*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *ukhuwwah* yang diterapkan anggota Warung Beres melalui indikator jejaring, kepercayaan, timbal balik, konflik dan takwa memengaruhi hubungan antar sesama anggota Warung Beres serta dapat membangun

hubungan dengan konsumen. Hal tersebut dapat membantu mempertahankan usahanya baik sebelum dan pada masa *Covid-19*. Menerapkan nilai-nilai *ukhuwwah* melalui pemberdayaan yang dilakukan membuat usaha anggota Warung Beres berorientasi pada kemaslahatan yang menjadi inti dari tujuan (*maqâshid al-syarî'ah*) sehingga dapat menghantarkan keuntungan dan keberkahan dunia dan akhirat (*falah*).

Kata kunci: Covid-19, *maqâshid al-syarî'ah*, modal sosial Islam, *ukhuwwah*, usaha informal

PENDAHULUAN

Sektor usaha informal memengaruhi masyarakat menengah ke bawah di Yogyakarta untuk dapat meningkatkan pendapatannya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DIY pada bulan Februari 2021, sebanyak 1.258,17 ribu orang (57,15 persen) bekerja pada kegiatan informal sedangkan 943,34 ribu orang bekerja pada kegiatan formal (42,85 persen). Sektor perdagangan merupakan salah satu pekerjaan yang mendominasi Provinsi DIY dan menempati posisi kedua setelah pertanian (BPS DIY, 2021, hal. 4). Melalui data BPS DIY dari bulan Februari 2018 sampai Februari 2021, menunjukkan sektor berusaha sendiri mengalami peningkatan.



Grafik 1.1: Sektor Berusaha Sendiri di DIY

Sumber: BPS Provinsi DIY (Data diolah)

Usaha mikro (*livelihood*) merupakan jenis usaha yang paling mudah dilakukan oleh masyarakat golongan menengah ke bawah secara informal demi kelangsungan hidup (Artaya & Muchayan, 2020, hal. 91). Di sisi lain, usaha informal memiliki keterbatasan seperti tidak terorganisasi, pengetahuan serta pendidikan pelaku usaha yang rendah membuat sulitnya mengembangkan usahanya. Keterbatasan yang dimiliki sektor usaha informal berimbas pada ketahanan bisnis dalam menghadapi krisis ekonomi global akibat pandemi *Covid-19*.

Penyebaran *Covid-19* yang begitu cepat menjadikan seluruh warga Indonesia dihimbau oleh pemerintah untuk tidak melakukan aktivitas di luar terlebih dahulu untuk mengurangi angka penurunan kasus positif *Covid-19*. Perubahan aktivitas

masyarakat untuk tetap berada di rumah memunculkan masalah baru berupa kerugian ekonomi skala nasional (Hadiwardoyo, 2020, hal. 83). Keadaan yang serba terbatas mengakibatkan penurunan daya beli masyarakat yang merusak aktivitas pasar serta mengganggu fundamental perekonomian, seperti *supply*, *demand* dan *supply-chain* dan memengaruhi ekonomi menjadi defisit (Iskandar et al., 2020, hal. 628).

Menerapkan modal sosial menjadi salah satu strategi sebagai penguat jaringan dan pemasaran untuk mempertahankan kelangsungan bisnis terutama para pelaku industri kecil dan menengah yang sering kali kesulitan bersaing dalam dunia perdagangan yang disebabkan minimnya ilmu teknologi, *high overheadcost*, modal (finansial) yang terbatas, serta jaringan pemasaran yang kompetitif (Asytuti, 2014, hal. 235). Studi lain yang dilakukan Torres et al. (2019, hal. 168) menjelaskan bahwa modal sosial adalah aset utama untuk jangka waktu yang lama dalam ketahanan usaha kecil saat menghadapi bencana alam.

Modal sosial bukanlah suatu hal yang baru. Pada tahun 1916, konsep modal sosial lahir melalui pemikiran Lyda Judson Hanifan yang berjudul "*The Rural School Community Centre*". Menurut Ancok (2003, hal. 12), terciptanya modal sosial terdapat pada kelompok inti (keluarga) sampai kelompok masyarakat karena hakikatnya tanpa adanya kerukunan dan kerjasama antar masyarakat akan sulit berkembang dan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Sementara itu, Islam lebih dulu dalam menerapkan modal sosial. Rasulullah SAW menerapkan *ukhuwwah* (persaudaraan) yang menjadi dasar modal sosial untuk membangun umat muslim yang solid dengan melibatkan kepentingan akidah atau keimanan dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Adanya *ukhuwwah* dalam kehidupan masyarakat dapat memunculkan sifat gotong royong dan bersatu untuk mencapai tujuan bersama (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 129).

Nilai *ukhuwwah* didapat dalam instrumen keuangan syariah. Menurut Nejatullah Siddiqi dalam (Syarifudin & Kholis, 2021, hal. 71) menjelaskan bahwa persaudaraan (*ukhuwwah*) dalam kerangka sistem ekonomi salah satunya adalah pelaksanaan zakat dan penghapusan riba. Zakat merupakan modal sosial berupa jaminan sosial yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa solidaritas dan kerja sama antar umat. Jaminan sosial yang dimaksud adalah bentuk kepedulian sosial bersama dalam suatu masyarakat (Tlemsani & Matthews, 2021, hal. 11).

Pentingnya peran modal sosial dalam memaksimalkan zakat menjadi topik diskusi beberapa tahun terakhir ini. Studi yang berkaitan telah dikaji Shaleh & Rosyidi (2019, hal. 787) menyimpulkan bahwa program pengelolaan dana zakat dan infak membentuk *linking* modal sosial pada masyarakat yang sangat kuat melalui indikator norma, jaringan, kepercayaan, dan hubungan timbal balik. Modal sosial memiliki unsur norma yang memotivasi masyarakat untuk produktif serta dapat menumbuhkan hubungan timbal balik sesama anggota.

Studi lainnya yang dilakukan Wardoyo et al. (2016, hal. 301) menyimpulkan bahwa menerapkan modal sosial dengan membentuk kelompok usaha yang melahirkan solidaritas melalui kegiatan pemberdayaan zakat produktif sehingga mewujudkan kemandirian ekonomi dan membantu saudara-saudara lainnya di kampung terlepas dari jeratan rentenir.

Selain itu, Agustin et al. (2013, hal. 6–7) mengidentifikasi modal sosial dalam program pemberdayaan masyarakat miskin melalui dana zakat, infak, dan sedekah. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa modal sosial memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun beberapa penelitian

mayoritas memfokuskan peran modal sosial berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat perspektif *maqâshid al-syarî'ah* (Rulloh et al., 2020), (Halimah & Zaki, 2020), (Karmani, 2019), (Saher & Zaki, 2018).

Namun, mengenai peran modal sosial Islam (*ukhuwwah*) dalam mewujudkan kesuksesan bisnis para mustahik perspektif *maqâshid al-syarî'ah* masih terbatas. Menurut Aminuddin et al. (2017, hal. 30), *ukhuwwah* adalah salah satu nilai Islam yang wajib dimiliki seorang pengusaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya agar mencapai kesuksesan (*falah*) dan terciptanya sikap tolong-menolong (*ta'awun*). Studi yang dikaji oleh Sarif (2016, hal. 11), menyimpulkan bahwa konsep *ukhuwwah* tidak hanya berfungsi sebagai *enabler* dan katalis kelangsungan hidup pertumbuhan bisnis, tetapi juga berfungsi sebagai katalis inti bagi bisnis untuk menikmati keberlanjutan. Dalam penelitian Wafaretta (2014, hal. 21) *ukhuwwah* menjadi salah satu unsur penting dalam menjalankan bisnis perspektif *maqâshid al-syarî'ah* dengan cara membangun hubungan dengan karyawan, *supplier*, dan pelanggan.

Implementasi *maqâshid al-syarî'ah* atau tujuan dari ketentuan Allah sebagai bentuk konseptual dan nilai etis dalam pengembangan usaha berlandaskan *mashlahah* (Jaelani, 2020, hal. 212). Menerapkan pendekatan *maqâshid al-syarî'ah* kepatuhan bisnis melahirkan usaha yang berkualitas, karena usaha yang dijalankan tidak hanya melihat halal-haram saja, tetapi juga melihat usahanya telah membawa manfaat bagi masyarakat sekitar (Fauzia et al., 2020, hal. 1521).

Mewujudkan kesuksesan usaha yang dijalankan melalui modal sosial Islam dibutuhkan pengukuran kinerja usaha yang berguna untuk mengevaluasi kegiatan-kegiatan suatu usaha agar dapat mempertimbangkan arah tujuan yang ingin dicapai dan menghindari risiko-risiko buruk yang memungkinkan terjadi. Keberhasilan sering diukur dengan hasil pendapatan finansial yang didapati suatu usaha. Di sisi lain, kunci keberhasilan usaha para pelaku mikro diukur dari aspek finansial, non-finansial, aspek transformatif dan spiritual pengusaha, sehingga selaras dengan prinsip *maqâshid al-syarî'ah* (Bahri et al., 2019, hal. 264–265).

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan mengkaji peran kontribusi modal sosial Islam (*ukhuwwah*) dan mengukur keberhasilan pelaku usaha mustahik perspektif *maqâshid al-syarî'ah*. Lembaga amil zakat (LAZ) yang telah menerapkan modal sosial untuk memaksimalkan peran zakat salah satunya adalah Dompot Dhuafa Jogja. Dompot Dhuafa merupakan lembaga amil zakat yang konsisten dalam mempublikasikan laporan keuangannya dan mempunyai kelebihan sebagai LAZ yang diakui oleh nasional dan internasional serta Dompot Dhuafa mampu mengelola dana di atas 50 milyar, yakni sebesar Rp. 260.937.152.072 pada tahun 2016 (Fathurrahman & Hajar, 2019, hal. 120). Dompot Dhuafa Jogja memiliki program Warung Beres (Angkringan Resik) yang bertujuan memberdayakan para pedagang kali lima terkhusus pedagang angkringan dengan menerapkan modal sosial dan prinsip hidup bersih sehat.

Para mustahik yang diberdayakan Dompot Dhuafa Yogyakarta melalui program Warung Beres dibentuk paguyuban yang diharapkan dapat menjadi wadah mengembangkan usaha bersama (Suhud & Sriharini, 2017, hal. 117). Selama pembinaan para pedagang tersebut juga diajarkan nilai-nilai Islam. Dengan adanya Warung Beres ini, sebanyak 80% pendapatan mustahik meningkat melampaui UMR di tahun 2019. Pada tahun 2020, pandemi *Covid-19* melumpuhkan UMKM yang menimbulkan kecemasan terus menurunnya omzet usaha, namun para pedagang angkringan ini justru mengumpulkan sebagian dana dari hasil jualan untuk diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan (DD Jogja, 2020).

Program ini menarik dikaji lebih dalam untuk melihat

kontribusi modal sosial Islam (*ukhuwwah*) yang telah diterapkan oleh Dompot Dhuafa yang berdampak pada ketahanan usaha para pedagang kecil dalam menghadapi pandemi *Covid-19*. Selama pandemi *Covid-19*, kebersihan sangat penting dan perubahan aktivitas masyarakat yang lebih mengutamakan pembelian secara *online* membuat para pelaku usaha mustahik perlu menyesuaikan kondisi dan menerapkan strategi-strategi modal sosial baru dalam mempertahankan usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Tlemsani & Matthews (2021) dengan judul “Zakat and social capital: thoughts on modernism, postmodernism, and faith” yang dipublikasikan dalam *Journal of Management, Spirituality and Religion* Vol. 18, No. 1, Februari 2021. Hasil penelitian tersebut menjelaskan adanya tujuan yang sama membuat modal sosial memiliki hubungan yang relevan dengan zakat. Prinsip-prinsip zakat memiliki kesamaan dengan konsep modal sosial dengan mengacu pada nilai kepercayaan, kepedulian terhadap sesama, kesediaan untuk hidup dengan norma-norma.

Saher & Zaki (2018) dengan judul “Peran Modal Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Yayasan Rombong Sedekah Jombang)” yang dipublikasikan dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 5, No. 1, Januari 2018 ISSN: 2407-1935. Hasil penelitian ini menunjukkan melalui pinjaman bebas riba dan penerapan modal sosial memegang peranan penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat perspektif maqâshid al-syarî'ah.

Bahri, et al (2019) dengan judul “Maqasid Al-Shariah in Micro-entrepreneurs Development: an Overview” yang dipublikasikan dalam *International Conference of Zakat* ISSN 2655-6251. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maqâshid al-syarî'ah yang berkaitan langsung dengan pengembangan wirausaha mikro adalah prinsip perlindungan keturunan (*hifdz al-nasl*) dan perlindungan aset (*hifdz al-mal*). Potret keberhasilan pengusaha mikro diukur dari aspek finansial, non finansial, transformatif dan spiritual.

Karmani (2019) dengan judul “Modal Sosial Islam Menuju Kesejahteraan Berbasis Maqashid Syariah” disertasi yang dipublikasikan menjadi buku terbitan Indomedia Pustaka ISBN 978-623-7137-04-7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial Islam berperan sebagai perubahan masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat perspektif maqâshid al-syarî'ah.

Wafaretta (2014) dengan judul "Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis dalam Perspektif Maqashid Syariah yang Diperluas" yang dipublikasikan dalam *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam* Vol. 1, No. 2, 2014 ISSN 2339-1847. Penelitian tersebut bersifat normatif dengan menjelaskan maqâshid al-syarî'ah dapat dijadikan perspektif untuk studi kelayakan bisnis yang sesuai syariat dengan indikator agama, akal, jiwa, dan harta tanpa memasukan tujuan memelihara keturunan serta menambahkan tujuan memelihara lingkungan dan persaudaraan (*ukhuwwah*)

MODAL SOSIAL ISLAM (*Ukhuwwah*)

Konsep modal sosial sebenarnya telah dijelaskan dalam Firman Allah, meskipun tidak menggunakan istilah modal sosial tetapi sangat relevan. Dalam QS. Al-Hujurat ayat 10 menjelaskan maksud dari ayat tersebut yang mengandung konsep *ukhuwwah* yang melahirkan modal sosial Islam yang kuat bagi umat muslim agar mencapai *khairu ummah* dan memiliki manfaat bagi sebuah perusahaan atau perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara (Sanrego, YD & Taufik, 2016). Tafsir ayat ini dibagi menjadi tiga bagian, di antaranya:

1. Tafsir Pertama
Terdapat 3 unsur *ukhuwwah*, yaitu *network*, *trust*, dan *reciprocity*.
2. Tafsir Kedua
Menyelesaikan konflik di dalam ayat tersebut dengan cara *ishlah* (damai) dan ketakwaan kepada Allah
3. Tafsir Ketiga
puncak kesejahteraan masyarakat yang didapati dari penerapan *ukhuwwah* atau modal sosial Islam

MAQÂSHID AL-SYARÎ'AH

Maqâshid al-syarî'ah terdiri dari dua kata, yaitu maqâshid dan al-syarî'ah yang masing-masing memiliki arti tersendiri. Maqâshid berasal dari bentuk jamak Bahasa Arab (*maqshad*) yang bermakna tujuan. Sedangkan kata al-syarî'ah memiliki makna menuju air atau dengan kata lain jalan yang menunjukkan sumber kehidupan (Nurhayati, 2018, hal. 128). Menurut Bahri, et al (2019), pengembangan wirausaha mikro tidak hanya menjaga keturunan (*nasl*) dan menjaga harta (*maal*), namun juga dapat diukur dari aspek transformatif dan spiritual. bahwasannya keberhasilan pengusaha mikro mustahik juga dapat diukur dari empat aspek, di antaranya:

1. Aspek Objektif
Berkaitan dengan keuangan perusahaan yang meliputi nilai aset yang dimiliki, pendapatan dan keuntungan meningkat.
2. Aspek Subjektif
Berkaitan dengan peningkatan kapasitas pengusaha mikro dan kepuasan pelanggan.
3. Aspektif Transformatif
Berkaitan dengan kondisi dari mustahik menjadi muzaki.
4. Aspek Spiritual
Berkaitan dengan kemampuan memenuhi kebutuhan beribadah kepada Allah SWT menambah rasa syukur atas nikmat Allah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kualitatif dengan metode *case study research* (studi kasus). Penelitian studi kasus adalah memahami latar belakang individu atau kelompok secara mendalam, utuh dan naturalistik (Yusuf, 2017, hal. 339). Dalam penelitian ini, sumber data primer diambil dari data kualitatif, sehingga data yang disajikan dalam bentuk uraian. Data ini diperoleh dari hasil observasi, dan wawancara di lokasi penelitian, yaitu dengan para mustahik program Warung Beres Dompot Dhuafa Yogyakarta serta sumber data sekunder diambil dari jurnal, buku, artikel, website resmi dan lain-lain yang mendukung penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berdasarkan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019, hal. 321–329), yaitu *data collection, reduction, display, conclusion drawing & verification*.

PEMBAHASAN

A. Warung Beres

Dompot Dhuafa Yogyakarta berinisiasi bahwa pemberdayaan yang dilakukan memiliki output berupa pemberdayaan ekonomi, tetapi pendekatannya tidak dengan modal finansial. Setelah proses pemikiran yang cukup panjang, tim Dompot Dhuafa Yogyakarta mendapati aspek kesehatan merupakan solusinya dan memiliki interkoneksi dengan pemberdayaan ekonomi. Hasil pemikiran ini didasarkan pada sebuah kejadian pada mahasiswa yang terjangkit penyakit Hepatitis A. Sebagai hasil dari tindak lanjut, mahasiswa tersebut memakan makanan yang dibeli dari pedagang kaki lima. Dapat disimpulkan bahwa makanan yang dibeli adalah tidak bersih dan higienis.

Dari kasus tersebut Dompot Dhuafa Yogyakarta mendapatkan solusi untuk membantu pedagang kaki lima (PKL) dalam hal “membereskan” warungnya menjadi lebih unik dengan pendekatan pemberdayaan hygiene dan sanitasi pangan. Program ini dibuat dengan konsep Warung “Beres” dengan kepanjangan Bersih, Resik, Sehat. Program Warung Beres dimulai pada tahun 2011 dan Di tahun 2013, paguyuban Warung Beres yang semula bernama Warung Beres Kota Yogyakarta menjadi Paguyuban Warung Beres DIY dan sudah berbadan hukum.

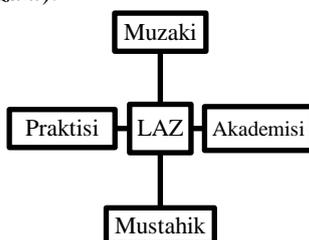
B. Modal Sosial Islam

1. Network

Sebelum menjadi anggota Warung Beres, mayoritas dari mereka memperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan Warung Beres dari orang-orang sekitarnya, seperti kerabat, tetangga maupun teman. Orang terdekat dapat menjadi jembatan dalam menciptakan peluang yang menguntungkan. Secara umum, semakin erat hubungan-hubungan di dalam masyarakat, semakin mudah bagi orang untuk meneruskan dan memperoleh informasi (Haridison, 2013, hal. 7).

Pedagang yang tergabung dalam Warung Beres tidak memiliki hubungan kerabat. Anggota Warung Beres setelah diberikan pelatihan dibentuk menjadi kelompok atau paguyuban sehingga membentuk sebuah keluarga baru. Ikatan sosial yang terbentuk dari program Warung Beres Dompot Dhuafa Yogyakarta merupakan *linking social*. Keberadaan *linking social* membangun pondasi modal sosial yang berguna untuk keberlangsungan usaha anggota Warung Beres.

Ikatan *linking social* terbentuk melalui perhatian dari suatu kelompok terhadap kelompok lain di mana membutuhkan kerjasama atau keterlibatan berbagai pihak untuk mencapai suatu tujuan tertentu sehingga tercipta sebuah *linking social capital* (Syahra, 2003, hal. 13). Dalam konteks Warung Beres, Dompot Dhuafa Yogyakarta selaku lembaga amal zakat memiliki tujuan untuk menanggulangi kemiskinan dengan mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan zakat produktif. Ikatan *linking social* ini terdapat berbagai pihak yang terlibat, seperti akademisi, praktisi dan donatur (*muzaki*).



Gambar 4.1: Linking Social Warung Beres

Membangun ikatan *linking social* berawal dari kewajiban umat muslim membayar zakat (*muzaki*) untuk diberikan kepada umat muslim yang tidak mampu (*mustahik*). Kemudian, dana zakat diberikan oleh lembaga amal zakat (LAZ) untuk dikelola menjadi zakat produktif. Dana zakat di Dompot Dhuafa Yogyakarta disalurkan ke program pemberdayaan salah satunya adalah program Warung Beres. Pengelolaan dana zakat tersebut digunakan untuk pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan-pelatihan, pemberian modal finansial dan non finansial kepada anggota Warung Beres.

Adanya kesadaran, partisipasi aktif dan kontribusi yang optimal dari berbagai pihak memengaruhi

terciptanya keberhasilan dari *linking social capital* (Syahra, 2003, hal. 14). Ikatan *linking social* menghubungkan anggota Warung Beres ke berbagai pihak. Hal tersebut selaras dengan penelitian Shaleh & Rosyidi (2019) bahwa program pengelolaan dana zakat membentuk *linking modal sosial* masyarakat sekitar.

Adanya pembentukan paguyuban membuat anggota Warung Beres diharuskan saling mengenal satu sama lain. Mayoritas anggota sudah menjadi bagian dari Paguyuban Warung Beres lebih dari tiga tahun. Jejaring yang tumbuh diikat oleh adanya kepercayaan (*trust*) yang dipertahankan dan dijaga oleh nilai atau norma yang ada. Nilai atau norma didasarkan pada firman Allah kepada seluruh umat muslim untuk saling mengenal (*ta'aruf*) dengan sesamanya. Mengutip dalam Sanrego & Taufik (2016, hal. 136), kewajiban umat muslim untuk saling mengenal (*ta'aruf*) terkandung dalam Q.S Al-Hujurat ayat 13.

Membangun jaringan yang solid tidak hanya mengandalkan perkenalan (*ta'aruf*) saja. Jejaring sosial Warung Beres terbentuk saat berkenalan yang kemudian terdapat interaksi dan tindakan yang berkelanjutan. Anggota Warung Beres memiliki kegiatan pertemuan rutin setiap bulan, sehingga menghasilkan keakraban di antara mereka. Pertemuan yang dilakukan dapat memperkuat peran kerjasama dan partisipasi para anggota.

Agenda pertemuan yang dilakukan memberikan manfaat kepada setiap anggota. Dalam pertemuan membahas keuangan paguyuban serta aktivitas-aktivitas lainnya untuk keberlangsungan usaha yang mereka miliki. Aktivitas yang dilakukan mengedepankan *face to face relationship* di mana mereka saling mengenal dan dapat melihat satu sama lain. Agenda pertemuan setiap kabupaten sudah mulai diadakan setelah PPKM mulai dilonggarkan, kecuali Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta. Setiap kabupaten memiliki kebijakan masing-masing, sehingga pengadaaan agenda pertemuan tergantung kesanggupan dari masing-masing paguyuban.

Di masa *Covid-19*, aktivitas di Warung Beres menjadi terhambat. Dalam wawancara hanya satu paguyuban yang masih jalan aktivitas administrasinya di saat pemerintah membatasi kegiatan di luar rumah, yaitu Kabupaten Kulon Progo. Dalam melakukan pertemuan, anggota Warung Beres tetap menerapkan protokol kesehatan. Jika ada yang sakit, informasi yang telah disampaikan dalam pertemuan akan diberikan dalam grup media sosial Warung Beres.

Warung Beres memiliki grup di media sosial yang dipergunakan untuk saling bertukar pikiran, mempererat hubungan antar sesama maupun mendapat informasi dari Dompot Dhuafa Yogyakarta. Media sosial yang terhubung melalui jaringan internet dapat memfasilitasi dan mempermudah anggota Warung Beres dalam berinteraksi. Penggunaan media sosial membangun jejaring (*network*) sehingga memengaruhi pengembangan kualitas modal sosial yang dimiliki.

Dalam grup paguyuban tersebut, Dompot Dhuafa Yogyakarta ikut bergabung dan memantau aktivitas serta membantu anggota Warung Beres jika mengalami kesulitan. Di situasi *Covid-19*, mayoritas anggota hanya menunggu bantuan dari Dompot Dhuafa Yogyakarta dan tidak berinisiatif mencari informasi-informasi untuk mempertahankan usahanya. Meskipun begitu, sebelum adanya pandemi *Covid-19* sebagian anggota Warung Beres telah memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan menambah ilmu berdagang.

Media sosial tidak hanya mempermudah berinteraksi sesama anggota Warung Beres. Media sosial menjadi jembatan anggota untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Mayoritas anggota lebih senang menggunakan media sosial untuk berjualan, ketimbang menggunakan *platform* jualan *online* (*marketplace*). Hal tersebut dikarenakan media sosial lebih mudah.

Keadaan kepemilikan teknologi yang tidak memadai, seperti tidak terlalu paham dengan penggunaannya, kapasitas *handphone* yang tidak mencukupi juga memengaruhi kurangnya penggunaan *marketplace*. Dalam hasil wawancara, hanya dua anggota yang memanfaatkan *platform* jualan *online* untuk memperluas jaringan pemasaran. Penggunaan dan pemanfaatan jejaring teknologi tentunya memengaruhi peningkatan penjualan terutama pada masa pandemi *Covid-19*.

Di sisi lain, hasil wawancara mendapati tiga anggota yang tidak membangun hubungan dengan pelanggan melalui media sosial. Padahal anggota tersebut dapat mengakses media sosial. Mereka lebih memilih menunggu pembeli untuk datang langsung ke warungnya. Hal tersebut disebabkan kurangnya motivasi untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

Anggota paguyuban memanfaatkan teknologi untuk menambah ilmu berdagang. Adanya jejaring (*network*) yang kuat di dalamnya dapat membantu memfasilitasi anggota-anggota yang tidak bisa menciptakan jejaring (*network*) melalui teknologi karena tidak terlalu paham cara penggunaannya. Anggota yang memiliki informasi atau pengetahuan luas biasanya membagikan kepada anggota Warung Beres lainnya melalui grup paguyuban di media sosial. Hal tersebutlah yang dimaksud sebagai rejeki yang datang dari menjaga hubungan silaturahmi.

Hubungan tali persaudaraan yang kuat antar anggota Warung Beres disempurnakan dengan silaturahmi. Dalam Islam, silaturahmi adalah salah satu sarana untuk mempererat hubungan antar sesama. Silaturahmi dapat menumbuhkan sikap saling menghargai dan menyayangi sehingga menciptakan fondasi jaringan yang kuat (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 140).

Anggota Warung Beres memahami manfaat menjaga silaturahmi antar anggota akan mendatangkan rejeki dan memperkuat tali persaudaraan (*ukhuwwah*). Dalam menjaga hubungan silaturahmi antar sesama anggota dengan cara menanyakan kabar kepada anggota lainnya, membantu anggota yang sedang kesulitan dan sering mengikuti agenda kegiatan paguyuban. Hal tersebut juga bentuk dari strategi mempertahankan kerjasama yang telah terjalin, sehingga secara langsung berpengaruh terhadap kelangsungan usaha yang dimiliki baik sebelum dan selama pandemi *Covid-19*.

2. Trust

Kepercayaan (*trust*) adalah suatu tindakan sosial yang terus menerus diterapkan atau dipraktikkan oleh masyarakat yang muncul dari interaksi dan pengalaman yang ditafsirkan oleh mereka yang mengalaminya secara langsung. Oleh karena itu, kepercayaan bersifat permanen dan pribadi. Proses ini dialami oleh hampir semua orang seumur hidupnya (Chalid, 2012, hal. 30).

Dalam penelitian ini bermaksud menjelaskan pemahaman *trust* sosial sebagai suatu nilai yang dapat menghubungkan orang-orang dalam suatu jaringan yang besarnya ditentukan oleh seberapa kuat kepercayaan itu dibangun. Dalam ranah modal sosial, dikutip dalam Sanrego & Taufik (2016, hal. 145) kepercayaan (*trust*) diartikan dengan sebuah bentuk risiko dalam hubungan

sosial.

Dalam mengambil sebuah keputusan, kepercayaan berperan untuk meminimalkan risiko yang akan terjadi dalam sebuah hubungan sosial. Pada hakikatnya manusia memiliki modal membangun kepercayaan yang kuat dan melekat sejak lahir, sebab manusia tidak dapat memilih identitas sejak lahir yang pada akhirnya manusia dituntut untuk berinteraksi dengan orang-orang di sekitarnya sebelum bersentuhan dengan dunia yang belum dikenal (Chalid, 2012, hal. 33–34). Pemikiran tersebut senada dengan syariat Islam bahwa kepercayaan merupakan hal yang mendasar dan menjadi fitrah setiap manusia, sehingga secara tidak langsung manusia memiliki sikap saling percaya dan selalu berprasangka baik terhadap orang lain. Mengutip dalam Sanrego & Taufik (2016, hal. 147), mengenai fitrah setiap manusia telah dijelaskan pada QS. Ar-Rum (30): 30.

Orang-orang dalam rantai kehidupan terdekat sering dijadikan sebagai kepercayaan utama (primer). Kepercayaan utama (primer) muncul berdasarkan perasaan awal yang berkembang dalam diri setiap orang dan berlangsung seumur hidup. Hal ini dikarenakan adanya hubungan yang cukup kuat, seperti hubungan darah, kekerabatan etnis, agama dan lain-lain. Orang-orang terdekat dapat dikatakan sebagai kunci untuk memahami dan mengakses dunia luar. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan utama (primer) terbentuk baik secara alamiah maupun budaya (Chalid, 2012, hal. 31–32).

Dalam konteks Warung Beres, sebelum menjadi bagian anggota Warung Beres sepatutnya memiliki sikap percaya terhadap program yang diikuti. Seyogianya sebelum menjadi anggota diperlukan untuk mengetahui seluk beluk program Warung Beres dari Dompot Dhuafa Yogyakarta agar terhindar dari risiko dalam hubungan sosial. Dalam wawancara terhadap dua belas anggota Warung Beres hanya dua orang yang mengetahui Dompot Dhuafa Yogyakarta bergerak dalam bidang pemberdayaan umat.

Mayoritas anggota Warung Beres tidak mengetahui Dompot Dhuafa Yogyakarta sebelum mendaftarkan diri menjadi anggota. Para anggota langsung mempercayai dan ikut serta pada program Warung Beres karena ajakan teman maupun tetangga. Informasi yang didapat dari teman dan tetangga dirasa cukup meskipun mayoritas tidak mengenal Dompot Dhuafa Yogyakarta serta tidak adanya inisiatif mencari informasi detail mengenai program yang diikuti terlebih dahulu. Dalam wawancara yang dilakukan bersama informan Sutinah menyatakan:

“Saya ikut warung beres karena teman saya menawarkan untuk ikut. Waktu itu saya belum tahu Dompot Dhuafa, justru saya tahunya Warung Beres. Saya baru tahu saat pelatihan kalau Warung Beres itu ternyata program dari Dompot Dhuafa Yogyakarta. Saya yakin ikut Warung Beres karena dari teman saya dan selama pelatihan itu memberikan dampak positif buat saya”.

Aspek membangun sebuah kepercayaan ditentukan dari pengalaman, persepsi dan derajat serta kedalaman interaksi sosial. Ketika seseorang maupun kelompok mampu memberikan kesan sikap dan tindakan yang baik akan menimbulkan persepsi kepercayaan (*trust*) seseorang meskipun tidak saling mengenal secara personal (Usman, 2018, hal. 51–52). Hal ini diterapkan oleh Dompot Dhuafa Yogyakarta dalam merekrut anggota Warung Beres. Salah seorang anggota Warung Beres bernama Sugiyanto menjelaskan bahwa tim dari Dompot Dhuafa datang ke warungnya seraya menjelaskan tentang program Warung Beres dan keuntungannya jika mengikuti program

tersebut. Informan bernama Sugiyanto menyatakan:

“Saya dulu tidak tahu Dompot Dhuafa, tapi saya percaya dan ikut program ini. Saya diberi tahu tentang zakat saat mereka datang ke tempat saya pertama kali. Dari pemberitahuan tersebut saya yakin kalau ikut program ini bisa memberi dampak baik terhadap usaha saya. Saya semakin percaya dengan adanya pelatihan sama Dinas Kesehatan dan dosen-dosen. Itu kan tidak main-main”.

Tergabung dalam anggota Warung Beres tentunya akan selalu berinteraksi dengan sesama anggota. Dengan menyadari bahwa setiap manusia pada hakikatnya adalah orang baik, maka setiap manusia harus memiliki sikap saling percaya sebelum terbukti bahwa orang yang kita percayai tersebut telah keluar dari fitrahnya (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 148). Islam telah memerintahkan umat muslim untuk selalu berprasangka baik (*husnuzhzhān*) terhadap orang lain. Mayoritas anggota Warung Beres yang telah diwawancarai menganggap bahwa percaya dengan orang sangat penting terlebih saat bertemu dengan orang untuk pertama kalinya. Namun, anggota menilai seseorang dapat dipercaya dilihat dari sifat atau karakternya.

Keadaan tingkat kepercayaan anggota Warung Beres terbilang baik. Mayoritas informan yang telah diwawancarai adalah orang yang mudah berbaur dan memiliki sikap *husnuzhzhān* terhadap orang lain. Hubungan sosial dilandasi dengan kepercayaan dan sikap *husnuzhzhān* akan menumbuhkan keyakinan pada orang lain untuk melakukan sesuatu yang seperti diharapkan dan senantiasa bertindak dalam suatu pola yang saling mendukung. Informan Iwan mengatakan:

“*Positif thinking* saja. Intinya mau mereka negatif, kita tetap positif. Akhirnya, kalau kita selalu menumbuhkan sikap positif, orang jadi segan sama kita. Bukannya minta disegani, tapi setiap perilaku positif yang kita tanamkan dapat membuat mereka memikirkan yang baik-baik dan kemungkinan tidak mau bertindak jahat atau negatif ke kita. Jadi berprasangka baik memang penting”.

Hubungan antar anggota Warung Beres dilandasi dengan pertemanan dan kekerabatan yang diselimuti sikap saling percaya. Dengan adanya prinsip hidup bersama dalam rasa sepenanggungan, anggota Warung Beres sering bertukar informasi untuk saling menguatkan dan mendukung peran masing-masing. Dalam mengatasi situasi *Covid-19*, anggota Warung Beres saling bercerita keadaan penjualan di grup media sosialnya. Menurut mereka, menceritakan keluh kesah membuat hati semakin tenang dan tidak semakin larut dalam kesedihan. Rasa saling percaya terhadap sesama anggota Warung Beres diterapkan agar dapat menjalin kerja sama yang menguntungkan.

Warung Beres merupakan kelompok pedagang angkringan dan warung makan yang sudah berbentuk badan hukum. Setiap kabupaten maupun provinsi memiliki pemimpin untuk menaungi para anggotanya agar dapat menjalankan tujuan organisasi dengan baik dan terstruktur.

Musyawaharah merupakan cara untuk memilih ketua dan pengurus Paguyuban Warung Beres. Dalam menentukan ketua dan pengurus tentunya terdapat rasa percaya dari para anggota kepada orang yang diamanahkan. Anggota Warung Beres percaya pada orang yang memiliki pengalaman organisasi yang baik layak menjadi pemimpin. Pengalaman tersebut dilihat dari keaktifan seseorang di organisasi. Hal tersebut membuat citra dirinya baik dan dapat memberikan rasa

percaya kepada anggota kelompok.

Menurut Sanrego & Taufik (2016, hal. 146), masyarakat yang kurang memiliki rasa percaya atau saling curiga akan sulit menghindari berbagai situasi sosial dan ekonomi yang mengancam. Hal tersebut juga mengakibatkan hilangnya semangat dan partisipasi masyarakat dalam rangka menuju kehidupan yang lebih baik. Dalam hubungannya dengan Warung Beres, persoalan kecurigaan antar anggota pernah dirasakan. Salah satunya adalah aktivitas koperasi yang diperuntukkan memajukan usaha para anggotanya.

Koperasi dalam Paguyuban Warung Beres memiliki permasalahan, yaitu beberapa orang yang tidak memenuhi atau menyelesaikan kewajibannya. Hal tersebut membuat bendahara paguyuban Kulon Progo, Sutinah, tidak serta-merta menilai negatif kepada orang yang meminjam. Dalam wawancara yang bersama informan Sutinah mengatakan:

“Sama mas Nur (pengurus Dompot Dhuafa Yogyakarta) sering diberikan nasihat-nasihat, seperti dalam berorganisasi itu harus ada unsur kepercayaan sama orang lain. Seumpama, saya kan bendahara, saya kedatangan orang yang minjam tetapi telat mengembalikan atau mesti diingatkan terlebih dahulu ke orangnya. Dalam keadaan seperti itu, saya tetap harus berpikir positif sama orangnya. Semisal tidak dikembalikan uang pinjamannya, saya cari tahu dulu kenapa tidak dikembalikan. Intinya cari tahu permasalahannya dulu dan jangan langsung berpikir negatif sama orang”.

Prasangka buruk antar sesama umat lazimnya tidak dilandasi dengan kepercayaan. Tindakan Informan Sutinah dalam mencari tahu terlebih dahulu permasalahan yang terjadi dapat mempertahankan hubungan dan kepercayaan yang sehat. Sudah sepatutnya seseorang tetap menerapkan prasangka baik di setiap hubungan dengan orang lain meskipun terjadi suatu permasalahan.

Kepercayaan (*trust*) juga dapat diartikan dengan sebuah keyakinan terhadap nilai-nilai positif yang mampu menciptakan perubahan dan kemampuan melakukan transformasi atas nilai-nilai yang menjadi referensi ke dalam kehidupan (Usman, 2018, hal. 52). Kemampuan seseorang dalam memahami suatu nilai-nilai yang tertanam dalam kelompok diasumsikan sebagai referensi untuk semua orang dalam aktivitasnya untuk mencapai tujuan bersama. Nilai-nilai yang tertanam bersifat memaksa dan dapat menjadi acuan untuk menyelesaikan suatu penyimpangan. Seseorang yang mematuhi nilai-nilai yang tertanam akan mendapatkan *reward* dan mereka yang mengingkari diberi sanksi (Usman, 2018, hal. 52).

Dalam konteks Warung Beres, Dompot Dhuafa menerapkan nilai-nilai yang diperuntukkan bagi anggota Warung Beres. Nilai-nilai yang terkandung adalah menjual makan dan minuman halal seraya menerapkan *hygiene* dan sanitasi pangan di setiap aktivitas jualan. Anggota Warung Beres dituntut untuk mematuhi nilai-nilai yang tertanam agar dapat membawa perubahan bagi dirinya sendiri dalam persoalan berdagang. Jika ada pedagang atau anggota Warung Beres yang tidak mematuhi nilai-nilai tersebut akan mendapatkan sanksi yang berlaku. Dalam wawancara bersama Nuryanto, selaku ketua divisi pemberdayaan ekonomi, menyatakan:

“Agar para pedagang terpacu untuk menerapkan *hygiene* dan sanitasi pangan dalam masa satu tahun program pemberdayaan, Dompot Dhuafa menerapkan *reward* dan *punishment*. Adanya pemberlakuan *reward* dan *punishment* membuat 99% para anggota menerapkan *hygiene* dan sanitasi pangan di

warungnya”.

Kemampuan para pedagang atau anggota Warung beres dalam mengimplementasikan nilai-nilai membuah hasil yang memuaskan. Keuntungannya bukan diperuntukkan bagi Dompot Dhuafa, tetapi dapat dirasakan oleh para pedagang Warung Beres. Dengan menerapkan *hygiene* dan sanitasi pangan menghadirkan citra yang baik bagi Warung Beres dan menciptakan ciri khas atau keunikan dalam warungnya. Tak hanya itu, dampak lebih lanjut adalah loyalitas pelanggan.

Dalam *ukhuwwah* terdapat unsur nilai yang terkandung dalam ajaran Islam yang sudah sepatutnya diterapkan. Nilai-nilai yang ditanamkan di Warung Beres memiliki unsur nilai Islam di dalamnya, karena berorientasi kemaslahatan bersama.

3. *Reciprocity*

Fenomena hubungan timbal balik ditemukan dalam beberapa aktivitas di Warung Beres. Sebuah organisasi tentunya memerlukan gagasan-gagasan pemikiran dari anggotanya untuk mencapai tujuan. Gagasan yang diberikan dari anggota merupakan wujud timbal balik dari interaksi dalam organisasi. Modal sosial Islam (*ukhuwwah*) yang diterapkan pada Paguyuban Warung Beres merupakan kepentingan ekonomi, tetapi juga terdapat hubungan pertemanan dan kekerabatan sehingga memperkuat *risk-sharing* (membagi risiko).

Paguyuban Warung Beres memiliki prinsip senasib dan sepenanggungan sehingga jika terjadi salah satu anggota memiliki permasalahan, anggota lainnya ikut membantu menyelesaikannya. Tak hanya antar sesama anggota Warung Beres, hubungan timbal balik juga terjadi dengan masyarakat sekitar. Setiap kabupaten memiliki dana sosial yang diperuntukkan membantu antar anggota Warung Beres dan khalayak umum, contohnya berinisiatif untuk memberikan bantuan kepada UMKM yang ada di Yogyakarta dan membantu saudara anggota yang terkena musibah kebakaran.

Anggota Warung Beres tidak membedakan pemberian dana sosial. Pemberian tersebut murni atas dasar kemanusiaan di mana setiap manusia tidak mungkin hidup sendirian dan selalu berdampingan. Manusia tidak luput dari suatu permasalahan maupun musibah. Maka dari itu, tolong-menolong adalah kewajiban setiap manusia. Dalam Sanrego & Taufik (2016, hal. 144) telah dijelaskan bahwa Allah memerintahkan setiap umat muslim untuk saling tolong-menolong dalam kebajikan melalui Q.S Al-Maidah (5): 2.

Ukhuwwah yang telah melekat cenderung memiliki jiwa sosial yang tinggi sehingga menciptakan saling tukar kebaikan antar individu maupun kelompok (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 142). Hubungan antar anggota Warung Beres sangatlah kuat sehingga saling tukar kebaikan telah menjadi sebuah kebaikan yang melekat di dalamnya. Hubungan anggota Warung Beres dengan Dompot Dhuafa Yogyakarta juga sangat erat. Anggota Warung Beres sangat berterima kasih kepada Dompot Dhuafa Yogyakarta yang telah membantu memajukan usahanya melalui pemberdayaan. Meskipun demikian, anggota Warung Beres belum memberikan timbal balik kepada Dompot Dhuafa Yogyakarta.

Dalam hasil wawancara, anggota Warung Beres tidak memikirkan untuk memberikan suatu tanda terima kasih kepada Dompot Dhuafa Yogyakarta. Namun, harapannya suatu saat nanti anggota-anggota

paguyuban dapat memberikan tanda terima kasih tidak hanya dengan ucapan saja.

Hubungan timbal balik tidak selamanya berkaitan dengan perolehan manfaat yang diterima oleh kedua belah setidaknya setimpal (Fathy, 2019, hal. 7). Dalam wawancara dengan pihak Dompot Dhuafa Yogyakarta, menurut Nuryanto, Dompot Dhuafa Yogyakarta telah memberikan pelatihan-pelatihan agar warung menjadi bersih, nyaman, terhindar dari rentenir, dapat menabung, bersedekah dan sukses. Semua yang telah diberikan tidak mengharap balas budi yang setimpal. Dompot Dhuafa Yogyakarta hanya mengharapkan ilmu yang telah diberikan selalu diterapkan dan senantiasa membantu sesama baik dengan anggota maupun masyarakat.

Fenomena yang dilakukan anggota Warung Beres merupakan hubungan timbal balik terhadap Dompot Dhuafa Yogyakarta. Penerapan *hygiene* dan sanitasi pangan oleh anggota Warung Beres merupakan timbal balik dari pemberian pelatihan dari Dompot Dhuafa Yogyakarta. Pola pertukaran ini tidak dilakukan sekadar hubungan timbal balik tetapi terdapat nuansa *itsar* di dalamnya. Menurut Sanrego & Taufik (2016, hal. 142) *itsar* berarti kemauan dalam membantu dan mendahulukan kepentingan orang lain. Tingginya modal sosial yang ada pada masyarakat dapat membangun sikap saling tolong menolong, memperhatikan dan kepedulian sosial.

3. *Konflik & Takwa*

Menurut Ancok (2003, hal. 5), bahwa modal sosial sangat penting dan telah terkandung dalam QS. Al-Hujurat ayat 13. Menurutnya, dengan memiliki modal sosial, masyarakat tetap dapat menghadapi konflik dan perpecahan. Hal yang senada dengan modal sosial yang dibangun dengan *ukhuwwah* sering kali dihadapkan beberapa konflik yang terjadi (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 150). Islam mengajarkan kepada seluruh umat untuk menyelesaikan konflik dengan jalan damai (*ishlah*).

Sudah menjadi hal yang lumrah adanya konflik dalam organisasi. Konflik dalam organisasi muncul karena terdapat perbedaan kepribadian masing-masing anggota dan salah satu pihak merasa dirugikan (Lumintang, 2015, hal. 2). Dalam konteks Warung Beres, konflik yang sering terjadi adanya perbedaan pendapat. Manakala perbedaan pendapat cukup tajam dapat mengakibatkan ketegangan, rasa tidak nyaman dan lain-lain. Di sisi lain, bergurau juga dapat memunculkan konflik antar anggota di Warung Beres. Bergurau memang membuat suasana menjadi senang dan dapat membangun keakraban antar sesama anggota. Namun, bergurau juga dapat memantik sebuah konflik apabila terdapat unsur-unsur yang menyinggung atau menyakitkan perasaan seseorang.

Penyelesaian masalah konflik didukung dengan keberadaan masyarakat yang dapat mendamaikan pihak yang berkonflik sehingga peran masyarakat sangat penting. Hal tersebut senada dengan pendapat Asy-Syaukani dalam Sanrego & Taufik (2016, hal. 152) menjelaskan bahwa umat lainnya harus mendamaikan umat yang sedang berada dalam sebuah konflik. Warung Beres memiliki *ukhuwwah* yang kuat di mana solidaritas, rasa saling percaya dan asas timbal balik yang dilakukan mendorong tindakan yang merepresentasi kepedulian dan kekeluargaan. Maka dari itu, konflik yang terjadi tidak pernah menimbulkan permusuhan dan perpecahan yang serius. Anggota Warung Beres memiliki siasat untuk menyelesaikan konflik yang ada, di antaranya:

- a. Menasihati
- b. Musyawarah dengan memberikan arahan terbaik
- c. Voting

Dalam Warung Beres sikap sabar, mengalah dan saling toleransi juga diterapkan agar dapat mencegah munculnya konflik yang akan terjadi. Sikap tersebut sangat bermanfaat untuk menghindari konflik yang akan terjadi dalam Warung Beres. Sikap mengalah sering kali dilakukan oleh anggota-anggota lainnya. Menurut anggota Warung Beres, mengalah adalah cara yang efektif agar tidak memperpanjang konflik dan menahan amarah satu sama lain. Hal tersebut juga mampu mencegah untuk menyakiti dengan perkataan dan perbuatan kepada anggota lainnya. Sikap yang dimiliki anggota Warung Beres termasuk dalam kategori ketakwaan kepada Allah SWT.

Dengan menerapkan ketakwaan dalam *ukhuwwah* dapat menciptakan ketentraman dan kesejahteraan. Kesejahteraan yang diperoleh merupakan puncak dari menerapkan *ukhuwwah* di mana konflik yang terjadi sangat minim dan masyarakat merasa aman dan tentram (Sanrego & Taufik, 2016, hal. 158). Hal tersebut dirasakan pada anggota Warung Beres di mana Paguyuban Warung Beres masih tetap berdiri kokoh sejak 2011 yang menjadi wadah anggota saling interaksi, bertukar pikiran dan lain-lain. Jika anggota tidak menerapkan manajemen konflik bisa dipastikan tidak ada lagi Paguyuban Warung Beres.

C. *Maqâshid Al-Syarî'ah*

1. Aspek Objektif

Dalam menilai kesuksesan usaha mikro mustahik dapat dilihat dari aspek objektif di mana dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan dari usaha yang dijalankan (Bahri et al., 2019, hal. 264). Usaha yang dimiliki oleh anggota Warung Beres dapat bertahan karena adanya *ukhuwwah* dari pelaksanaan zakat sebagai stimulus bagi para mustahik untuk memajukan usahanya.

Adanya pemberdayaan ekonomi membuat usaha anggota Warung Beres dapat bertahan dan mengalami peningkatan pendapatannya. Dari hasil wawancara, mayoritas anggota memiliki pendapatan di bawah satu juta rupiah sebelum mengikuti program Warung Beres. Setelah adanya pemberdayaan, rata-rata anggota Warung Beres mengalami peningkatan pendapatan mencapai di atas Rp 1.500.000. Namun, terdapat satu orang yang tidak mengalami peningkatan pendapatan, yaitu dengan nominal di bawah Rp 500.000.

Pemberdayaan yang telah dilakukan membuat sebagian anggota mengalami peningkatan pendapatan. Namun, hanya dua orang yang telah melampaui UMP Yogyakarta sesuai dengan Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 372/KEP/2021, yaitu pendapatan di atas 1.800.000. Saat terjadi pandemi Covid-19, mayoritas anggota Warung Beres mengalami penurunan pendapatan, tetapi terdapat dua orang yang masih bertahan dengan nominal pendapatan di atas Rp 1.800.000.



Grafik 0.1: Pendapatan Anggota Warung Beres

Adanya pandemi Covid-19 membuat aktivitas jualan anggota Warung Beres terhambat. Namun, terdapat satu

anggota yang tetap berjualan sehingga yang awalnya tidak mengalami peningkatan menjadi meningkat pendapatan mencapai Rp 500.000 – Rp 1.000.000. Penurunan pendapatan yang dialami oleh anggota Warung Beres pada masa Covid-19 sangatlah wajar, karena pembatasan aktivitas selama pandemi telah menyebabkan kerugian ekonomi secara nasional (Hadiwardoyo, 2020, hal. 83).

Adanya unsur persaudaraan (*ukhuwwah*) antar umat Islam melalui pelaksanaan zakat membuat anggota Warung Beres terbantu dalam keberlangsungan usahanya. Dalam tabel di atas dapat menggambarkan bahwa dana zakat bukanlah suatu hal baru yang dapat mempertahankan usaha dalam situasi pandemi Covid-19, melainkan dana zakat sudah ada sejak dahulu dan menjadi stimulus untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mustahik.

Dana zakat tidak menjadi satu-satunya kunci keberhasilan mempertahankan usaha di kala pandemi Covid-19. Mengelola keuangan juga menjadi strategi untuk kelangsungan usaha anggota. Dalam Islam, uang (harta) sebagai bahan bakar dalam berbisnis sehingga mengelola harta sangat diperlukan dan wajib dikelola dengan orang yang profesional (Hadi, 2012, hal. 150).

Dalam konteks Warung Beres, anggota dilatih mengelola keuangan, karena anggota Warung Beres mayoritas tidak bisa mengelola keuangan usahanya. Akibatnya anggota tidak bisa menabung, sering meminjam di rentenir, jarang bersedekah dan sulit mengatur keuangan usaha. Dengan adanya pelatihan mengelola keuangan, anggota Warung Beres dapat mengelola keuangan usaha dan keuangan Paguyuban Warung Beres. Jika terdapat anggota yang kesulitan dalam mengelola keuangan warungnya, Dompot Dhuafa Yogyakarta tetap mendampingi dan memberikan arahan kepada anggota-anggota yang merasa kesulitan.

2. Aspek Subjektif

Peningkatan pendapatan anggota Warung Beres tidak hanya dari faktor penambahan modal finansial saja, tetapi juga dari pelatihan dan pendampingan yang membuat anggota Warung Beres meningkatkan kapasitasnya sebagai pengusaha. Dana zakat produktif dapat digunakan sebagai peningkatan kapasitas, pendampingan dan bimbingan rohani yang pada akhirnya berdampak pada kinerja pengusaha mikro (Bahri et al., 2019, hal. 263).

Peningkatan kapasitas anggota Warung Beres melalui pemberdayaan hygiene dan sanitasi pangan, mengelola keuangan dan pelatihan jualan online. Pelatihan yang diberikan membuat usaha yang dimiliki anggota Warung Beres menjadi terarah dan maju. Terlebih manfaat pelatihan hygiene dan sanitasi pangan yang telah diimplementasikan anggota Warung Beres sangat berguna disituasi pandemi Covid-19.

Kebiasaan menjaga kebersihan dan kesehatan warung memberikan dampak positif bagi anggota Warung Beres. Tindakan yang dilakukan oleh anggota Warung Beres merupakan untuk kebaikan bersama. Hal tersebut selaras dengan kriteria perusahaan islami perspektif *maqâshid al-syarî'ah*, yaitu sebuah usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan saja, tetapi juga keberkahan (Hadi, 2012, hal. 149). Menurutnya, keberkahan lebih utama, karena memberikan keadilan bagi semua pihak yang terlibat sehingga dalam berbisnis tidak hanya untuk kepentingan dunia (mendapatkan keuntungan), melainkan memperoleh keberkahan dunia akhirat. Hal tersebut merupakan tindakan kepatuhan syariah dari segi kualitas produk. Produk halal dan *thayyib* merupakan ketentuan syariat yang mutlak untuk umat muslim (Wafaretta, 2014, hal.

20).

Tidak hanya kesehatan dan kebersihan saja, terdapat upaya lain yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Menurut anggota Warung Beres terdapat tiga hal lain yang wajib diimplementasikan, seperti jujur, ramah dan sopan kepada pelanggan, cita rasa dijaga. Upaya tersebut yang dilakukan di atas untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap usaha yang dimiliki anggota Warung Beres. Adanya rasa percaya membuat mayoritas anggota Warung Beres memiliki kontak pelanggan-pelanggannya yang dapat membangun jejaring dengan melakukan interaksi yang berkelanjutan, seperti mempermudah untuk melakukan pesan antar dan juga membuat pelanggan menjadi nyaman dan loyal.

3. Aspek Transformatif

Wujud kesuksesan mustahik sebagai pengusaha dalam perspektif *maqâshid al-syarî'ah* dapat mengubah kondisinya dari mustahik ke munfiq kemudian menjadi muzaki (Bahri et al., 2019, hal. 265). Dari hasil wawancara, anggota Warung Beres telah melaksanakan zakat fitrah sebelum bergabung menjadi anggota Warung Beres hingga saat ini.

Di sisi lain, anggota Warung Beres mayoritas belum menunaikan zakat mal karena belum mencapai nishab. Hanya dua orang yang pernah menunaikan zakat mal meskipun ditunaikan sebelum terjadi pandemi Covid-19. Kendati mayoritas belum bisa menunaikan zakat mal, anggota Warung Beres selalu memberikan infak dan sedekah kepada sesama. Hal tersebut dipengaruhi adanya *ukhuwwah* yang didapatkan anggota Warung Beres melalui pemberdayaan ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatannya.

4. Aspek Spiritual

Dalam Warung Beres kegiatan keagamaan sangat jarang diadakan. Namun, anggota Warung Beres lebih sering membagikan ilmu-ilmu agama dalam grup media sosial paguyuban. Membagikan ilmu agama membuat anggota terus mengingat apa saja yang diperintahkan dan dilarang-Nya serta mengetahui shahih atau tidaknya sunnah Rasulullah SAW.

Pendampingan yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Yogyakarta terhadap anggota Warung Beres membuat usaha yang dijalankan tidak lepas dari ketentuan syariat. Hal ini dapat terlihat dari penerapan hygiene dan sanitasi pangan yang membuat produk yang dihasilkan adalah halal dan *thayyib*. Dalam mengelola harta, anggota Warung Beres mampu menerapkan prinsip syariah pada koperasi paguyuban. Aktivitas ini menciptakan keberkahan dan keuntungan bagi usaha anggota Warung Beres.

Keberadaan *ukhuwwah* membuat anggota Warung Beres dapat meningkatkan kapasitas sebagai pengusaha untuk mendapatkan keberkahan dan keuntungan dalam bisnisnya sehingga terdapat kemaslahatan yang menjadi inti dari tujuan (*maqâshid al-syarî'ah*) dan dapat menghantarkan kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*).

KESIMPULAN

1. Bahwasanya *ukhuwwah* yang diterapkan anggota Warung Beres melalui indikator jejaring, kepercayaan, timbal balik, konflik dan takwa memengaruhi hubungan antar sesama anggota Warung Beres. Adanya modal sosial (*ukhuwwah*) juga dapat membangun hubungan antara anggota Warung Beres dengan pelanggan atau konsumen. Hal

tersebut dapat membantu mempertahankan usahanya baik sebelum dan pada masa *Covid-19*.

2. Menerapkan nilai-nilai *ukhuwwah* dapat berkontribusi untuk mewujudkan keberhasilan usaha anggota Warung Beres perspektif *maqâshid al-syarî'ah*. Melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan Dompot Dhuafa Yogyakarta membuat usaha anggota Warung Beres berorientasi pada kemaslahatan yang menjadi inti dari tujuan (*maqâshid al-syarî'ah*) sehingga dapat menghantarkan keuntungan dan keberkahan dunia dan akhirat (*falah*).

SARAN

1. Modal sosial Islam yang diterapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan praktisi untuk program pemberdayaan ekonomi
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut terkait pengukuran kesuksesan usaha dengan indikator lain.
3. Modal sosial Islam (*ukhuwwah*) yang ada pada anggota Warung Beres sangat baik, meskipun ada beberapa anggota yang belum dapat membangun hubungan dengan pelanggan yang berkelanjutan, sehingga diharapkan ke depannya anggota memiliki motivasi untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

REFERENCE

- Agustin, A. F., Ashar, K., & Multifiah, M. (2013). Identifikasi Modal Sosial Pada Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Dana Zakat, Infak dan Sedekah. *Iqtishoduna*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.2277>
- Aminuddin, Z. S., Ahmad Bustamam, U. S., & Mahyuddin, Muhamad Khairi, Sathiman, S. (2017). Exploring the Concept of Al-Fal Āḥ (Success) in Business. *BEST Journals*, 4(August 2016), 23–36.
- Ancok, D. (2003). Modal Sosial Dan Kualitas Masyarakat. *Psikologika*, VIII(15), 4–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/psikologika.vol8.is15.art1>
- Artaya, I. P., & Muchayan, A. (2020). Stimulan Peningkatan Kemampuan Usaha Mikro Di Masa Pandemi COVID 19. *SPIRIT PRO PATRIA*, 6(2), 90–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.29138/spirit%20pro%20patria.v6i2.1328>
- Asyuti, R. (2014). Urgensi Modal Sosial Dalam Liberalisasi Menengah Di Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 12(2), 235–245. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>
- Bahri, E. S., Aslam, M. M. A., Hj Hasan, A. A., & Wibowo, H. (2019). Maqasid Al-Shariah in Micro-entrepreneurs Development: an Overview. *International Conference of Zakat*, 258–267. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.182>
- BPS DIY. (2021). *Statistik Ketenagakerjaan Daerah Istimewa Yogyakarta 2020-2021*. <https://bit.ly/3BeggDL>
- Chalid, P. (2012). Peranan Modal Sosial Dalam Kegiatan Ekonomi. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 29–44. <https://doi.org/10.15408/sjie.v1i1.2594>
- DD Jogja. (2020). *Paguyuban Warung Beres Yogyakarta turut Berkolaborasi*. <https://jogja.dompotdhuafa.org/paguyuban-warung-beres-yogyakarta-turut-berkolaborasi/>
- Fathurrahman, A., & Hajar, I. (2019). Analisis Efisiensi Kinerja Lembaga Amil Zakat Di Indonesia. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(2), 117–128. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i2.63>
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>
- Fauzia, I., Salleh, M. S., & Ahmat, N. (2020). Determining

- Maqashid Al Sharia Based Compliance for Real Sector Business Approach and Methodology. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt*, 17(4), 1512–1526. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/download/1678/1672>
- Hadi, K. (2012). Implementasi Maqashid Syariah Sebagai Indikator Perusahaan Islami. *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, 1(3), 140–150. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/56>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Halimah, N., & Zaki, I. (2020). Pengelolaan Modal Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Baitul Maal Hidayatullah Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(5), 842–851. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20205pp842-851>
- Haridison, A. (2013). Modal Sosial Dalam Pengelolaan. *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, 4, 10. <https://bit.ly/3krykn1>
- Iskandar, A., Possumah, B. T., & Aqbar, K. (2020). Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam saat Pandemi Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(7). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15544>
- Jaelani, A. (2020). Maqashid Syariah dan Pengembangan Kewirausahaan. *ResearchGate*, 4(No. 2, December 2019), 212–233. <https://doi.org/10.24235/jm.v4i2.5489.g2677>
- Karmani, N. (2019). *Modal Sosial Islami Menuju Kesejahteraan Berbasis Maqashid Syariah*. Indonesia Pustaka.
- Lumintang, J. (2015). Dinamika konflik dalam organisasi. *e-journal "Acta Diurna," IV(2)*, 1–12.
- Nurhayati. (2018). Memahami Konsep Syariah, Fiqih, Hukum dan Ushul Fiqih. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i2.1620>
- Rulloh, S. A., Zaki, I., & Suprayogi, N. (2020). The Role of Social Capital in Improving Community Welfare in East Java, Indonesia. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 36(Special Edition 26), 332–349. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7827029>
- Saher, S. A. R., & Zaki, I. (2018). Peran Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Perspektif Maqashid Syariah (Studi Kasus Yayasan Rombong Sedekah Jombang). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 5(1), 49–62.
- Sanrego, Y. D., & Taufik, M. (2016). *Fiqih Tamkin: Membangun Modal Sosial Dalam Mewujudkan Khairu Ummah*. Qisthi Press.
- Sarif, S. M. (2016). Managing Companies With Ukhuwwah Approach As Business Core. *International Journal of Business, Economics and Law*, 9(2), 7–12.
- Shaleh, G. L. F., & Rosyidi, S. (2019). Analisis Program Pengelolaan Dana Zakat Dan Infak Dalam Membentuk Linking Social Capital Masyarakat Sekitar Di Yayasan Dana Sosial Al-falah Suarabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(4), 8–29.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 1 ed.). Alfabeta.
- Suhud, M. A., & Sriharini. (2017). Warung Beres Sebagai Modal Sosial Meningkatkan Produktifitas Ekonomi Umat: Studi Pemberdayaan Komunitas oleh Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Jogja di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), 119. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-06>
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.14203/jmb.v5i1.256>
- Syarifudin, M., & Kholis, N. (2021). Towards Rahmatan lil ‘Alamin Economy (Analysis of Ukhuwah Islamiyah and Ashabiah for Economic Development in Medina). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 59. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v10i1.955>
- Tlemsani, I., & Matthews, R. (2021). Zakat and social capital: thoughts on modernism, postmodernism, and faith. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/14766086.2020.1841673>
- Torres, A. P., Marshall, M. I., & Sydnor, S. (2019). Does social capital pay off? The case of small business resilience after Hurricane Katrina. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(2), 168–181. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12248>
- Usman, S. (2018). *Modal Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Wafaretta, V. (2014). Membangun Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Maqashid Syariah Yang Diperluas. *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.34202/imanensi.1.2.2014.87-96>
- Wardoyo, R. A., Wisadirana, D., & Susilo, E. (2016). Peranan Baitulmal Al-Hidayah Malang dalam Penanggulangan Kemiskinan Berdasarkan Modal Sosial. *KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, 22(2), 301–315. <https://doi.org/10.19105/karsa.v24i2.803>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (4 ed.). Kencana.