

# Gerakan Ekonomi Umat Dengan Pengembangan Usaha “Kita Mart” Yang Berbasis Jamaah

PRAMA WIDAYAT

Universitas Lancang Kuning  
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581  
E-mail : pramawidayat@unilak.ac.id

**Abstract:** The low economic capacity of the people to compete with the big entrepreneurs who have previously embedded business nails, especially in the field of retail. So many small businesses that society must close because to bear the losses resulting from a decreased turnover, while still surviving amid a large retail confluence just to just meet the needs of the owner's meal. Therefore, the need for the synergy of the people together to save the society's economy so as not to be totally controlled by the capitalist-owned retailers, it appears the spirit of building a business together with the pilgrim system in the form of our business Mart. Those who used to run their own business were then invited to join in order to compete with the capitalist-owned business. Re-invite people from the younger generation to the old generation to shop for people from us by us and for us

**Keywords:** *Social Economic and Kita Mart*

Kita Mart menjadi ide dalam kajian ini, diketahui bahwa perkembangan dunia ritel dalam hal ini penyebaran minimarket modern yang semakin masif di Pekanbaru membuat usaha-usaha kaki lima atau warung-warung kecil milik masyarakat sedikitnya mengalami penurunan omzet penjualan (Waldelmi, 2017). Pada dasarnya tidak ada yang salah dengan kemajuan dalam hal modernisasi minimarket, tetapi akan menjadi masalah ketika yang menguasai minimarket tersebut oknum atau beberapa orang kapitalis modern sehingga terjadinya penguasaan pasar yang tidak berimbang.

Semua orang akan merasa takjub dengan perkembangan minimarket seperti Alfamart dan Indomart secara nasional dan khususnya di Kota Pekanbaru. Di Pekanbaru awalnya ritel ini hanya diberi izin sebanyak 150 gerai. Namun hingga tahun 2017 ini, menurut data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Kota Pekanbaru sudah ada sebanyak 309 gerai Indomart dan Alfamart yang berdiri hingga di Pekanbaru. Sampai hari ini untuk Alfamart ada 152 gerai dan Indomart sampai hari ini 157 gerai. ([www.riauaktual.com](http://www.riauaktual.com)).

Indomart dikelola oleh PT. Indomart Prisma yang didirikan pada tanggal 4 Oktober 1972 di Indonesia, perusahaan ini didirikan oleh Sudono Salim yang saat ini diteruskan oleh anaknya Anthoni Salim. Indomart Salim Group memiliki beberapa anak perusahaan yaitu : Indolife, Indocement, Indogrosir, Indomobil Group, Intikom Berlian Mustika, Elshinta Media, Salim Palm Plantation, Salim Ivomas Pratama, Total Chemindo Loka, Super Indo (51% dikuasai oleh Delhaize Group). Kita ketahui bahwa salim group terkait dengan dana BLBI sebesar 55 Trilyun (Widayat, 2017).

Alfamart dimiliki oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) salah satu pengusaha terkaya di Indonesia, yakni *Djoko Susanto* (Kwok Kwie Fo atau A. Kwie), Tokoh berdarah Cina ini lahir pada 9 Februari 1950. Pada tahun 2012, Alfamart menyandang gelar Top Brand yang diselenggarakan lembaga riset Frontier Consulting Group. Di tahun yang sama, Alfamart juga menggenggam jawara kategori minimarket terbaik dari ajang Indonesia Best Brand Award. Djoko Susanto, menempati urutan ke-27 orang

terkaya di Indonesia Berdasarkan versi Majalah Forbes tahun 2014. Kemudian di tahun 2015, kekayaannya bertambah seiring berkembang pesatnya bisnis yang ia jalani, majalah Forbes bahkan menempatkan ia di posisi 18 dalam urutan orang terkaya di Indonesia dengan jumlah kekayaan sekitar 1,22 miliar US dollar atau setara dengan Rp15,86 triliun rupiah.

Di Pekanbaru sendiri cabang Alfamart dan Indomart sudah bisa dikatakan menggurita dan hampir tersebar disemua pelosok, imbasnya akan dirasakan oleh warung-warung kecil yang dikelola oleh masyarakat kelas menengah kebawah. Kalangan generasi muda lebih cenderung belanja pada warung modern seperti Alfamart dan Indomart karena menganggap warung tradisional itu jorok dan kotor. Namun kita tidak sadar bahwa dengan sikap demikian akan menguntungkan minimarket modern sehingga dari penjualan mereka akan terus meningkat dan menguasai pangsa pasar.

Kemampuan ekonomi masyarakat pedagang menengah kebawah akan semakin anjlok jika kita tidak memberikan perhatian serius, sebagai generasi muda tidak ada salahnya jika kita kembali membangun dan meramaikan warung-warung tradisional, jangan sampai ekonomi di Pekanbaru dikuasi total oleh kapitalis. Ajakan untuk berbelanja pada warung tradisional (pribumi) merupakan spirit dari gerakan 212 yang ingin menghidupkan ekonomi umat yang selama ini tertidur oleh gegap gempita kemajuan minimarket retail modern seperti alfamart dan indomart, pada akhirnya memunculkan semangat untuk membangun ekonomi pribumi dan menghidupkan warung-warung milik pribumi.

Selama ini usaha umat masih terpisah-pisah dan bergerak secara sendiri-sendiri sehingga mereka sangat rentan untuk dipatahkan secara ekonomi oleh mereka pengusaha besar yang cenderung kapitalis. Usaha ritel yang dijalankan oleh kapitalis memiliki program yang terstruktur dan sudah dikelola secara profesional

sedangkan usaha masyarakat hanya ala kadarnya untuk sekedar membantu kebutuhan dapur rumah tangga. Sudah saatnya potensi ekonomi umat ini disatukan melalui gerakan bersama untuk membuat usaha bersama berbasis umat.

Dalam membangun ekonomi diperlukan strategi (Akhter, 2009) sehingga memaksimalkan pemberdayaan dalam mengelola organisasi usaha (Oudtshoorn, 1995). Ekonomi umat ini merupakan bagian dari membangun kewirausahaan bersama yang tidak terbatas pada gender laki-laki maupun perempuan, sebagaimana yang disampaikan Al-Dajani (2013) bahwa kecenderungan kaum perempuan lebih peduli untuk membangun usaha. Kemudian yang tidak kalah penting dari usaha adalah pelayanan (Newholm, 2006), karena yang menjadi permasalahan usaha dimasyarakat adalah kurang dalam pelayanan (*service*). Diharapkan dengan adanya usaha berbasis umat ini bisa terus melakukan sosialisasi dengan saling memberitahu informasi dari mulut ke mulut, sebagaimana yang disampaikan oleh Shankar (2018) bahwa perlu pemasaran intensif apapun itu usahanya.

## METODE

Bahan yang digunakan dalam pelatihan ini menggunakan bahan materi dari perekonomian Indonesia dan pihak Koperasi BSB yang memaparkan konsep ekonomi umat untuk membangun usaha ritel modern berbasis jamaah. Dalam rangka mencapai tujuan yang tercantum diatas maka pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut : ceramah materi mengenai konsep ekonomi umat membangun usaha KITA MART. Memberikan kesempatan kepada peserta untuk tanya jawab atau berdiskusi tentang materi yang disampaikan. Tahapan dalam penyampaian materi dilakukan dengan cara: Penjelasan awal tentang kondisi ekonomi umat saat; Penjelasan konsep membangun usaha secara berjamaah.

Penyampaian materi oleh pelaku usaha muslim sebagai penyemangat dalam membangun usaha, sehingga timbulnya keinginan untuk secara bersama-sama segera membangkitkan ekonomi umat melalui usaha KITA MART.

## HASIL

Dengan adanya sosialisasi tentang konsep ekonomi umat dan juga menggerakkan umat untuk mulai berbelanja di warung-warung tradisional, yang diadakan pada tanggal 7 Januari 2018 di Mesjid Annur Pekanbaru tentang sosialisasi membangun ekonomi umat dengan mendirikan usaha bersama dengan nama "KITA MART", maka sambutan dari masyarakat Kota Pekanbaru cukup tinggi dengan komitmen membuka 4 gerai lagi Kita Mart, sebelumnya sudah mulai beroperasi di Jalan Balam, Jalan Cempedak, Jalan Srikandi dan Jalan Cipta Karya. Diharapkan dengan semakin meningkatnya kesadaran umat maka semakin tersebar usaha Kita Mart di setiap penjuru kota Pekanbaru.

## PEMBAHASAN

Sebagian besar dari jumlah peserta belum mengetahui tentang konsep ekonomi umat secara berjamaah, hanya beberapa saja dari mereka yang mengetahuinya. Adapun tingkat pengetahuan peserta. Pada awalnya hanya ada beberapa orang yang mengetahui tentang paham konsep ekonomi secara berjamaah, dengan sosialisasi ini mereka mendapatkan suatu hal yang baru tentang konsep membangun usaha secara berjamaah. Awalnya mereka pesimis tentang kemampuan melawan hegemoni usaha besar yang didukung modal besar, ternyata dengan berjamaah tidak ada yang sulit untuk membangun ekonomi masyarakat berbasis umat yang begitu banyak, yang dibutuhkan hanya komitmen dan keseriusan untuk bangkit.

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisai ini maka yang ingin disampaikan pada peserta, diharapkan menjaga momentum kebangkitan umat dengan komunikasi yang intensif, sehingga tujuan awal ingin

membangun ekonomi masyarakat secara berjamaah akan terus berjalan. Baik tua maupun muda harus bersinergi dalam mengembangkan ekonomi umat dengan saling menyebarkan informasi bahwa sudah ada usaha "Kita Mart" sebagai wadah kita umat mengumpulkan sumber daya ekonomi untuk menyaingi Alfa mart dan Indomart yang selama ini begitu digdaya dan terkesan sulit untuk ditandingi. Namun dengan komitmen dan keseriusan untuk membangun ekonomi umat maka tidak ada yang mustahil.

## SIMPULAN

Mulai tumbuhnya semangat untuk bersama membangun ekonomi umat dan kesadaran untuk berbelanja di warung umat, menjadi langkah awal untuk menuju kebangkitan umat secara perlahan dan pada akhirnya menuju puncak kejayaan, jika tidak dimulai dari sekarang maka tidak akan pernah kita bisa merasakan kejayaan itu. Untuk saat ini sudah berdiri Kita Mart dan 212 Mart yang merupakan usaha umat secara berjamaah.

## DAFTAR RUJUKAN

- Al-Dajani, Haya., Susan Marlow. *Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Volume: 19 Issue: 5, 2013.
- Akhter, Rifat., Kathryn B. Ward. *Globalization and gender equality: A critical analysis of women's empowerment in the global economy*. Series: *Advances in Gender Research*, v. 13, 2009.
- Newholm, Terry., Angus Laing, Gillian Hogg. *Assumed empowerment: consuming professional services in the knowledge economy*. *European Journal of Marketing*, Volume: 40 Issue: 9/10, 2006.

- Oudtshoorn, Mike van., Laurie Thomas. *A management synopsis of empowerment. Training for Quality*, Volume: 3 Issue: 3, 1995. <https://finance.detik.com/bursa-valas/3581917/laba-bersih-pemilik-indomaret-anjlok-7103>, diakses 13 September 2017.
- Salia, Samuel., Javed Hussain, Ishmael Tingbani, Oluwaseun Kolade. *Is women empowerment a zero sum game? Unintended consequences of microfinance for women's empowerment in Ghana*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Volume: 24 Issue: 1, 2018. <http://riauaktual.com/news/detail/23325/waduh,-indomaret-dan-alfamart-di-pekanbaru-sudah-309-gerai.html>, diakses 14 September 2017.
- Shankar, Avi., Hélène Cherrier, Robin Canniford. *Consumer empowerment: a Foucauldian interpretation*. *European Journal of Marketing*, Volume: 40 Issue: 9/10, 2006.
- Waldelmi., Idel. Prama Widayat. 2017. Dampak Indomart dan Alfamart terhadap Pedagang Eceran di Jalan Cipta Karya Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
- Widayat, Prama. 2017. Buku Ajar Perekonomian Indonesia. CV Karya Nova. Pekanbaru.
- <http://riaupos.co/22170-berita-izin-100-lokasi-indomaret-dan-alfamart-di-pekanbaru-perlu-ditinjau-kembali.html#.WbisDDujfIU>, diakses 13 September 2017.
- <http://riausky.com/news/detail/4560/ternyata..hanya-150-gerai-alfamart-dan-indomaret-yang-dapat-izin-prinsip-dari-walikota.html>, diakses 13 September 2017.
- <http://zone-klik.blogspot.co.id/2013/01/biografi-sang-pendiri-alfamart-djoko.html>, diakses 13 September 2017.