

SKRIPSI

**DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN
TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA (STUDI KASUS
ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)**



OLEH

**NURUL ANNISA AMALYA
NIM:2220203869201002**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2026 M / 1448 H

**DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN
TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA (STUDI KASUS
ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)**



OLEH

**NURUL ANNISA AMALYA
NIM:2220203869201002**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada
Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut
Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2026 M / 1448 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai
Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba
(Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)

Nama Mahasiswa : Nurul Annisa Amalya

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203869201002

Program Studi : Sosiologi Agama

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Nomor: B- 1326/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Wahyuddin Bakri, M.Si.
NIP : 198608292019081001


(.....)

Mengetahui,


Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. H. Muhulidin Bakri, Lc., M. Fil. I
NIP 197607132009121002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)

Nama Mahasiswa : Nurul Annisa Amalya

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203869201002

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Sosiologi Agama

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Nomor: B- 1326/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

Tanggal Kelulusan : 08 Juli 2026

Wahyuddin Bakri, M.Si. (Ketua)

Prof. Dr. Hj. Siti Aminah, M. Pd. (Anggota)

Dr. H. Muhiddin Bakri, Lc. M. Fil.l. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




Dr. H. Muhiddin Bakri, Lc. M. Fil.l.
NIP 197607132009121002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Puji dan syukur hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam, dengan rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan kemudahan, kesempatan dan kekuatan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan sekalipun dalam bentuk yang sederhana. Salawat serta salam tidak henti-hentinya kita kirimkan kepada baginda Rasulullah SAW, beserta keluarganya, dan para sahabatnya yang telah menjadi penuntun umat manusia menggapai cahaya ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan tidak terlepas dari uluran tangan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik berupa bantuan material maupun moril terutama kepada orang tua saya, Ibunda Murni Wahab, Ayahanda Moh. Tahir serta keluarga saya. Mereka senantiasa memberikan nasehat yang sangat berarti dalam hidup ini, pengorbanan, kasih sayang, dan doa restunya baik dalam keadaan lapang, suka maupun duka selama peneliti menempuh pendidikan.

Olehnya itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. sebagai Rektor IAIN Parepare, Ibu Dr. Zulfah, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Ibu. Nurhikmah, M.Sos.I. selaku Wakil Rektor II Bidang Akademik Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Bapak Dr. Kaharuddin, S.Ag., M.Pd.I. selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. H. Muhiddin Bakri., Lc., M.Fil.I. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Bapak Dr. Ahmad Yani, S.Hum., M. Hum. selaku Dekan I Bidang AKKK, serta Bapak Dr. H. M. Ihsan Darwis, M.Si selaku Wakil Dekan II Bidang AUPK. Atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu A. Nurul Mutmainnah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis.
4. Bapak Wahyuddin Bakri, M.Si. sebagai pembimbing yang senantiasa memberikan sumbangan pemikiran serta arahan, baik selama dalam studi maupun dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Sitti Aminah Azis, M.Pd. sebagai penguji I yang senantiasa memberikan sumbangan pemikiran, kritik dan saran kepada penulis untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Muhidin Bakri, Lc, M. Fil. I. selaku penguji II yang senantiasa memberikan kritik dan saran yang membangun bagi penulis.
7. Ibu Dr. Hj. Nurmi, S.Ag., M.A. selaku Kabag beserta Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai ke berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
8. Kepada seluruh Dosen Prodi Sosiologi Agama maupun dosen yang pernah memberikan pengajaran yang bermanfaat bagi peneliti selama proses perkuliahan, beserta sivitas akademik IAIN Parepare atas pelayanannya selama penulis menempuh perkuliahan.
9. Kepada warga dan karyawan Alfamart Kecamatan Soreang, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam proses penelitian ini.

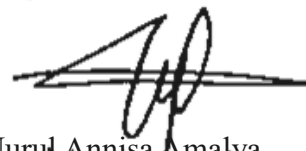
10. Kepada kakak Ana, selaku saudari saya yang selalu memberikan motivasi. Serta kak Ost, Andi Nur Irsantih, Rifka Anugrah, Fitri Ramadhani Ramli, Husni, Ayu Dahlan dan Alsa Dzulhijayani Ali, S. Pd. yang turut serta membantu dan memberi semangat penulis melakukan penyusunan skripsi.
11. Seluruh teman seperjuangan saya di LIBAM angkatan 22 yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, yang senantiasa menemani, membantu, dan memberikan kesan tersendiri kepada penulis dalam setiap proses yang dilewati selama berkuliah di IAIN Parepare.
12. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman KKN Posko 1 Desa Basseang yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dukungan, serta kenangan indah yang telah diberikan. Kehadiran kalian telah memberikan banyak keceriaan dan kesan yang mendalam bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan pahala atas segala kebajikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penulisan skripsi ini. Sebagai suatu karya manusia, tentu saja karya ini tidak lepas dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu, masukan dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan karya ini. Sebuah harapan yang mendalam, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membacannya. Aamiin

Parepare, 21 Juli 2026 M

7 Safar 1448 H

Penulis,



Nurul Annisa Amalya

NIM. 2220203869201002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Annisa Amalya
NIM : 2220203869201002
Tempat Tanggal Lahir : Parepare, 19 Mei 2004
Program Studi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul skripsi : Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan
Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus
Alfamart di Kecamatan Soreang)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan ini merupakan plagiat, tiruan, atau dibuat orang lain, sebagian dari seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 21 Juli 2026

Penyusun,


Nurul Annisa Amalya
NIM. 2220203869201002

ABSTRAK

Nurul Annisa Amalya (*Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)* (Dibimbing oleh: Wahyuddin Bakri, M.Si.).

Kehadiran Alfamart di Kecamatan Soreang menimbulkan persaingan dengan toko kelontongan. Kondisi ini mengubah kebiasaan belanja warga serta cara masyarakat menjalankan nilai agama di tempat bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dampak sosial ekspansi Alfamart terhadap keberadaan toko kelontongan dan menjelaskan perubahan nilai keagamaan masyarakat Soreang yang meliputi tolong-menolong, loyalitas, dan waktu ibadah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi pelanggan, karyawan Alfamart, pemilik toko kelontongan, dan tokoh agama di Kecamatan Soreang. Data dianalisis dengan tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa toko kelontongan tetap bertahan di tengah ekspansi ritel modern yang diindikasikan oleh tiga faktor utama, yaitu fleksibilitas harga, kuatnya loyalitas pelanggan, serta adanya keterbatasan akses ekonomi kelompok masyarakat tertentu terhadap sistem transaksi tunai di Alfamart. Eksistensi toko kelontongan ini dirawat melalui praktik utang-piutang berbasis rasa percaya, yang sekaligus menjadi bukti nyata bahwa nilai keagamaan berupa solidaritas sosial dan tolong-menolong tidak hilang, melainkan berubah menjadi strategi bertahan hidup masyarakat. Di sisi lain, Alfamart dipilih warga karena modal simbolik berupa kenyamanan fasilitas, kebersihan, dan proses belanja yang cepat. Nilai keagamaan di masyarakat tetap hidup namun dipraktikkan dengan cara baru; nilai tolong-menolong formal berubah melalui donasi kasir Alfamart, nilai loyalitas dimaknai sebagai komitmen moral membantu rezeki tetangga, dan pengaturan waktu ibadah bergeser menjadi tanggung jawab personal karyawan. Dengan demikian, ekspansi ritel modern mengubah cara warga berbelanja dan menjalankan nilai agama, namun tidak menghilangkan fungsi sosial ekonomi yang ada di masyarakat.

Kata kunci: Alfamart, Dinamika Sosial, Loyalitas Pelanggan, Nilai Keagamaan, Toko Kelontongan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Penelitian	8
B. Tinjauan Teori	14
1. Teori Habitus, Modal, dan Arena – Pierre Bourdieu.....	14
2. Teori Agama sebagai Sistem Budaya – Clifford Geertz	18
C. Kerangka Konseptual.....	20
1. Dinamika Sosial	20
2. Nilai keagamaan.....	21
3. Ekspansi Ritel Waralaba.....	23
D. Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	27

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Fokus Penelitian.....	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	31
F. Uji Keabsahan.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	i
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	v
BIOGRAFI PENULIS	xxv

DAFTAR TABEL

No tabel	Nama tabel	Halaman
1.	Bagan kerangka pikir	28
2.	Sumber data primer	30



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Sk Pembimbing	Terlampir
2	Surat Permohonan Izin Penelitian	Terlampir
3	Surat Izin Melaksanakan Penelitian	Terlampir
4	Surat Keterangan Selesai Penelitian	Terlampir
5	Pedoman Wawancara	Terlampir
6	Surat Keterangan Wawancara	Terlampir
7	Dokumentasi Wawancara	Terlampir
8	Dokumentasi Observasi	Terlampir
9	Hasil Turnitin	Terlampir

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang ada dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	Te dan Sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	De dan Zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (").

B. Vokal

1. Vokal tunggal (monoftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dhomma	U	U

2. Vokal rangkap (diftong) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي...	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
أَوْ...	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

- a. كَتَبَ kataba

- b. فَعَلَ fa`ala
- c. سُئِلَ suila
- d. كَيْفَ kaifa
- e. حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى...	Fathah dan Alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
ى...	Kasrah dan Ya	Ī	I dan garis di atas
و...	Kasrah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

- f. قَالَ qāla
- g. رَمَى ramā
- h. قِيلَ qīla
- i. يَقُولُ yaqūlu

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- a. Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

j. رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

k. الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

l. طَلْحَةُ

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (‘), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

m. نَزَّلَ nazzala

n. الْبِرُّ al-birr

Jika huruf bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah, maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

F. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

o. الرَّجُلُ ar-rajulu

p. الْقَلَمُ al-qalamu

q. الشَّمْسُ asy-syamsu

r. الْجَلَالُ al-jalālu

G. Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa Alif.

Contoh:

s. تَأْخُذُ ta’khužu

t. شَيْءٌ syai’un

u. النَّوْءُ an-nau’u

v. إِنَّ inna

H. Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara trasnliterasi diatas, misalnya kata *Al-Qur'an* (darul Qur'an), *sunnah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

w. وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

x. بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

I. Lafz al-jalalah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudhaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasikan tanpa huruf hamzah.

Contoh:

y. الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

z. الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

J. Huruf Kapital

Walaupun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-).

Contoh:

aa. الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

bb. الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir

itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

cc. اللَّهُ عَفُورٌ رَّحِيمٌ

dd. إِلَهَ الْأُمُورِ جَمِيعًا

K. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kafasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Oleh karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	subhanahu wata ‘ala
Saw.	=	Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam’
a.s.	=	alaihis salam
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS.../...:4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/...,ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

Ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al, : “Dan lain-lain” atau “Dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan untuk karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahannya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dalam 20 tahun terakhir ini zona ritel modern semacam Alfamart berkembang dengan kilat di Indonesia serta jadi bagian berarti dari pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kekuatan merek yang diketahui secara luas warga, manajemen andal, serta sistem yang sudah memenuhi standar membuat model bisnis waralaba jadi opsi utama.¹ Sampai tahun 2024, Alfamart, yang dikelola oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, mempunyai lebih dari 18.000 gerai di segala Indonesia, tercantum kota-kota kecil serta kecamatan. Ini menjadikannya salah satu industri terbanyak di industri ini.

Perpindahan gaya hidup warga berkaitan erat dengan terdapatnya perkembangan ritel kontemporer. Dimana kemudahan dikala berbelanja, kenyamanan berbelanja, serta kepastian harga merupakan prioritas di warga urban serta semi-urban. Alfamart sediakan area yang bersih, ber-AC, produk yang lengkap, serta sistem pembayaran digital yang gampang serta kilat. Keberadaan ritel modern sangat mempengaruhi ekonomi lokal, paling utama eksistensi orang dagang kecil serta pasar tradisional.²

Perkembang Alfamart di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, terutama di Kecamatan Soreang bermula pada tahun 2019. Menurut data perizinan, ada empat toko Alfamart yang beroperasi di wilayah tersebut. Gerai-gerai tersebut berada diposisi yang lumayan berdekatan dengan pemukiman padat penduduk dan warung kelontong milik keluarga yang telah beroperasi selama bertahun-tahun.

Alfamart mulai mengganti ikatan dinamika sosial warga. Dimana toko kelontong sesungguhnya bukan semata-mata tempat untuk bertransaksi ekonomi

¹ Kafil, Ahmad Isnan. "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba." Skripsi. 2021.

² D A N Pasar, Tradisional Di, and Kota Sorong, "Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin" 3, no. 2 (2022): 46–51.

secara sosiologis. Warung merupakan tempat di mana orang berjumpa, berdialog, menitip pesan, serta apalagi silih memahami. Modal sosial tercipta dari interaksi-interaksi semacam ini. Dimana saat ini metode interaksi mulai berganti. Bersumber pada observasi dini ditemui kalau saat ini warga lebih cenderung berbelanja di Alfamart dengan metode yang kilat, tanpa komunikasi sosial, serta dengan metode yang pendek. Jumlah dialog di antara masyarakat mulai menurun, serta banyak dari mereka yang apalagi mulai tidak memahami serta mengenali bagaimana kondisi ataupun berita tetangga sebelah rumahnya.

Penelitian di Kota Metro menemukan bahwa keberadaan Alfamart yang berdekatan dengan toko kelontongan mengurangi jumlah pelanggan yang datang ke toko kelontongan. Penelitian serupa di Kota Sorong menemukan bahwa hilirisasi Alfamart dan Indomaret menciptakan persaingan yang ketat, yang menyebabkan beberapa kios kecil terpaksa tutup karena tidak dapat bersaing dari segi harga dan variasi produk.³ Setelah kehadiran Alfamart, pendapatan warung kelontong menurun hingga 40%, menurut penelitian yang dilakukan di Kelurahan Buluran Kenali Jambi.⁴

Nilai keagamaan, yang selama ini menjadi landasan operasi ekonomi masyarakat Soreang, juga berdampak. Karena mayoritas penduduk Kecamatan Soreang memeluk agama Islam yang mengikuti syariat dalam kehidupan sehari-hari, struktur ekonominya tidak lepas dari pengaruh keagamaan. Jual beli di warung kelontong tradisional biasanya berlandaskan prinsip tolong-menolong, kepercayaan, dan kejujuran yang berasal dari ajaran agama. Karena rasa amanah dan silaturahmi antar tetangga, transaksi sering dilakukan tanpa pencatatan formal. Praktik ekonomi ini menghasilkan budaya transaksi yang bernilai ibadah. Ketika ritel kontemporer dilengkapi dengan sistem swalayan, pola tersebut berubah menjadi hubungan

³ Novriady, M. R. (2021). Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(2), 453-462.

⁴ Novriady, Muhammad Rizky. "Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin." *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan* 4.2 (2021): 453-462.

ekonomi yang tidak peduli dan transaksional. Ini menimbulkan kekhawatiran tentang nilai keagamaan yang telah menjadi bagian penting bagi kehidupan masyarakat.⁵

Silaturahmi sangat penting untuk membuka peluang rezeki. Seperti yang dikatakan oleh Rasulullah SAW,

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، وَيُيسَّرَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

Artinya: "Barangsiapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menyambung tali silaturahmi"⁶.

Hadis mengenai silaturahmi tersebut membuktikan bahwa ajaran agama tidak hanya menjadi teori, tetapi benar-benar dipraktikkan oleh masyarakat di Kecamatan Soreang dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari adanya loyalitas masyarakat yang memilih untuk tetap setia berbelanja di warung kelontong milik tetangga dekat mereka sendiri. Bagi warga sekitar, warung kelontong tradisional bukan cuma tempat untuk membeli barang keperluan, tetapi juga menjadi tempat berkumpul untuk mengobrol dan menjaga keakraban antar-tetangga.⁷

Munculnya ritel modern memang membuat warung kelontong mengalami penurunan omzet yang cukup besar. Ritel modern menawarkan tempat belanja yang nyaman dan cepat, tetapi suasananya sangat kaku dan pembeli tidak bisa saling mengobrol dengan kasir. Berbeda dengan warung kelontong yang punya kelebihan sosial, yaitu adanya hubungan emosional yang dekat dan rasa saling percaya, seperti dibolehkannya warga untuk berutang atau menyicil pembayaran (*bon*).

Oleh karena itu, penelitian ini tidak membahas makna hadis secara mendalam dari segi agama, melainkan ingin melihat secara sosiologis bagaimana nilai silaturahmi tersebut berubah menjadi loyalitas pelanggan, Peneliti ingin mengetahui

⁵ Anas, A. T., & Budianto, A. A. Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *ANAYASA: Journal of Legal Studies*, 1(1), 2023. Hal.1-8.

⁶ HR. Bukhari no. 5986 dan Muslim no. 2557.

⁷ Elim, dkk. Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Alfamart dan Indomaret Terhadap Kinerja Bisnis Toko Kelontong. *GLORY: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(5), 2025. Hal.1779–1789.

seberapa kuat hubungan kekeluargaan dan rasa saling menolong di antara warga ini dalam membantu warung kelontong tradisional agar bisa bertahan dari persaingan ritel modern di Kecamatan Soreang.

Nilai tolong-menolong dan loyalitas harta adalah contoh interaksi masyarakat modern. Di mana pedagang kecil Soreang menggunakan sistem utang atau bon yang bergantung pada kepercayaan Praktek ini menunjukkan nilai tolong menolong yang ada dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Menurut konsep loyalitas harta dalam Islam, nilai harta tidak hanya didasarkan pada jumlah harta tetapi juga pada cara memperoleh harta yang halal dan menguntungkan. Perintah Al-Qur'an untuk saling membantu dalam kebajikan adalah dasar dari prinsip ini. Sistem ritel kontemporer yang menggunakan pembayaran tunai yang cepat dan singkat secara bertahap menghapus budaya tolong menolong yang telah lama ada. Perubahan pola transaksi ini menimbulkan kekhawatiran tentang nilai kebajikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat, karena relasi sosial yang menjadi dasar dari tolong-menolong semakin berkurang.⁸

Etika berdagang Islam kemudian menjadi perhatian. Kejujuran (*shidq*), amanah, keterbukaan (*tabligh*), keadilan, dan kemaslahatan adalah prinsip utama muamalah. Studi terbaru tentang ritel halal menunjukkan bahwa memasukkan nilai-nilai syariah dalam komunikasi bisnis sangat penting untuk keberlanjutan bisnis⁹. Menurut hukum ekonomi Islam, bisnis waralaba harus mengikuti prinsip keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan pembagian keuntungan yang adil. Selain itu, mereka harus menghindari praktik monopoli yang merugikan pihak lain.

Pelaksanaan ibadah dan pemeliharaan kelestarian lingkungan merupakan aspek fundamental yang tetap menjadi prioritas pada dinamika perekonomian masyarakat. Prinsip ajaran Islam menegaskan pentingnya harmonisasi antara pemenuhan kewajiban ibadah dan aktivitas ekonomi produktif sebagai wujud keseimbangan

⁸ Anas, A. T., & Budianto, A. A. (2023). Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *ANAYASA: Journal of Legal Studies*, 1(1), 1-8.

⁹ Tasya Aulia Putri and Amira Sabita, "Integrasi Nilai - Nilai Syariah Dalam Strategi Komunikasi Bisnis Di Sektor Ritel Halal 1 1,2" 56 (2025): 528–36.

kehidupan. Akan tetapi, operasional ritel modern dengan jam layanan hingga larut malam berpotensi menimbulkan disrupti terhadap kekhusyukan salat berjamaah serta mengurangi ketenangan lingkungan permukiman. Kondisi tersebut semakin nyata ketika azan dikumandangkan dan pada saat masyarakat melaksanakan peringatan hari besar keagamaan.

Aktivitas transaksi semestinya berorientasi pada perwujudan keadilan ekonomi serta perlindungan terhadap kelompok rentan. Ajaran Islam secara eksplisit melarang segala bentuk kezaliman ekonomi, termasuk praktik penimbunan barang dan monopoli. Pertumbuhan ritel berskala besar yang tidak disertai regulasi zonasi yang tegas berpotensi mengancam implementasi prinsip keadilan ekonomi tersebut. Akibat keterbatasan modal, daya saing harga, dan akses terhadap jaringan distribusi, pelaku usaha mikro yang termasuk dalam kelompok ekonomi lemah cenderung mengalami marginalisasi dari struktur pasar.¹⁰

Studi sebelumnya melihat aspek waralaba Alfamart dari sudut pandang hasil Islam, dan strategi pemasaran dilihat dari sudut pandang etika bisnis. Tidak satu pun dari peneliti terdahulu menggabungkan dua variabel secara bersamaan dinamika sosial dan nilai keagamaan dalam satu kerangka analisis. Penelitian yang dilakukan di Metro dan Sorong lebih banyak berkonsentrasi pada dampak ekonomi dan mengabaikan nilai agama yang melekat dalam masyarakat.¹¹

Sampai saat ini belum ada penelitian yang secara khusus meneliti dampak Alfamart di Kecamatan Soreang terhadap tiga hal: persaingan usaha, perubahan hubungan sosial warga, dan ketahanan nilai keagamaan. Padahal, informasi lengkap tentang hal ini dibutuhkan agar pemerintah dapat membuat kebijakan ekonomi yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga menjaga kehidupan sosial dan nilai agama masyarakat.

¹⁰ Anas, Achmad Tarmidzi, *Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, Anayasa Journal Vol.1 No.1, 2023, hlm. 138.

¹¹ UGM Repository, *Strategi Pemasaran Bisnis Retail Toko Waralaba Alfamart Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis*, 2020, hlm. 3.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengkaji "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)" dengan tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang perubahan sosial-keagamaan yang terjadi dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pemilik waralaba, dan masyarakat untuk membangun ekosistem ekonomi yang adil dan berkah.

B. Rumusan Masalah

Atas dasar itulah, penelitian ini difokuskan untuk menjawab dua rumusan utama, yaitu:

1. Bagaimana dinamika sosial Masyarakat pada ekspansi ritel waralaba di Kecamatan Soreang Kota Parepare?
2. Bagaimana nilai-nilai agama dalam interaksi sosial Masyarakat pada ekspansi ritel modern di Kecamatan Soreang Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dinamika sosial masyarakat akibat ekspansi ritel waralaba di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.
2. Mengkaji implementasi nilai keagamaan dalam interaksi sosial masyarakat terhadap ekspansi ritel modern di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.

D. Kegunaan Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis dan praktis tentang dinamika sosial dan penerapan nilai keagamaan masyarakat sebagai tanggapan terhadap pertumbuhan ritel waralaba di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.

1. Manfaat Teoritis

Dengan memberikan penekanan khusus pada hubungan antara modernisasi ekonomi dan nilai keagamaan dalam kehidupan masyarakat, penelitian ini

bertujuan untuk menambah jumlah penelitian sosiologi agama yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan munculnya ritel waralaba di Kecamatan Soreang, nilai keagamaan seperti silaturahmi, tolong-menolong, dan konsep loyalitas harta telah memengaruhi pola interaksi sosial masyarakat. Ini karena pergeseran dari hubungan pribadi yang didasarkan pada kepercayaan di toko kelontongan ke transaksi impersonal di sistem swalayan. Studi ini memberikan dasar untuk melihat bagaimana tradisi dan ajaran Islam berinteraksi dengan ekonomi modern, terutama dengan melihat aspek ibadah waktu, menjaga ketenangan lingkungan, prinsip keadilan ekonomi, dan perlindungan duaafa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh Pemerintah Kota Parepare untuk mempertimbangkan kebijakan zonasi ritel agar pertumbuhan ekonomi dapat diimbangi dengan perlindungan usaha kecil dan pelestarian nilai-nilai keagamaan yang selama ini menjadi tempat untuk silaturahmi dan tolong menolong. Temuan ini memberi inspirasi bagi pemilik ritel waralaba untuk membuat model bisnis yang lebih sensitif terhadap konteks sosial-keagamaan lokal, seperti memastikan waktu ibadah yang tepat, memastikan ketenangan lingkungan saat azan, dan melibatkan pedagang kecil dalam rantai pasokan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Soreang tentang dampak sosial dan keagamaan dari perubahan pola konsumsi sehingga orang dapat beradaptasi tanpa kehilangan nilai keagamaan mereka, terutama tolong-menolong, loyalitas harta, dan silaturahmi. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti lain untuk menyelidiki hubungan antara agama dan ekonomi di daerah dengan atribut yang sebanding.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian

Penelitian sebelumnya berfungsi sebagai landasan konseptual yang membantu peneliti memahami bagaimana hasil penelitian, teori, dan konteks berhubungan satu sama lain. Dengan meninjau penelitian sebelumnya, peneliti dapat menemukan sesuatu yang berbeda, menemukan cara untuk memperkuat dasar teoritis dari penelitian saat ini. Dalam konteks penelitian berjudul “Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)”, Studi ini mengkaji berbagai penelitian yang relevan tentang perubahan sosial, ekonomi, dan keagamaan yang disebabkan oleh ekspansi ritel modern.

1. Latif, S mengkaji “Implikasi Kehadiran Ritel Modern Alfamart Dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional Di Kecamatan Tilamuta”, Studi ini menyelidiki pengaruh keberadaan ritel modern terhadap keberadaan ritel tradisional di Kecamatan Tilamuta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing usaha kecil yang dikelola masyarakat lokal berubah secara signifikan ketika ada minimarket waralaba. Jumlah pelanggan, keuntungan harian, dan loyalitas pelanggan semuanya menurun di toko ritel tradisional. Strategi harga, kenyamanan berbelanja, mempromosikan produk, dan menyediakan berbagai kebutuhan dalam satu tempat merupakan komponen utama yang mendorong kelestarian konsumen. Dengan lebih cepat, tampilan lebih menarik, dan sistem penjualan yang dikelola dengan rapi dan profesional, minimarket modern berhasil mengambil posisi strategi di mata pelanggan.¹²

¹² Latif, dkk. “Implikasi Kehadiran Ritel Modern Alfamart Dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional Di Kecamatan Tilamuta”. 2024. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 86-95.

Studi ini menunjukkan bahwa penurunan daya saing ritel tradisional memiliki konsekuensi sosial dan ekonomi. Banyak pemilik bisnis konvensional kehilangan interaksi sehari-hari dengan pelanggan, yang selama ini berfungsi sebagai cara untuk membangun jaringan sosial dan hubungan keluarga. Fungsi warung sosial sebagai tempat berbagi informasi, tempat berkumpul, dan tempat untuk memperkuat ikatan sosial warga telah melemah karena perubahan preferensi pelanggan. Kehadiran ritel modern tidak hanya mengubah cara orang berbelanja, tetapi juga mengubah cara hidup mereka dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain dalam komunitas.

Penelitian sebelumnya sangat relevan dengan penelitian ini, terutama tentang bagaimana ekspansi waralaba berdampak pada hubungan sosial komunitas dan usaha lokal. Namun, unsur nilai keagamaan tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini sebagai bagian untuk menganalisis tanggapan masyarakat. Kajian ini fokus pada bagaimana masyarakat Kecamatan Soreang menyikapi perubahan tersebut melalui prinsip muamalah, etika ekonomi, solidaritas sosial, dan keharusan untuk menyeimbangkan kebutuhan ekonomi modern dengan nilai-nilai keagamaan. Oleh karena itu, perspektif keagamaan dimasukkan ke dalam penelitian ini untuk memberi kesempatan berbicara tentang perubahan sosial yang disebabkan oleh hadirnya ritel modern.

2. Sante, dkk. mengkaji “Dampak Sosial Minimarket terhadap Warung Kecil di Desa Liwutung, Kecamatan Pasan, Kabupaten Minahasa Tenggara”, Penelitian ini menyelidiki dampak sosial yang ditimbulkan oleh kehadiran minimarket terhadap keberlangsungan warung kecil yang menjadi usaha masyarakat lokal di Desa Liwutung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku belanja masyarakat telah berubah dari warung kecil menuju minimarket modern karena pertimbangan kenyamanan, kelayakan barang, dan sistem pelayanan yang

dianggap lebih praktis.¹³ Sebagian besar toko kelontongan mengalami penurunan pendapatan akibat perubahan ini. Akibatnya, kemampuan pemilik warung untuk mempertahankan keuangan keluarga mereka menjadi lebih sulit.¹⁴

Hasil penelitian tambahan menunjukkan bahwa minimarket tidak hanya mengubah sistem perekonomian lokal tetapi juga memiliki efek sosial, dengan mengurangi intensitas interaksi antara pemilik warung dan pelanggan. Warung-warung kecil digunakan untuk membangun ikatan emosional, saling membantu, dan hubungan sosial yang kuat. Minimarket membuat interaksi sosial menjadi transaksi cepat dengan sedikit komunikasi. Akibatnya, nilai kebersamaan, keakraban, dan saling percaya di masyarakat menurun.

Karena keduanya menyelidiki dinamika sosial yang dihasilkan dari kehadiran ritel modern di lingkungan lokal, penelitian ini memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian saat ini. Namun, aspek nilai keagamaan sebagai landasan masyarakat untuk merespon perubahan sosial belum dibahas dalam penelitian Liwutung. Fokus penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana masyarakat religius Kecamatan Soreang berusaha mempertahankan nilai muamalah, etika ekonomi, dan solidaritas sosial Islam di tengah kebutuhan akan pola belanja kontemporer. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mendukung hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga memperluas pembicaraan dengan memasukkan nilai-nilai keagamaan ke dalam konteks transformasi sosial yang terjadi di masyarakat.

3. Lulus Prapti mengkaji “Disrupsi Dari Atas: Kasus Bangkrutnya Kios Tradisional Berhadapan Dengan Minimarket Modern”, Ketika kios-kios tradisional harus berhadapan langsung dengan ekspansi minimarket modern, penelitian ini menunjukkan fenomena gangguan ekonomi. Studi menunjukkan bahwa model bisnis ritel waralaba memiliki keuntungan struktural karena mereka memiliki

¹³ Sante, dkk. Dampak Sosial Minimarket Terhadap Warung Kecil Di Desa Liwutung Kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2023. 3(2).

¹⁴ Sante, dkk. Dampak Sosial Minimarket Terhadap Warung Kecil Di Desa Liwutung Kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2023. 3(2).

dukungan modal besar, jaringan distribusi yang kuat, sistem manajemen profesional, dan strategi promosi yang kuat. Persaingan Persaingan pasar yang tidak seimbang diciptakan oleh faktor-faktor ini. Kios tradisional, yang bergantung pada modal terbatas, distribusi yang lebih panjang, dan sistem bisnis berbasis keluarga, sulit untuk mengimbangi persaingan ini. Kondisi ini menyebabkan banyak kios tradisional bangkrut dan masyarakat di sekitar minimarket kehilangan pekerjaan.¹⁵

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak gangguan dirasakan di bidang ekonomi dan sosial serta psikologis masyarakat. Ketika kios tradisional tidak ada lagi, berarti tidak ada lagi ruang untuk interaksi informal antara penjual dan pelanggan. Tempat-tempat ini dulunya berfungsi sebagai tempat pertemuan, tempat bertukar kabar, dan simbol hubungan sosial lokal.¹⁶ Selain itu, bangkrutnya kios menyebabkan ketahanan ekonomi keluarga menjadi lebih lemah, membuat keluarga lebih bergantung pada ritel waralaba, dan mengurangi sirkulasi ekonomi lokal yang sebelumnya berputar antar warga. Oleh karena itu, perubahan pola hubungan sosial yang lebih luas dipicu oleh disrupsi ritel kontemporer.

Penelitian saat ini membahas pengaruh kehadiran ritel modern terhadap pola sosial ekonomi masyarakat lokal, yang membuat penelitian ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Namun penelitian disrupsi ini belum melihat nilai keagamaan dalam melihat etika muamalah, tanggung jawab sosial ekonomi, dan persaingan bisnis. Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana masyarakat Kecamatan Soreang menangani dampak disrupsi dengan kontemporer mempertahankan nilai-nilai keadilan, tolong-menolong, dan solidaritas yang bersumber dari keislaman. Dengan demikian, religiusitas

¹⁵ NSS, R. L. P. Disrupsi Dari Atas: Kasus Bangkrutnya Kios Tradisional Berhadapan Dengan Minimarket Modern. 2021.hal.57-60.

¹⁶ NSS, R. L. P. Disrupsi Dari Atas: Kasus Bangkrutnya Kios Tradisional Berhadapan Dengan Minimarket Modern. 2021.

digunakan dalam penelitian ini untuk memperluas temuan sebelumnya, yang sebelumnya tidak menjadi fokus utama dari penelitian sebelumnya.

4. Novriady, M. R. mengkaji “Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin”, di mana ekspansi ritel waralaba modern secara langsung memengaruhi keberlangsungan usaha pedagang tradisional. Penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran Indomaret dan Alfamart menciptakan tekanan ekonomi yang signifikan karena didukung oleh modal besar, sistem manajemen terstandar, jaringan distribusi efisien, serta strategi promosi dan harga yang agresif. Faktor-faktor struktural tersebut membentuk persaingan yang tidak seimbang. Pedagang kecil atau toko kelontong, yang beroperasi dengan modal terbatas, pola kulakan konvensional, dan manajemen sederhana berbasis keluarga, mengalami penurunan omzet karena kesulitan mempertahankan pelanggan yang beralih ke minimarket dengan kenyamanan dan kelengkapan produk.¹⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak disrupsi tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga merembet ke dimensi sosial masyarakat. Penurunan pendapatan pedagang kecil melemahkan ketahanan ekonomi rumah tangga dan mengurangi perputaran uang di tingkat lokal yang sebelumnya terjadi antar pelaku usaha kecil. Selain itu, berkurangnya aktivitas di toko kelontong turut mengikis fungsi sosialnya sebagai ruang interaksi warga, tempat bertukar informasi, dan pengikat solidaritas lingkungan. Dengan demikian, perkembangan waralaba minimarket memicu pergeseran pola hubungan sosial-ekonomi masyarakat ke arah yang lebih individual dan bergantung pada sistem ritel modern.

¹⁷ Novriady, M. R. Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(2), (2021). 453-462. <https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/issue/view/16>

Penelitian ini relevan dengan studi yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas pengaruh kehadiran ritel modern terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal. Namun, kajian Novriady (2021) belum menyentuh aspek nilai keagamaan dalam merespons fenomena disrupsi tersebut, khususnya terkait etika muamalah, prinsip keadilan dalam persaingan usaha, serta tanggung jawab sosial ekonomi. Fokus penelitian ini adalah mengkaji bagaimana masyarakat Kecamatan Soreang menyikapi dampak disrupsi ritel modern dengan tetap mempertahankan nilai-nilai Islam seperti keadilan, tolong menolong, dan solidaritas. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas temuan Novriady dengan menjadikan religiusitas sebagai kerangka analisis yang sebelumnya belum dibahas secara khusus.

5. Tohri, A., dkk. meneliti “Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur”. Ekspansi Alfamart dan Indomaret yang meluas selama lima tahun terakhir menimbulkan keresahan di kalangan pelaku UMKM. Melalui pendekatan mixed methods, studi tersebut memaparkan bahwa pertumbuhan ritel modern memunculkan dinamika sosial-ekonomi yang tidak sederhana. Konsumen memang memperoleh kemudahan akses, harga promosi, serta kenyamanan bertransaksi. Di sisi lain, UMKM tertekan oleh persaingan yang timpang karena gerai waralaba ditopang modal besar, tata kelola baku, jaringan distribusi mapan, dan merek yang kuat.¹⁸Kondisi ini mendorong peralihan pola belanja masyarakat dari warung atau toko kelontong ke gerai waralaba, sehingga omzet pelaku UMKM menyusut dan kelangsungan usaha mereka menjadi rentan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh ekspansi ritel modern melampaui persoalan pendapatan dan menyentuh struktur sosial masyarakat. Bertambahnya jumlah Alfamart dan Indomaret menurunkan frekuensi pertemuan

¹⁸ Tohri, A., et al. “Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur.” *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>

sosial di ruang ekonomi tradisional yang dahulu berfungsi sebagai tempat berbagi informasi, mempererat hubungan bertetangga, serta memelihara solidaritas ekonomi lokal. Transaksi pada ritel modern cenderung bersifat impersonal dan lebih individualistis. Namun demikian, studi ini juga mencatat munculnya inisiatif kolektif dari sebagian warga dan pemerintah desa untuk melindungi UMKM lewat pengaturan zonasi serta peningkatan kapasitas pelaku usaha kecil.

Kajian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan karena sama-sama membahas pengaruh kehadiran Alfamart terhadap kondisi sosial ekonomi di tingkat lokal. Akan tetapi, belum mengaitkan secara khusus fenomena ini dengan nilai keagamaan sebagai dasar respons masyarakat. Penelitian ini memfokuskan pada cara masyarakat Kecamatan Soreang menyikapi ekspansi Alfamart dengan menjadikan prinsip Islam seperti keadilan dalam muamalah, tolong menolong, dan ukhuwah sebagai pijakan sikap maupun strategi adaptasi. Dengan begitu, penelitian ini mengembangkan hasil terdahulu melalui penambahan dimensi religiusitas yang belum menjadi sorotan utama dalam studi mengenai dampak ritel modern terhadap UMKM.¹⁹

B. Tinjauan Teori

1. Teori Habitus, Modal, dan Arena – Pierre Bourdieu

Bourdieu menjelaskan bahwa perilaku sosial terbentuk dari gabungan tiga hal: habitus, modal, dan arena. Tindakan seseorang tidak selalu direncanakan secara logis, tetapi dipengaruhi oleh pola pikir yang sudah terbentuk sejak lama dan posisi orang tersebut di masyarakat.

Tiga konsep tersebut memiliki kaitan erat. Pertama, habitus adalah kebiasaan, cara berpikir, dan pola bertindak yang sudah menetap dalam diri seseorang. Habitus

¹⁹ Tohri, A., et al. "Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur." *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>

diperoleh melalui proses belajar di keluarga, sekolah, dan lingkungan. Ia bekerja secara tidak disadari dan menjadi pedoman praktis tentang apa yang pantas atau tidak pantas dilakukan. Kedua, modal adalah segala bentuk sumber daya yang dianggap bernilai dalam lingkungan sosial tertentu. Modal tidak hanya berupa uang atau barang, tetapi juga mencakup pengetahuan, jaringan pertemanan, dan penghargaan dari masyarakat. Bourdieu membagi modal menjadi empat jenis: modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik. Modal ini menentukan posisi seseorang dan dapat ditukar satu sama lain. Ketiga, arena adalah lingkungan sosial tertentu yang memiliki aturan, tingkatan posisi, dan persaingan. Di dalam arena, setiap orang atau kelompok berupaya memperoleh dan mempertahankan modal yang diakui di lingkungan tersebut.²⁰

Ketiga unsur tersebut saling berhubungan dalam menghasilkan tindakan. Ketika habitus dan modal yang dimiliki seseorang bertemu dengan aturan yang berlaku di arena, maka lahirlah perilaku sosial tertentu. Jika kebiasaan lama tidak sesuai dengan aturan baru di arena, dapat terjadi ketidaksesuaian yang menimbulkan kebingungan.

Teori habitus, modal, dan arena yang dijelaskan oleh Pierre Bourdieu menempatkan teori ini sebagai salah satu pendekatan penting dalam ilmu sosiologi kontemporer. Menurut Bourdieu, lahirnya konsep ini tidak dapat dipisahkan dari cara mengatasi pembagian dua kelompok antara objektivisme dan subjektivisme.²¹ Teori ini tidak hanya menaruh kepedulian pada struktur sosial yang menentukan tindakan, tetapi juga menegaskan pada disposisi agen yang dibentuk oleh sejarah dan terus memproduksi praktik.²² Landasan utama dari teori ini adalah anggapan bahwa praktik sosial lahir dari pertemuan antara habitus dan arena, yang selalu dimediasi oleh kepemilikan dan distribusi modal.²³ Sebaliknya, apabila habitus tidak lagi sesuai

²⁰ Bourdieu, P. The forms of capital. Dalam J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* 1986. hlm. 241–258. Greenwood Press.

²¹ Pierre Bourdieu, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge: Cambridge University Press, 1977, hlm. 3-4.

²² Bourdieu, *The Logic of Practice*, Stanford: Stanford University Press, 1990, hlm. 52-53.

²³ Bourdieu & Loïc J.D. Wacquant, *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: University of Chicago Press, 1992, hlm. 97.

dengan arena yang berubah, agen akan mengalami *hysteresis*, Dimana kondisi ketidakjelasan terjadi ketika skema lama tidak lagi sesuai dengan aturan baru.²⁴

Teori habitus, modal, dan arena merupakan salah satu teori penting dalam sosiologi teori ini digunakan untuk mengurai sekaligus memperkirakan bagaimana individu bertindak serta mempertahankan kedudukannya dalam ruang sosial. Teori ini melihat bagaimana tindakan sosial sebagai hasil dari hubungan timbal balik antara struktur internal berupa habitus dan struktur eksternal berupa arena.²⁵ Dengan demikian, setiap praktik sosial dipahami sebagai upaya yang dihasilkan dari kalkulasi praktis, bukan rasionalitas sadar sepenuhnya, antara modal yang dimiliki dan tuntutan arena.²⁶ Dalam pandangan Bourdieu dalam kajian teorinya menilai bahwa individu tidak bertindak bebas sepenuhnya, namun juga tidak ditentukan struktur secara mutlak. Mereka bergerak dalam ruang kemungkinan yang dibentuk oleh volume dan komposisi modal yang mereka miliki.²⁷

Menurut Bourdieu, teori ini menjelaskan perubahan dalam masyarakat dan cara masyarakat mempertahankan tatanannya terjadi melalui persaingan di dalam arena sosial yang memiliki aturan sendiri. Persaingan tersebut tidak hanya tentang uang atau keuntungan ekonomi, tetapi juga melibatkan perebutan berbagai jenis modal. Modal yang diperebutkan mencakup modal sosial, yaitu jaringan pertemanan dan rasa saling percaya; modal budaya, yaitu pengetahuan dan selera yang dimiliki seseorang; serta modal simbolik, yaitu bentuk penghargaan dan rasa hormat dari masyarakat.²⁸ Sehingga, teori Bourdieu melihat arena sebagai ruang kompetisi sosial, baik melalui distribusi sumber daya material maupun melalui hierarki prestise yang terbentuk dan tumbuh di kalangan masyarakat.

²⁴ Bourdieu, *The Logic of Practice*, hlm. 62.

²⁵ Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**, Cambridge: Harvard University Press, 1984, hlm. 101.

²⁶ Bourdieu, *Practical Reason: On the Theory of Action*, Stanford: Stanford University Press, 1998, hlm. 25.

²⁷ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, trans. Richard Nice (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984), hlm. 114.

²⁸ Bourdieu, *The Forms of Capital*, dalam J. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood, 1986, hlm. 241-258.

Secara umum, metode ini menjelaskan bagaimana cara menghubungkan logika tindakan manusia dengan medan pertarungan, di mana setiap agen biasanya berusaha bagaimana cara meningkatkan atau mempertahankan posisinya dengan menggunakan modal yang diakui sah dalam arena tersebut.²⁹ Setiap agen berada dalam arena sosial tertentu yang memiliki aturan dan logika masing-masing, sehingga mereka saling bergantung pada aturan main yang berlaku untuk mencapai posisi dominan. Setiap agen membutuhkan modal yang relevan karena naluri untuk bertahan dalam ruang sosial sangat kuat. Namun, dominasi tidak muncul dengan sendirinya, melainkan hasil dari akumulasi modal historis yang mendorong agen untuk menjaga dan menciptakan posisi di dalam arena.

Kajian tentang relasi antara agen dan struktur berdasarkan konsep habitus, modal, dan arena termasuk dalam ciri khas teori Bourdieu. Teori ini berfokus pada tingkat kajian yang menyatukan mikro dan makro, yaitu bagaimana struktur melekat menjadi disposisi tubuh dan bagaimana disposisi itu menunjukkan struktur lewat praktik. Teori ini bersifat berkaitan karena menunjukkan bagaimana kedudukan dalam arena mempengaruhi habitus seseorang, serta bagaimana habitus tersebut juga dapat memengaruhi reproduksi atau transformasi arena.

Teori habitus, modal, dan arena menjelaskan bahwa ada hubungan timbal balik antara cara manusia berperilaku dan ruang sosial tempatnya berada. Ruang sosial tersebut terdiri dari arena-arena yang memiliki logika spesifik dan saling memengaruhi satu sama lain. Dalam teori ini, terdapat beberapa konsep kunci seperti *doxa*, yaitu hal-hal yang diterima begitu saja, serta *illusio*, yaitu kepercayaan agen bahwa permainan di arena layak dimainkan.³⁰ Oleh karena itu, pola ini berkaitan dengan kajian tentang perubahan sosial, yaitu ketika terjadi pergeseran aturan main di arena yang mengakibatkan melemahnya nilai modal tertentu dan krisis pada habitus yang lama.

²⁹ Bourdieu & Wacquant, *An Invitation to Reflexive Sociology*, hlm. 98-99.

³⁰ Bourdieu, *Pascalian Meditations*, Stanford: Stanford University Press, 2000, hlm. 11, 102.

2. Teori Agama sebagai Sistem Budaya – Clifford Geertz

Teori agama sebagai sistem budaya yang dijelaskan oleh Clifford Geertz menggolongkan teori ini sebagai salah satu pendekatan penting dalam pendekatan antropologi simbolik. Menurut Geertz, terbentuknya teori ini tidak dapat dipisahkan dari pandangannya bahwa inti dari antropologi terletak pada kajian mengenai makna serta tafsir yang diberikan manusia terhadap dunianya.³¹ Teori ini tidak hanya berfokus pada institusi agama secara terpisah, tetapi juga menegaskan pada pola simbol yang membentuk suasana hati dan motivasi, sehingga menciptakan susunan kehidupan umum.³² Tujuan utama dari teori agama sebagai sistem budaya adalah pendapat bahwa suatu sistem simbol keagamaan cenderung akan terus mengarahkan tindakan apabila para penganutnya memperoleh penjelasan yang masuk akal atas kondisi sebenarnya dan pedoman moral yang teratur. Sebaliknya, apabila dalam suatu proses penafsiran terjadi ketidakselarasan antara etos dan pandangan dunia, maka potensi besar kewenangan agama atas domain tertentu tidak akan bertahan.³³

Teori agama sebagai sistem budaya merupakan suatu kajian yang cukup luas dan banyak digunakan untuk menyampaikan secara rinci sekaligus memprediksi bagaimana individu membentuk serta mempertahankan susunan makna dalam kehidupan bermasyarakat. Teori ini memandang agama sebagai sistem simbol yang bekerja sebagai *model of* dan *model for*.³⁴ Dengan demikian, setiap tindakan keagamaan dipahami sebagai hasil dari gabungan antara apa yang dianggap nyata dengan apa yang seharusnya dilakukan. Para peneliti dalam kajian Geertz berpendapat bahwa individu secara kultural mampu menyatukan penderitaan, kekacauan, dan ketidakadilan ke dalam kerangka yang dapat ditanggung dengan mengacu pada simbol-simbol sakral yang diotorisasi kolektif.

³¹ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books, 1973, hlm. 5.

³² Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm. 90.

³³ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm. 112–113.

³⁴ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm. 93–94.

Dalam perpektif ilmu antropologi dan sosiologi, teori ini menjelaskan bahwa dinamika perubahan maupun keberlangsungan tatanan makna dalam masyarakat berlangsung melalui proses pemeliharaan simbol yang senantiasa dinegosiasikan oleh komunitas penganutnya. Proses pemeliharaan tersebut tidak hanya berkaitan dengan ritual formal, melainkan juga melibatkan unsur-unsur sosial, seperti moral ekonomi, konsepsi waktu sakral, serta batas antara yang profan dan yang suci.³⁵ Oleh karena itu, teori Geertz memandang agama sebagai sistem budaya yang dapat diamati, baik melalui narasi kosmis yang diyakini maupun melalui praktik sehari-hari yang diatur oleh narasi tersebut.

Secara umum, teori ini sering dikaji dengan cara mengaitkan kehidupan manusia dengan teks, di mana setiap simbol keagamaan biasanya berusaha memberi tatanan pada pengalaman yang dinilai tidak jelas atau tidak bermakna¹⁹. Manusia secara alami selalu mencari penjelasan atas penderitaan dan ketidakpastian, saling bergantung untuk memperkuat terkait keteraturan umum. Setiap kelompok membutuhkan sistem simbol karena sifat alami untuk memberi arti pada dunia sangat kuat. Namun, perpaduan antar makna tidak muncul dengan sendirinya, melainkan hasil dari kerja ritual dan penafsiran yang terus menerus yang mendorong untuk menjaga kesesuaian antara etos dengan pandangan dunia di dalam masyarakat.³⁶

Analisis tentang hubungan antara simbol, makna, dan tindakan berdasarkan konsep *model of* dan *model for* termasuk dalam ciri khas teori Geertz. Teori ini berfokus pada tingkat pembahasan kultural, yaitu bagaimana manusia memberi arti pada pengalaman melalui jaringan simbol. Teori ini bersifat mendeskripsikan karena menunjukkan bagaimana sistem makna mempengaruhi perilaku seseorang, serta bagaimana perubahan sosial juga dapat memengaruhi daya hidup sistem makna itu sendiri.

³⁵ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm.90,127.

³⁶ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm. 126-127

Teori agama sebagai sistem budaya menjelaskan bahwa ada hubungan timbal balik antara cara manusia memahami dunia dan sistem simbol yang mereka warisi. Sistem simbol tersebut terdiri dari mitos, ritus, dan etika yang saling menguatkan satu sama lain. Dalam teori ini, terdapat beberapa hal seperti suasana hati religius, motivasi jangka panjang, dan konsepsi tatanan umum. Oleh karena itu, teori ini berkaitan dengan kajian tentang perubahan sosial, yaitu ketika proses rasionalisasi atau diferensiasi domain sosial menyebabkan agama kehilangan fungsinya sebagai *model for* untuk area tertentu, sehingga otoritasnya menyusut ke wilayah pribadi dan ritualistik.³⁷

C. Kerangka Konseptual

1. Dinamika Sosial

Proses perubahan terus menerus dalam struktur masyarakat terdiri dari struktur, fungsi, institusi, dan pola interaksi sehari-hari³⁸. Dinamika sosial berasal dari konflik antara kekuatan dalam komunitas dengan kekuatan dari luar. Kelompok yang diuntungkan dan yang tersingkir selalu muncul sebagai hasil dari dinamika sosial.³⁹ Pierre Bourdieu membaca dinamika melalui perubahan habitus sebagai disposisi tubuh, pergeseran komposisi modal yang relevan, dan penciptaan arena baru dengan berbagai aturan main.

Dinamika sosial diartikan sebagai proses berubahnya cara warga Soreang berinteraksi, perubahan kekuasaan antar kelompok, dan perubahan cara bertindak masyarakat setelah ritel waralaba masuk dan membentuk arena konsumsi baru. Perubahan tersebut membuat masyarakat bergeser dari kebiasaan yang bersifat kekeluargaan menjadi kebiasaan yang bersifat jual-beli. Salah satu tanda yang terlihat dari perubahan ini adalah hilangnya peran sosial toko kelontongan yang dulu menjadi tempat warga berkumpul dan saling membantu.

³⁷ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973), hlm. 170-172.

³⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers, 2021, hlm. 402.

³⁹ P. Sztompka, *Sociology of Social Change*, Oxford: Blackwell, 2021, hlm. 3-5.

Penanda paling awal dari penurunan modal sosial warung adalah penurunan praktik utang. Tidak hanya perubahan metode pembayaran, tetapi juga hilangnya kepercayaan sebagai dasar relasi sosial. Warung kehilangan kemampuan untuk mengubah hubungan pribadi menjadi kesetiaan finansial. Di arena baru yang hanya mengakui uang tunai sebagai modal yang sah, kepercayaan sebagai modal simbolik warung tidak lagi diperlukan. Warung juga kehilangan fungsinya sebagai tempat umum. Perlahan-lahan, kebiasaan penduduk untuk berbicara, menitip pesan, atau sekadar menumpang duduk telah hilang. Warung tidak lagi berfungsi sebagai titik solidaritas, tetapi hanya sebagai etalase kosong. Eksklusi struktural duaafa disebabkan oleh hilangnya fungsi sosial ini. Warung dahulu menawarkan perlindungan bagi orang miskin melalui sistem utang. Dengan kebangkrutan warung, orang miskin kehilangan satu-satunya sarana ekonomi yang mendukung kemiskinan.⁴⁰ Orang-orang miskin dipaksa masuk ke arena Alfamart, yang tidak peduli dengan status sosial dan hanya memikirkan uang tunai.

Konsumen kemudian terbiasa dengan layanan impersonal, harga pasti, dan sistem swalayan Alfamart. Logika transaksi ini diinternalisasi dan dinormalisasi terutama oleh generasi muda. Alfamart berhasil dalam produksi disposisi baru dan mendominasi penjualan. Sekarang ada aturan main di arena konsumsi Soreang yang memaksa semua pihak untuk mengikuti logika pasar.

2. Nilai keagamaan

Nilai keagamaan tidak sekadar doktrin teologis, tetapi sebagai sistem makna yang hidup dan mendorong perilaku sosial. Menurut Clifford Geertz, nilai keagamaan dianggap sebagai sistem simbol yang merumuskan tatanan umum eksistensi sehingga mampu menciptakan suasana hati dan motivasi yang meresap pada pemeluknya. Oleh karena itu, nilai keagamaan berfungsi dengan baik dalam kombinasi sebagai model for yang menjelaskan realitas dan *model of* yang memberi pedoman untuk bertindak.

⁴⁰ A. Fauzi, "Eksklusi Duaafa dalam Arena Konsumsi Digital: Analisis Bourdieu atas Pergeseran Pasar Tradisional", *Jurnal Masyarakat dan Budaya LIPI*, Vol. 25 No. 1, 2023, hlm. 15-30.

Kemampuan agama untuk menyatukan etos dengan perspektif dunia adalah kunci keberhasilan agama.

Nilai keagamaan di Soreang dipahami sebagai ajaran Islam yang sudah lama mengatur cara warga berdagang dan berbelanja. Ajaran tersebut mencakup saling tolong, silaturahmi, mencari loyalitas, dan menghormati waktu ibadah. Nilai-nilai ini justru lebih banyak dipraktikkan di warung daripada di masjid.. Untuk melindungi duaafa, tolong menolong diwujudkan melalui mekanisme utang.⁴¹ Warung utang adalah contoh perintah tolong-menolong. Budaya berbicara di warung, yang berfungsi sebagai tempat sosial di mana orang merawat relasi, mewujudkan silaturahmi.

Bentuk loyalitas pelanggan pada warung tradisional tidak selalu didorong oleh motif rasional seperti harga yang murah, melainkan oleh kesadaran ekonomi moral untuk saling menghidupi antar-tetangga. Aktivitas berbelanja di warung kelontong sekitar rumah dinilai mendatangkan keberkahan karena di dalamnya terdapat dimensi sosio-religius yang saling meringankan beban sesama warga.

Keunikan interaksi ini juga terlihat dari bagaimana waktu sakral mengontrol waktu profan; proses jual beli seketika dihentikan sementara waktu saat azan berkumandang maupun selama perayaan hari besar keagamaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa pada ekosistem masyarakat lokal, warung tradisional bukan sekadar ruang bisnis pencari keuntungan materi, melainkan telah bertransformasi menjadi lembaga sosial-keagamaan yang mengintegrasikan prinsip tolong-menolong ke dalam praktik ekonomi sehari-hari.

Perubahan yang lebih mendasar juga terjadi pada nilai agama. Waktu ibadah tidak lagi membatasi aktivitas pasar. Hal ini terlihat dari Alfamart yang tetap buka saat hari besar keagamaan. Waktu yang dulu dihormati untuk ibadah kini hanya dianggap sebagai hari libur biasa. Nilai tolong menolong atau saling tolong juga mengalami pergeseran. Tolong menolong tidak lagi menjadi bagian dari jual beli

⁴¹ N. Hasanah, "Ta'awun dalam Praktik Ekonomi Mikro: Studi Etnografi Warung Kelontong", *Jurnal Penelitian Keislaman*, Vol. 19 No. 2, 2023, hlm. 201-218.

sehari-hari. Kegiatan tolong-menolong kini lebih banyak dilakukan secara pribadi, seperti sedekah pada hari Jumat atau donasi lewat grup WhatsApp.

Konsep loyalitas juga diperdebatkan. Sekarang lebih umum untuk menghubungkan loyalitas dengan efisiensi: murah, lengkap, dan cepat.⁴² Eksklusi duaafa menjadi normal karena dibagi menjadi bidang ibadah dan muamalah. Alfamart yang tidak memiliki hutang tidak dianggap sebagai tidak Islami; itu lebih merupakan toko kontemporer yang aturannya begitu. Pada titik ini, agama tidak lagi memiliki peran profetik untuk mengkritik sistem yang menyingkirkan yang lemah. Selain itu, agama tidak lagi memiliki peran integratif untuk menjelaskan penderitaan orang miskin.⁴³ Tidak lagi merupakan masalah teologis untuk memikirkan penderitaan orang miskin yang tersingkir dari pasar.

3. Ekspansi Ritel Waralaba

Ritelisasi, yang merupakan ekspansi logika pasar kapitalis ke dalam ruang konsumsi komunitas, dikenal sebagai ekspansi ritel waralaba.⁴⁴ Ritel waralaba seperti Alfamart dan Indomaret memiliki modal ekonomi besar, manajemen terpusat, standardisasi produk dan layanan, sistem swalayan, harga tetap, dan jam operasional yang efektif untuk mengoptimalkan akumulasi. Ritel waralaba tidak hanya menjual barang; mereka juga menjual gaya hidup baru yang mengubah cara orang berinteraksi, menghabiskan waktu, dan memaknai konsumsi.

Ekspansi ritel waralaba ditandai dengan berdirinya gerai Alfamart dan Indomaret di Soreang. Kedua ritel tersebut membawa modal ekonomi yang besar, sistem pelayanan yang tidak bersifat kekeluargaan, dan cara belanja baru bagi warga. Karena Alfamart dan Indomaret memiliki aturan main sendiri yang berbeda dengan warung,

⁴² F. Rahman, "Rasionalisasi Nilai Keagamaan dalam Praktik Konsumsi Muslim Urban", *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, Vol. 18 No. 1, 2022, hlm. 33-50.

⁴³ S. Maulida, "Filantropi Islam dan Melemahnya Fungsi Integratif Agama di Arena Pasar", *Jurnal Bimas Islam Kemenag*, Vol. 16 No. 1, 2023, hlm. 77-95.

⁴⁴ S. Sassen, *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*, Cambridge: Harvard University Press, 2021, hlm. 76. <https://smeru.or.id/id/publication-id/dampak-supermarket-terhadap-pasar-dan-pedagang-ritel-tradisional>

arena konsumsi di Soreang mengalami perubahan. Aturan main tersebut tidak cocok dengan sumber daya yang dimiliki warung dan warga kurang mampu. Ketika dua cara berdagang yang berbeda bertemu, sebagian pihak akhirnya tersingkir dari persaingan.

Alat pertama yang melumpuhkan toko adalah dominasi modal ekonomi. Kepercayaan dan kedekatan pelanggan yang dimiliki warung menjadi tidak relevan karena promosi harga, kelengkapan barang, dan fasilitas seperti AC. Konsumen memilih kenyamanan dan efisiensi. Modal ekonomi Alfamart lebih besar daripada modal sosial warung. Kegagalan tidak disebabkan oleh pemilik warung yang malas; sebaliknya, kegagalan ini disebabkan oleh fakta bahwa modal yang mereka miliki tidak lagi dianggap sebagai modal di arena baru.

Sebagai standar baru untuk transaksi, sistem operasional impersonal kemudian dipaksakan. Mekanisme belas kasihan yang dulu melindungi duaafa di warung dihapus oleh aturan tidak ada utang, tidak ada tawar-menawar, dan pembayaran harus dilakukan secara tunai. Karena hanya mengakui logika akumulasi,⁴⁵ Arena Baru tidak menyadari kemiskinan. Orang-orang miskin yang tidak memiliki cukup uang secara otomatis tersingkir dari arena. Di sistem kasir mesin, belas kasihan yang dulu ada di warung tidak lagi ada.

Penanda paling jelas dari kemenangan logika pasar adalah penundaan waktu sakral. Sebuah bukti bahwa waktu pasar lebih penting daripada waktu agama adalah keputusan untuk tetap buka pada hari besar keagamaan. Saat ini, waktu terus berputar untuk akumulasi, bukan lagi untuk penghormatan ritual. Tiga proses, dominasi modal, imposisi sistem impersonal, dan penundukan waktu sakral, menciptakan arena baru yang menghilangkan warung dan duaafa. Karena mereka tidak memiliki dana yang diperlukan untuk bertahan di arena baru, bukan karena mereka melanggar aturan.

⁴⁵ L. Wacquant, "Rethinking the Urban Margins from the Global South", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 47 No. 2, 2023, hlm. 231-245.

4. Loyalitas Pelanggan Lokal

Kehadiran ritel waralaba dengan sistem yang impersonal dan dominasi modal besar pada akhirnya memicu respons sosial dari komunitas lokal, yaitu munculnya loyalitas pelanggan lokal. Loyalitas pelanggan secara sederhana dapat dimaknai sebagai kesetiaan seorang pembeli untuk terus datang dan berbelanja di tempat yang sama secara berulang-ulang berlandaskan rasa puas dan percaya. Namun, dalam sosiologi ekonomi, loyalitas terhadap warung kelontong tradisional tidak lahir dari pertimbangan harga yang murah atau fasilitas yang nyaman. Sebaliknya, kesetiaan ini muncul sebagai bentuk perlawanan kultural masyarakat untuk melindungi ruang ekonomi tetangga mereka dari gerusan pasar modern.

Di tengah kepungan Alfamart dan Indomaret di Soreang, warung tradisional tetap memiliki daya tarik tersendiri karena merawat modal sosial yang tidak dimiliki oleh ritel modern. Ikatan emosional, hubungan kekerabatan, dan interaksi tatap muka yang akrab antar-tetangga menjadi fondasi utama yang membentuk loyalitas ini. Bagi sebagian warga, berbelanja di warung kelontong bukan lagi sekadar urusan memenuhi kebutuhan konsumsi, melainkan sebuah tindakan moral untuk saling membantu dan menjaga kelangsungan hidup ekonomi sesama warga komunitas di tingkat lokal.

Benteng terkuat dari loyalitas pelanggan lokal ini berada pada mekanisme belas kasihan dalam bentuk sistem saling percaya atau utang. Ketika ritel waralaba modern menerapkan aturan pembayaran tunai yang kaku dan menolak konsumen miskin, warung tradisional justru hadir memberikan kelonggaran finansial kepada warga yang sedang kesulitan. Rasa kemanusiaan dan kelonggaran inilah yang menciptakan utang budi moral di benak pelanggan. Hubungan timbal balik ini membuat masyarakat merasa sungkan untuk berpindah ke ritel modern dan memilih tetap loyal berbelanja

di warung kelontong, menjadikannya sebuah pertahanan sosial yang menjaga warung tradisional agar tidak tersingkir dari arena persaingan ekonomi.⁴⁶

D. Kerangka Pikir

Kerangka konseptual penelitian ini dibuat untuk menunjukkan cara peneliti memahami fenomena yang dikaji. Studi ini dimulai dengan munculnya ritel modern, terutama Alfamart, di Kecamatan Soreang Kota Parepare, yang mengubah cara masyarakat mengonsumsi barang. Tidak hanya aspek ekonomi, seperti kebiasaan belanja, tetapi perubahan ini juga memengaruhi dinamika sosial dan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Perubahan yang terjadi di bidang konsumsi ini menunjukkan bahwa masyarakat sedang mengalami dinamika sosial. toko kelontongan, yang dulunya berfungsi sebagai tempat di mana orang berkumpul dan bersosialisasi satu sama lain, mulai kehilangan fungsinya. Sebaliknya, ritel modern menawarkan pola hubungan yang lebih transaksional dan tidak terpersonalisasi. Dalam keadaan seperti ini, masyarakat harus mendeskripsikan kembali tujuan dari aktivitas ekonomi dan sosial mereka.

Nilai-nilai Islam dalam masyarakat dipengaruhi oleh perubahan sosial yang terjadi. Nilai-nilai seperti tolong menolong, loyalitas, dan sakralitas waktu mulai berubah dalam interaksi jual beli seiring dengan munculnya logika arena konsumsi baru. Hal ini menyebabkan tanggapan dan penyesuaian dari masyarakat, yang mempertahankan atau memaknai kembali nilai-nilai keagamaan di tengah-tengah transformasi.

Teori Habitus, Modal, dan Arena dari Pierre Bourdieu digunakan untuk menganalisis perubahan sosial yang terjadi di masyarakat ketika ritel waralaba mulai berkembang. Teori tersebut membantu menjelaskan proses perubahan yang muncul

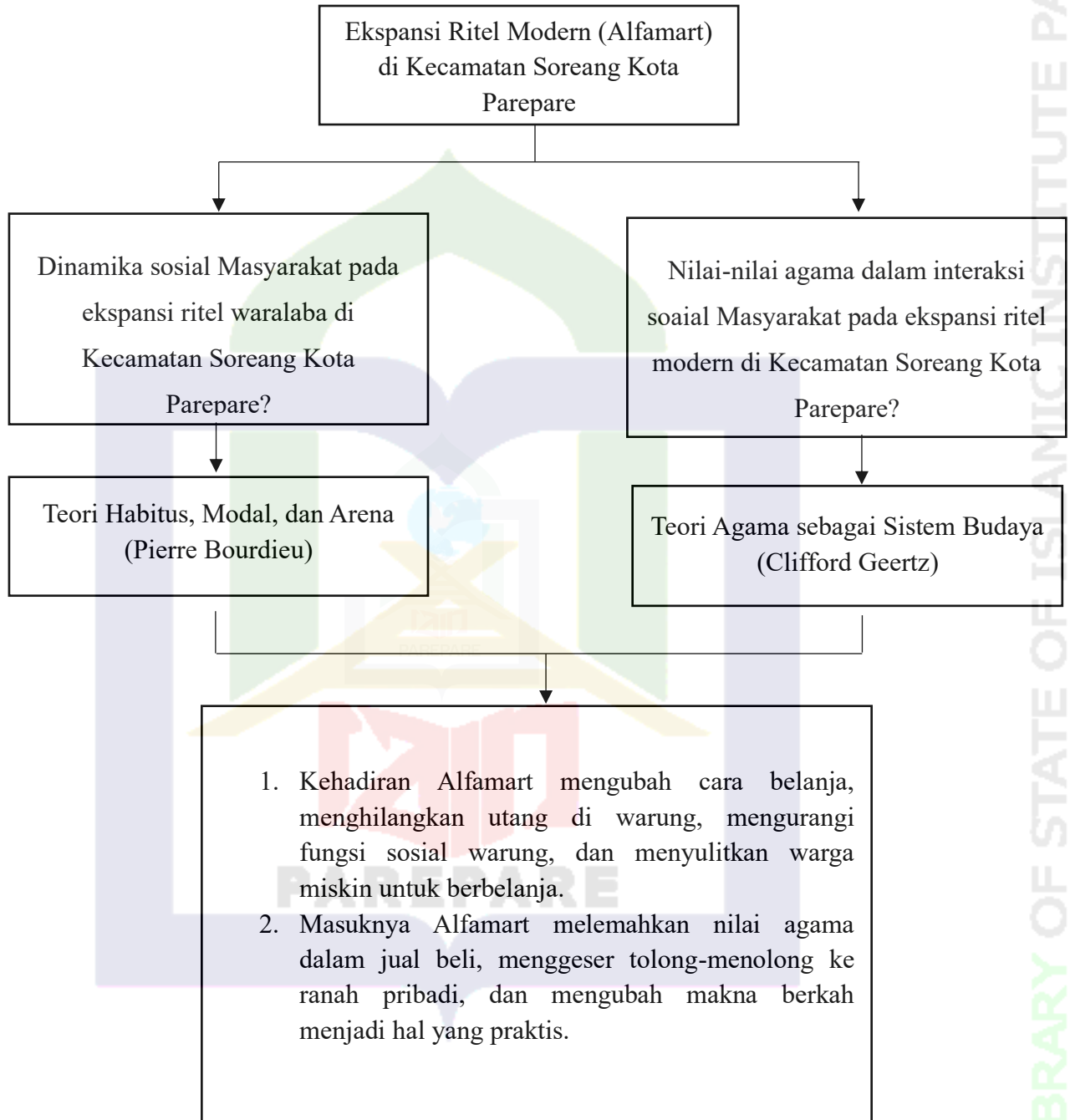
⁴⁶ S. Syahfitri, "Pengaruh Penerapan Strategi Usaha Toko Kelontong Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan Dalam Menghadapi Usaha Ritel Yang Menjamur", *Jurnal Bisnis dan Kompetisi*, Vol. 7 No. 2, 2025, hlm. 45-52

akibat kehadiran ritel modern.⁴⁷ Selain itu, teori Clifford Geertz tentang agama sebagai sistem budaya digunakan untuk melihat bagaimana nilai-nilai agama berubah dalam interaksi sosial masyarakat.⁴⁸ Kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara perkembangan ritel kontemporer, perubahan sosial, dan perubahan nilai keagamaan di Kecamatan Soreang dibangun berdasarkan alur pemikiran ini.



⁴⁷ Bourdieu: Aldi, A., & Suyatna, H. (2020). Praktik Sosial Konsumen di Ritel Modern Perspektif Bourdieu. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 123-140.

⁴⁸ Geertz: Wahid, A. (2018). Agama dan Pasar: Membaca Perubahan Nilai Keagamaan dengan Teori Geertz. *Jurnal Studi Agama*, 9(1), 45-62.

Bagan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji dinamika sosial dan nilai-nilai keagamaan di Kecamatan Soreang, Kota Parepare sebagai bentuk respons terhadap ekspansi ritel waralaba Alfamart. Metode deskriptif tidak hanya menunjukkan bukti empiris tentang pertumbuhan toko, tetapi juga menjelaskan bagaimana sistem ekonomi kontemporer, yang digerakkan oleh efisiensi dan logika persaingan, mengubah lingkungan konsumsi lokal.

Kajian ini menggunakan dua kerangka teori sebagai pisau analisis untuk membahas dua aspek tersebut. Pertama, teori Habitus, Modal, dan Arena Pierre Bourdieu untuk melihat bagaimana pertumbuhan Alfamart menciptakan arena baru yang mendorong masyarakat untuk mengubah cara mereka berbelanja. Teori ini membantu menjelaskan pertarungan antara modal ekonomi ritel modern dengan modal sosial warung, serta dampaknya terhadap tersingkirnya kelompok masyarakat berpenghasilan rendah dari arena konsumsi.⁴⁹ Kedua, Teori Agama sebagai Sistem Budaya Clifford Geertz digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana masyarakat memberi tatanan dan pemahaman baru pada simbol-simbol keagamaan. Teori ini relevan untuk mengungkap apakah nilai-nilai seperti tolong menolong dipertahankan, dinegosiasikan, atau ditinggalkan dalam praktik jual beli sehari-hari.⁵⁰

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan, berkaitan dengan permasalahan penelitian.

⁴⁹ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, terj. Richard Nice, (Cambridge: Harvard University Press, 1984).

⁵⁰ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures*, (New York: Basic Books, 1973), hlm. 90.

Lokasi yang dipilih pada penelitian ini adalah di Kecamatan Soreang, Kota Parepare, yang terletak di Sulawesi Selatan. Kecamatan Soreang dipilih karena merupakan salah satu area di Kota Parepare yang telah mengalami pertumbuhan gerai ritel waralaba Alfamart secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir.⁵¹ Kondisi ini membuat Soreang menjadi tempat yang baik untuk mempelajari perubahan pola interaksi sosial dan nilai-nilai keagamaan di tengah modernisasi ekonomi.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih dua bulan, menyesuaikan dengan kebutuhan peneliti dan kalender akademik.

C. Fokus Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dinamika sosial dan nilai-nilai keagamaan masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare sebagai respon terhadap ekspansi ritel waralaba Alfamart.⁵² Studi ini berfokus pada dinamika sosial masyarakat dan menyelidiki bagaimana kehadiran Alfamart memengaruhi pola interaksi sosial dan hubungan ekonomi sehari-hari. Perubahan ini mencakup pergeseran fungsi toko kelontongan sebagai tempat interaksi dan solidaritas warga menuju ritel modern yang lebih pragmatis dan transaksional.⁵³

Data dikumpulkan dalam penelitian ini tentang perubahan dalam pola interaksi dan hubungan sosial masyarakat. Studi juga menyelidiki bagaimana kehadiran Alfamart mempengaruhi pola interaksi dalam kehidupan mereka. Selain itu, penelitian ini menyelidiki bagaimana masyarakat menanggapi perubahan tersebut terkait dengan nilai-nilai keagamaan seperti tolong menolong, loyalitas, dan sakralitas

⁵¹ BPS Kota Parepare. Kecamatan Soreang Dalam Angka 2023. <https://doi.org/10.31001/soreang2023>

⁵² Tohri, A., et al. "Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur." *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5, no. 1 : 1–15.

⁵³ Rahayu, D. P., et al. "Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehidupan Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi." *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 6, no. 2 (2021): 151–159. Menjelaskan pergeseran fungsi sosial dari warung ke minimarket.

waktu.⁵⁴ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan apakah nilai-nilai keagamaan tersebut dipertahankan, dinegosiasikan, atau berubah dalam praktik sosial masyarakat di tengah pertumbuhan ritel waralaba.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara menyeluruh dengan konsumen, pedagang kecil, karyawan ritel, dan komunitas sekitar yang terdampak oleh ritel kontemporer.⁵⁵ Untuk melihat secara langsung aktivitas sosial dan interaksi di lingkungan sekitar Alfamart dan toko kelontongan, observasi dan dokumentasi digunakan. Dengan data ini, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang praktik sosial, pola interaksi, dan respons masyarakat dapat mengatur perubahan sosial di Kecamatan Soreang.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif ini terdiri dari narasi, deskripsi, dan cerita yang diambil dari wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen terkait. Informasi yang dikumpulkan mencakup pandangan, pengalaman, dan persepsi pelanggan, karyawan Alfamart, pemilik toko kelontongan, dan tokoh agama mengenai dinamika sosial akibat ekspansi Alfamart dan negosiasi nilai-nilai keagamaan yang terjadi di Kecamatan Soreang serta apa saja dampak dari kontestasi arena konsumsi ini terhadap hubungan sosial dan ekonomi antara toko kelontongan dan masyarakat. Data ini akan digunakan untuk memahami secara mendalam motif, pengalaman sosial, serta dinamika identitas yang terkait dengan praktik arena konsumsi di wilayah Kecamatan Soreang.

⁵⁴ adhilah, N. "Negosiasi Makna Berkah dan Ta'awun di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Fenomenologi." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 18, no. 2 (2024): 145–162. Membahas sidq, amanah, ukhuwah di arena konsumsi baru. <https://doi.org/10.23971/jsam.v18i2.5120>

⁵⁵ Maimunah, S. *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Idea Press, 2022, 127-151. Menegaskan wawancara mendalam sebagai teknik utama fenomenologi. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9k3xm>

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara mendalam dengan pelanggan, karyawan Alfamart, pemilik toko kelontongan, dan tokoh agama di Kecamatan Soreang. Beberapa informan yang diwawancarai akan memberikan pandangan, pengalaman, dan persepsi mereka mengenai dinamika sosial akibat ekspansi Alfamart dan negosiasi nilai-nilai keagamaan yang terjadi serta dampaknya terhadap kehidupan sosial mereka.⁵⁶

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu:

Kriteria Informan	Nama informan
Pelanggan Alfamart dan Toko Kelontongan	1. Edwin 2. Alsa, S.Pd. 3. Erlangga Ardiansyah 4. Terisa 5. Hamdana
Karyawan Alfamart	1. Agung 2. Dewa Putra fahreza
Pemilik Toko Kelontongan	1. Ibu Aminah 2. Bapak Samsir Mangkana
Tokoh Agama	H. Liling & Ust. Kamaluddin
Total	11 orang

⁵⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 108.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam kajian ini diambil dari sumber-sumber tertulis seperti buku, jurnal, artikel, dan dokumen resmi yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder ini berfungsi untuk mendukung dan memperkuat hasil yang diperoleh dari data primer serta memberikan konteks teoritis dan latar belakang yang lebih luas mengenai dinamika sosial dan negosiasi nilai keagamaan antara toko kelontongan dan Alfamart di Kecamatan Soreang Kota Parepare.⁵⁷

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Adapun cara peneliti mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap tentang bagaimana keberadaan ritel waralaba Alfamart memengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kecamatan Soreang, Kota Parepare, penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi adalah metode yang digunakan. Untuk menghasilkan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, ketiga pendekatan ini digunakan secara bersamaan.⁵⁸

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi yang rinci dan penuh dengan praktik sosial, persepsi, dan perspektif informan terkait perubahan dinamika sosial dan nilai keagamaan yang disebabkan oleh ekspansi ritel waralaba Alfamart di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Wawancara ini menggunakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan informan mengungkapkan pandangannya secara bebas dan mendalam.⁵⁹

⁵⁷ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 28.

⁵⁸ Maimunah, S. *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Idea Press, 2022, 140-145. Menjelaskan kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk validitas data. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9k3xm>

⁵⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 186.

Penelitian ini melibatkan lima kelompok informan: pemilik toko kelontongan; konsumen warung dan Alfamart; masyarakat berpenghasilan rendah; tokoh agama atau tokoh masyarakat; dan pegawai Alfamart di Kecamatan Soreang. Melalui wawancara ini, peneliti dapat memahami berbagai aspek perubahan relasi sosial, seperti pergeseran praktik utang-piutang, hilangnya fungsi sosial warung, dan tersingkirnya kelompok rentan dari arena konsumsi baru. Selain itu, wawancara memungkinkan informan untuk merenungkan kembali nilai-nilai Islam seperti tolong menolong, loyalitas, dan sakralitas waktu, serta cara-cara di mana nilai-nilai ini dipertahankan atau dipertukarkan dalam sistem perdagangan kontemporer.

2. Observasi Lapangan

Observasi ini dilakukan secara langsung di toko Alfamart dan lingkungan di sekitar lokasi penelitian di Kecamatan Soreang. Tujuan observasi ini adalah untuk mengamati aktivitas operasional toko, perilaku pelanggan, dan cara ritel modern berinteraksi dengan masyarakat.

Peneliti melakukan observasi sistematis untuk mendapatkan gambaran empiris tentang dinamika sosial-ekonomi yang dihasilkan oleh keberadaan ritel waralaba. Ini mencakup bagaimana arena konsumsi baru membentuk kebiasaan berbelanja dan hubungan antarwarga. Situasi, peristiwa, dan percakapan yang berkaitan dengan subjek penelitian dicatat dalam catatan lapangan.

3. Dokumentasi

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi divalidasi dengan menggunakan dokumentasi. Sumber dokumentasi termasuk dokumen resmi pemerintah Kota Parepare, laporan operasional gerai, materi promosi Alfamart, foto aktivitas di lokasi penelitian, dan artikel media yang berkaitan dengan ekspansi ritel kontemporer di Kecamatan Soreang.

Setelah data dikumpulkan, analisis kualitatif dilakukan dengan mengelompokkan dan mendeskripsikan data berdasarkan subjek penelitian. Ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang pola dan dampak sosial-ekonomi dari bisnis ritel

waralaba, serta bagaimana nilai-nilai agama dipertahankan dan dinegosiasikan dalam lingkungan konsumsi baru⁶⁰.

F. Uji Keabsahan

Sebagai langkah metodologis, uji keabsahan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah akurat, dapat diandalkan, dan relevan dengan tujuan penelitian.⁶¹ Hal ini penting karena validitas hasil penelitian kualitatif sangat bergantung pada kemampuan data untuk menggambarkan secara akurat realitas sosial.

Untuk mencapai tujuan ini, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mencocokkan data dari tiga sumber, yaitu observasi lapangan, hasil wawancara mendalam, dan dokumentasi.⁶² Selain itu, terjadi pemeriksaan terhadap kredibilitas informan dan konsistensi informasi antar sumber data.

Peneliti berusaha mengurangi bias interpretasi dan subjektivitas dalam proses ini agar data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.⁶³ Oleh karena itu, hasil penelitian benar-benar mencerminkan keadaan empiris tentang dinamika sosial, relasi ekonomi, dan perubahan nilai-nilai keagamaan di masyarakat Kecamatan Soreang, Kota Parepare sebagai akibat dari keberadaan ritel waralaba Alfamart.

⁶⁰ Fadhilah, N. "Negosiasi Makna Berkah dan Ta'awun di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Fenomenologi." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 18, no. 2 (2024): 145–162. Analisis data soal nilai keagamaan. <https://doi.org/10.23971/jsam.v18i2.5120>

⁶¹ Maimunah, S. *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Idea Press, 2022, 148-151. Menjelaskan urgensi uji keabsahan dalam studi fenomenologi. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9k3xm>

⁶² Creswell, J. W., & Poth, C. N. "Data Collection in Phenomenological Study: Observation and In-depth Interview." *Qualitative Inquiry*, 28, no. 3 (2022): 301-315. Triangulasi wawancara, observasi, dokumentasi. <https://doi.org/10.1177/10778004211048442>

⁶³ Fadhilah, N. "Negosiasi Makna Berkah dan Ta'awun di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Fenomenologi." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 18, no. 2 (2024): 145–162. Mengurangi bias saat menafsirkan makna nilai keagamaan. <https://doi.org/10.23971/jsam.v18i2.5120>

G. Teknik Analisis Data

Untuk mencapai kesimpulan, pertanyaan penelitian tentang pengaruh ekspansi ritel waralaba Alfamart terhadap dinamika sosial dan nilai-nilai keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang, Kota Parepare, dievaluasi setelah data yang relevan dikumpulkan. Untuk penelitian ini, model analisis data kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman digunakan, yang mencakup sejumlah Langkah⁶⁴:

1. Reduksi Data

Proses pemilihan, fokus, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang dikumpulkan melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan wawancara mendalam.⁶⁵ Proses ini dilakukan secara konsisten selama penelitian berlangsung dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu respons masyarakat tentang perubahan pola interaksi sosial, dan nilai-nilai keagamaan, serta menghilangkan data yang tidak relevan dengan subjek penelitian. Dengan mengurangi jumlah data yang dikumpulkan, informasi yang dikumpulkan menjadi lebih sistematis dan terarah, yang memudahkan proses analisis lebih lanjut.

2. Penyajian Data

Penyajian data menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau bagan yang sistematis.⁶⁶ Tujuan dari penyajian data ini adalah untuk membantu peneliti memahami pola, hubungan, dan kecenderungan yang muncul dari data penelitian. Dengan data yang jelas, konteks sosial, ekonomi, dan

⁶⁴ Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook." *International Journal of Qualitative Methods*, 21 (2022): 1-12. Model interaktif: reduksi, penyajian, verifikasi, kesimpulan. <https://doi.org/10.1177/16094069221112235>

⁶⁵ Maimunah, S. *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Idea Press, 2022, 145-148. Reduksi data dalam studi fenomenologi untuk fokus pada pengalaman. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9k3xm>

⁶⁶ Tohri, A., et al. "Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur." *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 5, no. 1 (2023): 1-15. Penyajian data narasi & tabel untuk baca pola dampak ritel. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>

keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang dapat dilihat dengan lebih baik. Pergeseran dari toko kelontongan ke ritel modern adalah salah satu contohnya.

3. Verifikasi

Proses verifikasi memastikan bahwa data yang dianalisis benar dan sah melalui pengecekan ulang, triangulasi metode pengumpulan dan sumber, dan memberikan konfirmasi kepada informan jika diperlukan.⁶⁷ Tahap ini dilakukan dengan tujuan mengurangi kesalahan interpretasi dan memastikan bahwa data yang dianalisis benar-benar menggambarkan respons dan pemahaman masyarakat di lapangan tentang dampak kehadiran Alfamart.

4. Kesimpulan

Ini dilakukan setelah data dianalisis dan diolah secara menyeluruh. Hasil penelitian disusun dengan menguraikan hasil utama yang menjelaskan pola, hubungan, dan dampak operasional Alfamart terhadap perilaku konsumsi, ekonomi lokal, interaksi sosial, dan dinamika nilai keagamaan masyarakat Kecamatan Soreang. Hasil ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana masyarakat beradaptasi dengan perubahan di arena konsumsi.

⁶⁷ Sugiyono. "Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 27, no. 3 (2022): 301–315. Verifikasi data lewat triangulasi dan konfirmasi informan. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v27i3.4120>

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil dari kajian ini mengacu pada masalah yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya di bagian pembukaan penelitian. Masalah tersebut digunakan sebagai dasar untuk memahami dinamika sosial masyarakat dan nilai keagamaan sebagai respons terhadap ekspansi ritel waralaba Alfamart di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung di lapangan. Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan setelah peneliti memperoleh izin penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Parepare yang ditujukan kepada Pemerintah Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Adapun pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menampilkan secara rinci mengenai fenomena sosial yang muncul akibat kehadiran ritel waralaba Alfamart di tengah kehidupan masyarakat.⁶⁸

1. Dinamika Sosial Masyarakat pada Ekspansi Ritel Waralaba di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Di Kecamatan Soreang, ekspansi Alfamart telah menciptakan arena konsumsi baru yang berkompetisi dengan arena lama toko kelontongan. Kehadiran ritel modern tidak hanya menambah pilihan tempat belanja, tetapi juga membentuk kembali praktik konsumsi warga Soreang. Dalam hal ini, pelanggan, karyawan Alfamart, dan pemilik toko kelontongan tidak hanya terhubung secara ekonomi, tetapi juga

⁶⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hlm. 6.

menegosiasikan ulang modal sosial yang selama ini melekat pada praktik jual beli di toko kelontongan.⁶⁹

Arena konsumsi adalah tempat masyarakat melakukan kegiatan jual beli yang juga menjadi tempat persaingan antar penjual. Di Kecamatan Soreang, Alfamart dan warung saling bersaing dalam hal harga, kenyamanan toko, kepercayaan pelanggan, dan nilai loyalitas. Persaingan ini terjadi secara langsung dan tidak langsung, sehingga muncul arena konsumsi yang baru. Keadaan ini sesuai dengan teori Arena dari Pierre Bourdieu. Alfamart masuk sebagai tempat baru yang bersaing dengan warung. Persaingan dilakukan dengan modal ekonomis dan modal kepercayaan dari masyarakat.

Kegiatan konsumsi di Soreang berlangsung setiap hari sehingga arena konsumsi di wilayah ini cukup dinamis. Secara praktik, kebiasaan warga berubah dari menghabiskan waktu di warung menjadi belanja cepat di Alfamart. Secara motif, terdapat dua pilihan yang berbeda: warga memilih Alfamart karena praktis dan nyaman, sedangkan memilih warung karena ada kedekatan dengan pemilik dan bisa berutang. Dari keadaan tersebut terlihat bahwa hubungan antara warga dan tempat belanja bukan hanya soal jual beli barang. Hubungan itu juga berisi nilai sosial dan nilai simbolik. Artinya, yang ditukar tidak hanya barang dan uang, tetapi juga perasaan nyaman, perasaan sungkan, serta status sosial di masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa arena konsumsi yang terbentuk di Kecamatan Soreang bersifat negosiatif. Masyarakat tidak sepenuhnya meninggalkan toko kelontongan maupun beralih sepenuhnya ke Alfamart. Mereka cenderung memilih tempat berbelanja sesuai dengan kebutuhan dan kondisi yang dihadapi. Dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas jual beli tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga melibatkan hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Hubungan tersebut terbentuk melalui rasa saling percaya, kedekatan tempat tinggal, serta interaksi yang telah berlangsung dalam waktu yang

⁶⁹ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge: Harvard University Press, 1984, hlm. 114. <https://doi.org/10.4159/9780674046766>

lama. Oleh karena itu, toko kelontongan masih memiliki fungsi sebagai tempat berbelanja sekaligus ruang untuk menjalin hubungan sosial antarwarga.

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Erlangga Ardiansyah selaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart, yang mengatakan bahwa:

"Saya lebih memilih berbelanja di toko kelontongan karena tidak antri, mudah belanjanya dan disitu juga tempatku nongkrong. Ada juga perasaan kurang enak kalau kurang pembeli di toko kelontongan itu jadi lebih sering ke toko kelontongan."⁷⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa hubungan antara pelanggan dan toko kelontongan dibangun melalui rasa saling peduli dan kedekatan emosional. Adanya perasaan "tidak enak" apabila tidak berbelanja di warung langganan menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin bukan hanya hubungan jual beli, tetapi juga hubungan sosial. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, kondisi ini merupakan bentuk modal sosial, yaitu hubungan kepercayaan dan kedekatan yang menjadi sumber daya bagi masyarakat. Modal sosial tersebut menjadi salah satu alasan mengapa toko kelontongan masih mampu bertahan di tengah persaingan dengan Alfamart.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh Edwin selaku pelanggan toko kelontongan, yang mengatakan:

"Lebih ku pilih belanja di toko kelontongan karena dekat dari rumah, terus bisa ki juga ma pinjam di banding belanja di alfamart. Biasa na kasi tergiur ki biasa ka kalap kalau belanja di alfamart, biasa toh satu ji mau ku beli tapi kalau liat ka sih ada barang diskon ku ambil sih. Terus yang nda kusuka belanja di Alfamart lama ki antri."⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa masyarakat memilih toko kelontongan karena memberikan kemudahan, seperti lokasi yang dekat dengan rumah

⁷⁰ Erlangga Ardiansyah "Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁷¹ Edwin "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

dan adanya kesempatan untuk berutang. Di sisi lain, Alfamart dipilih karena menawarkan diskon dan pilihan barang yang lebih banyak. Namun, promosi yang diberikan Alfamart juga dapat mendorong masyarakat membeli barang di luar kebutuhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat memanfaatkan kedua tempat belanja sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Terisa selaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart. Ia mengatakan:

"Kalau di warung enak, dekatji dari rumah. Tinggal teriak dari depan, 'ada ga gula?', langsung dikasih. Kalau di Alfamart harus ka masuk, cari-cari sendiri. Biasanya ke warung ji tiap hari kalau belanja yang sedikit-sedikit. Beras sekilo, minyak setengah, indomie sebiji. Kalau ke Alfamart itu kalau gajian baru ka ke sana, beli yang agak banyak sekalian, kayak sabun atau susu anak. Soalnya di sana dingin, bersih to'."⁷²

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa masyarakat memiliki pola belanja yang berbeda sesuai dengan kebutuhan. Toko kelontongan lebih sering dimanfaatkan untuk membeli kebutuhan sehari-hari dalam jumlah kecil karena letaknya dekat dan mudah dijangkau. Sebaliknya, Alfamart lebih banyak dipilih ketika masyarakat ingin membeli barang dalam jumlah lebih banyak atau barang yang tidak tersedia di toko kelontongan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya bergantung pada satu tempat belanja, tetapi memanfaatkan keduanya sesuai kebutuhan.

Pernyataan lain juga disampaikan oleh Ibu Hamdanaselaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart, yang mengatakan:

"Kalu bedanya tergantung dari buget kalau banyak uang ta enak belanja di alfamart karena biar tidak dibutuhkan tetap di beli apalagi kalau promo, kalau sedikit uang yah di toko kelontongan dekat dari rumah, dan satu ji tujuan utama ta kalau di toko kelontongan."⁷³

⁷² Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁷³ Ibu hamdana "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa kondisi ekonomi juga memengaruhi pilihan masyarakat dalam berbelanja. Ketika memiliki anggaran yang cukup, sebagian masyarakat memilih Alfamart karena banyaknya promo dan variasi barang yang tersedia. Sebaliknya, ketika anggaran terbatas, masyarakat lebih memilih toko kelontongan karena dapat membeli barang sesuai kebutuhan tanpa terdorong membeli barang lain. Dengan demikian, pilihan tempat berbelanja dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi serta kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Selain itu, Terisa juga menjelaskan bahwa hubungan sosial yang terbentuk melalui toko kelontongan masih tetap dipertahankan oleh sebagian masyarakat. Ia mengatakan:

"Masih ada ji, tapi ndak seramai dulu. Dulu kalau ada yang kesusahan, biasa titip belanja di warung, nanti dibayar kalau ada uang. Sekarang anak-anak muda lebih suka ke Alfamart, jadi ndak terlalu kenal-kenal mi sama orang warung. Tapi kalau kita orang lama-lama di sini, tetap ji saling bantu. Warung itu bukan cuma tempat belanja, tempat baku kumpul juga."⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa kehadiran Alfamart tidak menghilangkan nilai tolong-menolong yang sudah lama berkembang di masyarakat, tetapi memengaruhi cara hubungan sosial itu berlangsung. Toko kelontongan masih menjadi tempat untuk saling membantu, berbincang, dan mempererat hubungan antarwarga, meskipun intensitasnya mulai berkurang. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, kondisi ini menunjukkan bahwa modal sosial yang dimiliki toko kelontongan masih tetap bertahan, walaupun mulai berhadapan dengan perubahan pola konsumsi akibat berkembangnya ritel modern. Dengan demikian, arena konsumsi di Kecamatan Soreang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi ruang berlangsungnya hubungan sosial di tengah masyarakat.

⁷⁴ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

a. Modal Simbolik

Modal simbolik menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Modal simbolik tidak hanya berkaitan dengan uang, tetapi juga mencakup nilai-nilai seperti kenyamanan, citra toko, kualitas pelayanan, serta pengalaman yang dirasakan konsumen saat berbelanja. Kehadiran Alfamart di Kecamatan Soreang menghadirkan bentuk modal simbolik yang berbeda dengan toko kelontongan. Suasana toko yang bersih, sejuk, tertata rapi, serta pelayanan yang dianggap ramah menjadi daya tarik bagi sebagian masyarakat untuk berbelanja di Alfamart.

Perbedaan tersebut membuat masyarakat mulai membandingkan pengalaman berbelanja di Alfamart dan toko kelontongan. Bagi sebagian pelanggan, pelayanan yang baik dan suasana toko yang nyaman menjadi alasan memilih berbelanja di Alfamart. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih tempat berbelanja tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh pengalaman yang mereka rasakan selama berbelanja. Kondisi ini sejalan dengan teori Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa modal simbolik merupakan bentuk pengakuan atau nilai yang dapat memengaruhi posisi suatu pelaku dalam arena sosial.

Menurut Alsa, S.Pd. selaku pelanggan Alfamart, ia mengatakan bahwa:

“Kalau saya pribadi lebih ku rasa nyaman di alfamart karena disambutki dengan ramah terus cozy tempatnya. Beda kalau di toko kelontongan biasa jelek penjualnya sambut ki maksudnya mattamussa, biasa juga kayak marah i kalau datang ki belanja. Jadi itu kasi malas ka pergi beli di toko kelontongan.”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikaitkan bahwa kenyamanan tempat dan keramahan pelayanan menjadi salah satu modal simbolik yang dimiliki Alfamart. Pengalaman tersebut membentuk penilaian positif pelanggan terhadap toko modern. Sebaliknya, beberapa toko kelontongan dinilai kurang memberikan pelayanan yang ramah sehingga memengaruhi minat sebagian masyarakat untuk

⁷⁵ Alsa, S.Pd. “Pelanggan Alfamart” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

berbelanja di sana. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan dapat membentuk kebiasaan masyarakat dalam memilih tempat berbelanja.

Pendapat yang hampir sama juga disampaikan oleh Ibu Hamdana selaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart. Ia mengatakan:

“Kenyamanan di alfamart ber AC, promonya juga, terus pelayanannya biasa ramah dan modern, sama kalau soal antri enak ki antri di alfamart karena ada ACnya di banding toko kelontongan antri ki juga tapi panas dirasa.”⁷⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang dimiliki Alfamart, seperti ruangan ber-AC, pelayanan yang ramah, serta suasana yang lebih modern, memberikan rasa nyaman kepada pelanggan. Kondisi ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki Alfamart dibandingkan toko kelontongan.

Ibu Hamdanajuga mengatakan:

“Itu kalau belanja ka di alfamart kayak berkelas i di dengar.”⁷⁷

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa bagi sebagian masyarakat, berbelanja di Alfamart memberikan kesan tersendiri. Kesan tersebut membentuk citra positif terhadap Alfamart sehingga menjadi salah satu alasan masyarakat memilih berbelanja di sana. Dalam konsep Bourdieu, kondisi ini dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik yang muncul melalui persepsi dan pengakuan masyarakat terhadap suatu tempat.

Namun, tidak semua masyarakat lebih memilih Alfamart. Terisa selaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart mengatakan:

"Yang paling beda itu rasa kekeluargaannya. Di warung bisa ka cerita-cerita, tanya kabar. Kalau kurang seribu-dua ribu, dimaafkanji. Kalau di Alfamart enak karena lengkap dan jelas harganya. Tidak pake nawar. Tapi ya begitu, datang-bayar-pulang. Ndak ada basa-basinya."

⁷⁶ Ibu hamdana “Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁷⁷ Ibu hamdana “Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa toko kelontongan juga memiliki modal simbolik yang berbeda dengan Alfamart. Kedekatan antara penjual dan pembeli menciptakan hubungan yang lebih akrab sehingga pelanggan merasa lebih nyaman secara sosial. Hubungan tersebut menjadi salah satu alasan mengapa sebagian masyarakat masih tetap memilih berbelanja di toko kelontongan.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ust. Kamaluddin selaku Imam Masjid. Ia mengatakan:

"Kalau warung itu dekat rumah, yang jual kita kenal. Bisa ngobrol-ngobrol dulu. Kalau Alfamart rapi, dingin, barangnya jelas harganya. Saya pribadi nyaman di dua-duanya. Kalau butuh cepat sama lengkap, ke Alfamart. Kalau cuma beli sedikit-sedikit, ke warung saja. Tergantung keperluan."⁷⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat melihat kelebihan yang berbeda pada masing-masing tempat berbelanja. Alfamart dipilih karena fasilitasnya lebih lengkap dan nyaman, sedangkan toko kelontongan dipilih karena hubungan sosial yang lebih dekat dengan penjual. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan masyarakat disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi yang mereka hadapi.

Selain kenyamanan dan pelayanan, waktu operasional juga menjadi salah satu keunggulan Alfamart. Dewa Putra Fahreza selaku Karyawan Alfamart mengatakan:

"Bisa dibilang tempat pelarian diwaktu genting... toko kelontongan e jadi lari ke Alfa semua sih belanja, jadi sebenarnya itu dek bisa dibilang tempat pelarian diwaktu genting."⁷⁹

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa jam operasional Alfamart yang lebih panjang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mendesak, terutama ketika toko kelontongan sudah tutup. Kondisi ini membuat Alfamart menjadi pilihan masyarakat dalam situasi tertentu.

⁷⁸ Ust. Kamaluddin "“Imam Masjid” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁷⁹ Dewa Putra Fahreza “Karyawan Alfamart” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

Pendapat tersebut didukung oleh pernyataan Dewa Putra Fahreza selaku Karyawan Alfamart yang mengatakan:

“Sebenarnya tidak ada ji yang terdampak bagaimana sih karena ku perhatikan juga ada ji Masyarakat menengah kebawah datang ke Alfamart belanja yah meski pun jarang yah paling biasa datang kayak belanja kebutuhan bayi kayak susu, minyak telon, pampers begitu ji karena kalau di toko kelontongan itu kan biasa tidak lengkap kebutuhan seperti itu.”⁸⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kelengkapan barang yang tersedia di Alfamart menjadi salah satu alasan masyarakat tetap berbelanja di sana. Masyarakat biasanya datang ke Alfamart ketika membutuhkan barang-barang tertentu yang tidak tersedia di toko kelontongan. Dengan demikian, kelengkapan produk juga menjadi bagian dari modal simbolik yang dimiliki Alfamart karena membentuk citra sebagai toko yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat.

Di sisi lain, masih ada masyarakat yang lebih memilih berbelanja di toko kelontongan. Erlangga Ardiansyah selaku Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart mengatakan:

“Saya lebih memilih berbelanja di toko kelontongan karena tidak antri, mudah belanjanya dan disitu juga tempatku nongkrong ada juga perasaan kurang enak kalau kurang pembeli di warung itu jadi lebih sering ke toko kelontongan.”⁸¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kedekatan sosial dengan pemilik warung masih menjadi alasan penting bagi sebagian masyarakat untuk tetap berbelanja di toko kelontongan. Selain lebih mudah dijangkau, warung juga menjadi tempat berkumpul dan berinteraksi dengan tetangga sehingga memiliki nilai sosial yang tidak dimiliki oleh toko modern.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa modal simbolik dalam arena konsumsi di Kecamatan Soreang dimiliki oleh Alfamart maupun toko

⁸⁰ Dewa Putra Fahreza “Karyawan Alfamart” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁸¹ Erlangga Ardiansyah “Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

kelontongan, tetapi dalam bentuk yang berbeda. Alfamart memiliki modal simbolik berupa kenyamanan, pelayanan yang ramah, fasilitas yang modern, kelengkapan barang, dan jam operasional yang lebih panjang. Sementara itu, toko kelontongan memiliki modal simbolik berupa kedekatan sosial, hubungan kekeluargaan, rasa saling percaya, dan kepedulian antartetangga. Perbedaan modal simbolik tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak sepenuhnya berpindah ke toko modern, tetapi memilih tempat berbelanja sesuai dengan kebutuhan, pengalaman, dan nilai yang mereka anggap lebih penting. Dengan demikian, modal simbolik menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat di Kecamatan Soreang.

b. Modal Sosial vs Modal Ekonomi

Persaingan antara Alfamart dan warung tradisional di Kecamatan Soreang juga terlihat dari perbedaan modal yang dimiliki oleh keduanya. Warung tradisional lebih mengandalkan modal sosial, yaitu hubungan yang dekat dengan pelanggan, rasa saling percaya, serta praktik utang-piutang. Sementara itu, Alfamart lebih mengandalkan modal ekonomi melalui sistem pembayaran yang telah diatur oleh perusahaan. Perbedaan tersebut membuat proses transaksi di kedua tempat menjadi berbeda. Warung masih memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk berutang karena adanya hubungan saling percaya. Sebaliknya, Alfamart tidak dapat menerapkan praktik tersebut karena seluruh transaksi harus mengikuti aturan dan sistem perusahaan. Dengan demikian, persaingan antara warung dan Alfamart tidak hanya terlihat dari harga dan kelengkapan barang, tetapi juga dari cara keduanya menjalankan hubungan dengan pelanggan.

Agung selaku Karyawan Alfamart mengatakan:

"Kalau itu mungkin tidak bisa ki lakukan hutang piutang karena dari system kan ada dibilang di scan jadi kalau nda di scan i tidak bisa ki

kasi keluar barang dan sebenarnya juga dari pusat tidak bisa ki lakukan praktek hutang piutang."⁸²

Pernyataan tersebut juga disampaikan oleh Ust. Kamaluddin yang mengatakan:

"Berubah sedikit. Dulu di warung biasa ada yang hutang dulu. Sekarang di Alfamart ndak bisa begitu, harus langsung bayar. Tapi orang Parepare dasarnya suka bantu. Jadi caranya sekarang yang beda. Banyak mi lewat masjid, lewat grup WA. Jadi tolong-menolongnya tetap ada, cuma nda di warung mi lagi."⁸³

Hal yang sama juga disampaikan oleh Terisa selaku Toko Kelontongandan Alfamart:

"Iyo, terasa ji. Yang paling terasa itu warung kecil-kecil. Kasian kadang sepi kalau Alfamart lagi promo. Kalau untuk kita yang pasangan, ada bagus ada tidaknya. Bagusnya kalau ada promo minyak murah, bisaji nabantu. Tidak bagusnya, di Alfamart ndak bisa ngutang. Kalau di warung langgananku, kalau belum gajian bisaja bilang, 'dicatat dulu tante. Jadi kalau tanggal tua, lari ke warung memang."⁸⁴

Pelanggan lain juga mengatakan:

"Lebih ku pilih belanja di toko kelontongan karena dekat dari rumah, terus bisa ki juga ma pinjam di banding belanja di alfamart, biasa na kasi tergiur ki biasa ka kalap kalau belanja di alfamart."⁸⁵

Selain itu, Ibu Hamdanasebagai Toko Kelontongandan Alfamart menjelaskan:

"Sudah ada perbedaan karena toko kelontonga merasa kalau cash di alfamart belanja, tapi kalau berutang baru lari ke penjual kelontongan."⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa praktik utang-piutang masih menjadi salah satu ciri khas warung tradisional. Praktik tersebut terjadi karena adanya hubungan yang dekat antara pemilik warung dan pelanggan sehingga

⁸² Agung "karyawan Alfamart" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁸³ Ust. Kamaluddin "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁸⁴ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁸⁵ Edwin "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁸⁶ Ibu hamdana "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

tumbuh rasa saling percaya. Berbeda dengan Alfamart yang menggunakan sistem pembayaran melalui kasir sehingga setiap barang harus dibayar sebelum dibawa oleh pembeli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan sosial di warung masih menjadi bagian penting dalam kegiatan jual beli. Temuan ini sesuai dengan konsep modal sosial Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa hubungan sosial, rasa saling percaya, dan jaringan yang dimiliki seseorang dapat menjadi sumber daya yang memberikan manfaat. Dalam penelitian ini, modal sosial tersebut terlihat melalui praktik utang-piutang yang masih dipertahankan oleh warung tradisional, sedangkan Alfamart lebih mengutamakan sistem dan aturan perusahaan dalam setiap transaksi.

Ibu Aminah selaku pemilik warung tradisional mengatakan:

"Sekarang jarang mi orang menghutang karena lebih banyak mi ke alfamart, ya dulu sering ji. Tidak ada ji pengaruhnya Alfamart dikarenakan bisa lebih murah disini di banding Alfamart, kalau tidak ada mi di dapat disini nah baru orang ke Alfamart."⁸⁷

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Ibu Aminah pemilik warung tradisional yang mengatakan:

"Tidak ji juga sama ji kalau lagi butuh tetap ji di tolong, sekarang itu lebih sedikit mi yang menghutang karena belanja di Alfamart mi sekarang orang."⁸⁸

Selain itu, Erlangga Ardiansyah selaku Toko Kelontongan dan Alfamart juga mengatakan:

"Yah berdampak bagi penjual-penjual kecil karena semakin sedikit yang pergi beli di warungnya bahkan ada mi juga yang mulai tutup karena mungkin tidak ada mi na pake putar modalnya."⁸⁹

Di sisi lain, terdapat pelanggan yang memiliki pendapat berbeda.

"Sebenarnya tidak ada ji terdampak karena kalau dilihat dari segi kebutuhan di Alfamart itu lengkap dari bayi sampai orang tua terus

⁸⁷ Ibu Aminah "Pemilik Toko Kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁸⁸ Ibu Aminah "Pemilik Toko Kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

itu banyak kebutuhan yang lumayan jarang bisa kita dapat di toko kelontongan."⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa informan memiliki pandangan yang berbeda mengenai dampak kehadiran Alfamart terhadap warung tradisional. Sebagian informan berpendapat bahwa jumlah Toko Kelontongan mulai berkurang karena banyak masyarakat memilih berbelanja di Alfamart. Kondisi tersebut juga menyebabkan praktik utang-piutang menjadi lebih sedikit dibandingkan sebelumnya. Namun, sebagian informan lainnya berpendapat bahwa warung tetap memiliki pelanggan karena letaknya dekat dengan rumah, beberapa barang dijual dengan harga yang bersaing, dan masih memberikan kemudahan bagi pelanggan yang ingin berutang. Pernyataan Ibu Aminah menunjukkan bahwa meskipun jumlah pelanggan yang berutang mulai berkurang, warung tetap memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh toko modern, yaitu hubungan yang dekat dengan pelanggan. Dengan demikian, modal sosial yang dimiliki warung masih menjadi salah satu kekuatan utama untuk bertahan di tengah persaingan dengan toko modern seperti Alfamart.

2. Nilai-Nilai Agama dalam Interaksi Sosial Masyarakat pada Ekspansi Ritel Modern di Kecamatan Soreang Kota Parepare

Masuknya ritel modern di Kecamatan Soreang membuat cara warga berinteraksi saat berbelanja menjadi berubah. Sebelumnya, warung tidak hanya menjadi tempat jual beli. Warung juga menjadi tempat warga bertemu dan berbincang. Di warung, warga biasa memberi utang, berbasa-basi, menitip barang, dan bertukar kabar. Kegiatan ini sering dihubungkan warga dengan ajaran agama, seperti tolong-

⁸⁹ Erlangga Ardiansyah "Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁹⁰ Alsa, S.Pd "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

menolong, sedekah, dan menjaga silaturahmi.⁹¹ Karena itu, jual beli di warung selalu disertai nilai loyalitas dan rasa saling percaya.

Alfamart sebagai toko modern memiliki sistem yang berbeda dari warung. Semua barang harus dibayar tunai, dicatat mesin, dan mengikuti aturan dari kantor pusat. Sistem ini membuat belanja menjadi cepat dan praktis. Namun, sistem ini juga membuat interaksi yang bersifat kekeluargaan menjadi berkurang. Warga tidak bisa lagi berutang, menawar harga, atau mengobrol lama dengan penjual. Akibatnya, nilai tolong-menolong dan silaturahmi yang biasa ada di warung sulit dilakukan di Alfamart.⁹² Sebagian warga merasa belanja di Alfamart lebih tenang karena tidak ada masalah utang. Sebagian lain merasa kehilangan suasana kekeluargaan yang dianggap bernilai ibadah.

Perubahan cara berbelanja membuat warga memiliki cara baru dalam menjalankan nilai agama. Bagi sebagian warga, berbelanja dengan harga jujur dan timbangan yang pas sudah termasuk mengamalkan ajaran agama. Bagi warga lain, memberi utang dan memberi kelonggaran bayar kepada tetangga yang susah tetap menjadi bentuk ibadah. Perbedaan ini menunjukkan bahwa nilai agama tidak hilang di Kecamatan Soreang. Nilai agama tetap ada, hanya saja cara melakukannya menyesuaikan dengan tempat warga berbelanja. Jadi, adanya ritel modern tidak menghapus nilai agama, tetapi membuat warga menjalankannya dengan cara yang berbeda.⁹³

a. Nilai Tolong Menolong

Nilai tolong-menolong menjadi salah satu ajaran agama yang sering terlihat dalam kegiatan jual beli di warung. Di Kecamatan Soreang, warung tidak hanya berfungsi sebagai tempat menjual barang, tetapi juga menjadi tempat masyarakat

⁹¹ Hasan, M. Praktik *ta'awun* dalam ekonomi tradisional masyarakat Bugis-Makassar. *Jurnal Al-Qalam*, 2021.27(1), 45–62. <https://doi.org/10.31969/alqalam.v27i1.912>

⁹² Rahman, dkk. Transformasi pasar tradisional di era ritel modern: Dampak sosial dan budaya. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 2022. 16(2), 201–220. <https://doi.org/10.14421/jsr.v16i2.2341>

⁹³ Suryadarma, dkk. *The rise of modern retail and its effect on traditional markets in Indonesia*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 2023. 59(1), 73–94. <https://doi.org/10.1080/00074918.2022.2104503>

saling membantu ketika mengalami kesulitan ekonomi. Bentuk bantuan yang paling sering dilakukan adalah pemberian utang kepada pelanggan. Pemilik warung biasanya mencatat nama pembeli dan jumlah utangnya di sebuah buku, kemudian pembeli akan membayar ketika sudah memiliki uang. Praktik ini dapat berlangsung karena adanya rasa saling percaya antara pemilik warung dan pembeli yang umumnya sudah saling mengenal karena tinggal di lingkungan yang sama.

Bapak H. Liling selaku Imam Masjid mengatakan:

"Kalau menurut saya, itu memang salah satu bentuk saling membantu antarwarga. Kadang ada orang yang lagi susah, belum ada uangnya, jadi warung yang bantu dulu dengan cara dicatat. Makanya warung itu bukan cuma tempat belanja, tapi juga tempat orang saling percaya. Selama orang yang berutang punya niat baik untuk bayar, saya kira itu hal yang bagus."⁹⁴

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Toko Kelontongandan Alfamart yang menyampaikan:

"Lebih ku pilih belanja di toko kelontongan karena dekat dari rumah, terus bisa ki juga ma pinjam dibanding belanja di Alfamart."⁹⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Terisa selaku Toko Kelontongandan Alfamart:

"Kalau belum gajian bisaja bilang, Dicatat dulu Tante. Jadi kalau tanggal tua, lari ke warung memang."⁹⁶

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Ust. Kamaluddin selaku Imam Masjid:

"Berubah sedikit. Dulu di warung biasa ada yang ngutang dulu, atau titip belanja. Sekarang di toko modern ndak bisa begitu, harus bayar langsung. Tapi orang Parepare dasarnya suka bantu. Cuma caranya saja yang beda."⁹⁷

Selain itu, Ibu Hamdanasebagai Toko Kelontongandan Alfamart menjelaskan:

⁹⁴ Bapak H. Liling "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 14 Juni 2026)

⁹⁵ Edwin "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

⁹⁶ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁹⁷ Ust. Kamaluddin "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

"Sudah ada perbedaan karena toko kelontongan merasa kalau belanja cash di Alfa, tapi kalau berutang baru lari ke penjual kelontongan."⁹⁸

Temuan tersebut juga diperkuat oleh Ibu Aminah pemilik warung tradisional yang mengatakan:

"Tidak ji juga sama ji kalau lagi butuh tetap ji ditolong, sekarang itu lebih sedikit mi yang menghutang karena belanja di Alfamart mi sekarang orang."⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa warung tradisional masih memiliki peran sebagai tempat masyarakat saling membantu. Praktik utang-piutang tidak hanya dilakukan karena adanya hubungan jual beli, tetapi juga karena adanya rasa percaya, kepedulian, dan hubungan sosial yang sudah terjalin di antara masyarakat. Dengan kata lain, warung tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga memiliki fungsi sosial. Kondisi ini sesuai dengan konsep Agama sebagai Sistem Budaya dari Clifford Geertz. Dalam konsep tersebut, praktik utang-piutang di warung dapat dipahami sebagai bagian dari budaya masyarakat yang mengandung makna keagamaan, yaitu nilai tolong-menolong. Nilai tersebut juga sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk saling membantu ketika ada orang yang sedang mengalami kesulitan.

Berbeda dengan warung tradisional, bentuk kepedulian sosial di Alfamart dilakukan melalui program perusahaan. Agung selaku karyawan Alfamart menjelaskan:

"Kalau program sosial yah biasa dari donasi lebih dari pelanggan itu yang kami donasikan kembali untuk masyarakat membutuhkan."¹⁰⁰

Selain itu, Agung juga menjelaskan bahwa praktik utang-piutang tidak dapat diterapkan di Alfamart karena mengikuti sistem operasional perusahaan.

⁹⁸ Ibu Hamdana Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

⁹⁹ Ibu Aminah “Pemilik Toko Kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹⁰⁰ Agung “karyawan Alfamart” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

"Kalau itu mungkin tidak bisa ki lakukan hutang piutang karena dari sistem kan ada dibilang di scan jadi kalau nda di scan tidak bisa ki kasi keluar barang dan sebenarnya juga dari pusat tidak bisa ki lakukan praktik hutang piutang."¹⁰¹

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa sistem pembayaran di Alfamart membuat praktik utang-piutang tidak dapat dilakukan seperti di warung tradisional. Hal ini karena setiap barang harus diproses melalui sistem kasir sebelum dapat diberikan kepada pembeli. Meskipun demikian, Alfamart tetap memiliki bentuk kepedulian sosial melalui program donasi pelanggan yang kemudian disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tolong-menolong masih ada, tetapi bentuk pelaksanaannya berbeda. Jika di warung dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, maka di Alfamart dilakukan melalui program perusahaan yang sifatnya lebih formal.

Di sisi lain, kehadiran Alfamart juga memengaruhi fungsi sosial warung sebagai tempat masyarakat berinteraksi. Bapak Samsir Mangkana selaku pemilik warung mengatakan:

"Yang hilang itu sosialisasinya yang biasanya orang datang biasa duduk-duduk dulu saling bersosialisasi sesama tetangga."¹⁰²

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Aminah selaku pemilik Toko Kelontongandan Alfamart yang menyatakan:

"Tidak ada ji perubahan yang berubah sekali dari segi tolong menolongnya karena yang butuh pinjaman tetap ji ke warung, yah yang berubah itu begitunya jarang mi orang kumpul cerita."¹⁰³

Terisa juga mengungkapkan:

"Warung itu bukan cuma tempat belanja, tempat baku kumpul juga."¹⁰⁴

¹⁰¹ Agung "karyawan Alfamart" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹⁰² Bapak Samsir Mangkana "Pemilik Toko Kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹⁰³ Ibu Aminah "Pemilik Toko Kelontongan" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

Sementara itu, Bapak H. Liling menambahkan:

"Dulu orang sering ketemu di warung, ngobrol, saling tahu keadaan tetangga. Kalau ada yang kesusahan cepat diketahui. Sekarang banyak yang datang ke toko modern, belanja, bayar, terus pulang."¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa kehadiran toko modern tidak menghilangkan kebiasaan masyarakat untuk saling membantu. Masyarakat yang membutuhkan bantuan masih datang ke warung untuk berutang ketika mengalami kesulitan ekonomi. Namun, fungsi warung sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi mulai berkurang. Banyak masyarakat yang kini memilih berbelanja di toko modern karena lebih cepat dan praktis sehingga interaksi antarwarga menjadi lebih sedikit. Kondisi ini menunjukkan bahwa terjadi perubahan pada cara masyarakat membangun hubungan sosial. Nilai tolong-menolong masih tetap ada, tetapi ruang untuk memperkuat kebersamaan dan solidaritas antarwarga melalui aktivitas di warung tidak lagi sekuat sebelumnya.

b. Loyalitas

Nilai loyalitas sering menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memilih tempat berbelanja. Bagi sebagian warga di Kecamatan Soreang, kegiatan berbelanja tidak hanya dilihat dari harga yang murah atau kenyamanan tempat, tetapi juga dipahami sebagai bentuk berbagi rezeki dengan orang lain, terutama dengan tetangga. Pandangan ini muncul karena sebagian besar toko kelontongan dimiliki oleh warga setempat yang telah lama tinggal dan menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat.

Masyarakat percaya bahwa berbelanja di warung tetangga dapat membantu perekonomian keluarga penjual. Tindakan tersebut dipandang sebagai bentuk kepedulian dan termasuk perbuatan baik karena dapat menjaga hubungan sosial dan mempererat kebersamaan antarwarga. Oleh karena itu, meskipun harga barang di warung terkadang lebih mahal dibandingkan di toko modern, sebagian masyarakat

¹⁰⁴ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

¹⁰⁵ Bapak H. Liling "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 14 Juni 2026)

tetap memilih berbelanja di toko kelontongan. Bagi mereka, loyalitas tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi yang diperoleh, tetapi juga dari manfaat yang dirasakan bersama oleh pembeli, penjual, dan lingkungan sekitar.

Temuan tersebut juga diperkuat oleh pernyataan Erlangga Ardiansyah seorang pelanggan toko kelontongan dan Alfamart yang mengatakan:

"Saya lebih memilih berbelanja di toko kelontongan karena tidak antri, mudah belanjanya dan disitu juga tempatku nongkrong ada juga perasaan kurang enak kalau kurang pembeli di warung itu jadi lebih sering ke toko kelontongan."¹⁰⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih memiliki kepedulian terhadap keberlangsungan usaha warung milik tetangga. Perasaan tidak enak ketika warung terlihat sepi menjadi salah satu alasan untuk tetap berbelanja di toko kelontongan.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Terisa selaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart:

"Tergantung ji. Kalau selisihnya cuma seribu, dua ribu, belanja di warung ja. Soalnya malu ka sama yang punya warung, tetangga ji juga. Sudah langganan dari dulu."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hubungan kedekatan sosial dan rasa kekeluargaan masih menjadi pertimbangan dalam menentukan tempat berbelanja. Kedekatan dengan pemilik warung mendorong masyarakat untuk tetap memberikan dukungan kepada usaha milik tetangganya.

Selain itu, Ust. Kamaluddin juga menyatakan:

"Kalau saya, liat dulu selisihnya. Kalau cuma seribu dua ribu, saya tetap ke warung langganan. Kasihan, tetangga sendiri. Hitung-hitung bantu dia."¹⁰⁷

¹⁰⁶ Erlangga Ardiansyah "Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹⁰⁷ Ust. Kamaluddin "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas berbelanja tidak hanya dipahami sebagai upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian dan bantuan kepada sesama warga.

Bapak H. Liling juga mengatakan:

"Kalau menurut saya, itu memang salah satu bentuk saling membantu antarwarga. Kadang ada orang yang lagi susah, belum ada uangnya, jadi warung yang bantu dulu dengan cara dicatat. Makanya warung itu bukan cuma tempat belanja, tapi juga tempat orang saling percaya."¹⁰⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pelanggan dan toko kelontongan dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai saling membantu. Dengan demikian, transaksi ekonomi di warung tidak hanya memiliki makna ekonomi, tetapi juga mengandung nilai sosial dan moral.

Selain itu, Terisa juga mengungkapkan:

"Yang paling beda itu rasa kekeluargaannya. Di warung bisa ka cerita-cerita, tanya kabar. Kalau kurang seribu-dua ribu, dimaafkanji."¹⁰⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa interaksi di toko kelontongan masih dipenuhi dengan nilai kekeluargaan, kedekatan, dan kepedulian antarwarga. Kondisi ini membuat warung tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial.

Temuan lain juga diungkapkan oleh Ust. Kamaluddin:

"Belanja itu kebutuhan, bukan untuk gaya-gayaan. Yang penting uangnya halal."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dalam pandangan masyarakat, aktivitas konsumsi tidak semata-mata diukur dari kenyamanan dan harga,

¹⁰⁸ Bapak H. Liling "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 14 Juni 2026)

¹⁰⁹ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

tetapi juga berkaitan dengan nilai moral dan loyalitas dalam memperoleh serta menggunakan rezeki.¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa makna loyalitas dalam kegiatan berbelanja tidak hanya berkaitan dengan keuntungan pribadi, tetapi juga dengan manfaat yang dirasakan oleh orang lain. Membeli di warung tetangga dipandang sebagai bentuk kepedulian sosial dan upaya membantu perekonomian masyarakat sekitar. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Clifford Geertz yang menyatakan bahwa agama merupakan sistem budaya yang memberikan makna terhadap tindakan sosial masyarakat. Dalam konteks ini, loyalitas dimaknai sebagai tindakan berbagi rezeki, menjaga hubungan baik, dan memperkuat solidaritas sosial melalui aktivitas ekonomi sehari-hari.

c. Waktu Ibadah

Nilai keagamaan dalam kegiatan jual beli juga terlihat dari cara pedagang mengatur waktu usahanya. Bagi sebagian pemilik warung di Kecamatan Soreang, waktu salat menjadi batas penting dalam aktivitas berdagang. Oleh karena itu, beberapa warung memilih menutup usahanya sementara ketika azan berkumandang, terutama pada waktu Magrib, Isya, dan salat Jumat. Kebiasaan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan ibadah dipandang lebih utama daripada aktivitas ekonomi.

Berbeda dengan warung tradisional, toko modern seperti Alfamart memiliki jam operasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Karyawan bekerja dengan sistem *shift*, sehingga toko tetap beroperasi meskipun waktu salat telah tiba. Kondisi ini menyebabkan adanya perbedaan dalam cara menjaga waktu ibadah. Pada warung tradisional, aktivitas jual beli biasanya dihentikan sementara untuk melaksanakan salat. Sementara itu, di Alfamart pelaksanaan ibadah dilakukan secara bergantian sesuai dengan waktu istirahat yang telah diatur.

¹¹⁰ Ust. Kamaluddin “Imam Masjid” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

Temuan tersebut juga diperkuat oleh pernyataan salah seorang karyawan Alfamart yang mengatakan:

"Tidak ada ji kebijakan kek bagaimana sih dek karena kalau waktu-waktu seperti itu kan kebetulan waktu istirahat ta jadi kalau masuk mi waktu azan yang baku ganti-ganti ki ada pergi sholat dan makan ada juga yang menjaga di kasir jadi Alfamart buka 24 ji juga."¹¹¹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan ibadah di Alfamart tetap diberikan ruang, tetapi dilakukan melalui sistem pergantian waktu istirahat sehingga operasional toko tetap berjalan.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ust. Kamaluddin selaku imam masjid:

"Paling terasa itu soal waktu. Di warung, kalau sudah masuk waktu shalat, biasanya yang jual langsung ingatkan, 'Shalat ki dulu'. Kalau di Alfamart, pegawainya kerja *shift*. Jadi kita sendiri yang harus ingat waktu. Jangan sampai keasyikan belanja, lupa shalat."¹¹²

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa warung tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi ruang sosial yang mengingatkan masyarakat untuk melaksanakan ibadah ketika waktu salat tiba.

Selain itu, Ust. Kamaluddin juga menyatakan:

"Ya berhenti dulu. Shalat itu kewajiban. Rezeki ndak akan kemana. Saya selalu bilang ke anak-anak: Kalau dengar azan pas lagi di kasir, selesaikan cepat-cepat. Kalau masih milih-milih barang, tunda dulu. Shalat dulu baru lanjut."¹¹³

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dalam pandangan masyarakat, pelaksanaan salat harus didahulukan dibandingkan aktivitas ekonomi karena rezeki dipahami sebagai sesuatu yang telah diatur oleh Allah.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Ibu Hamdanaselaku pelanggan toko kelontongan dan Alfamart:

¹¹¹ Agung "Karyawan Alfamart" (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹¹² Ust. Kamaluddin "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

¹¹³ Ust. Kamaluddin "Imam Masjid" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

"Sebenarnya harus ki dulu hentikan aktivitas jual beli, tapi kenyataannya tidak ji juga pada na kerja ji semua kerjanya masing-masing."¹¹⁴

Pernyataan tersebut mengindikasikan adanya perbedaan antara nilai yang diyakini masyarakat dengan praktik yang terjadi di lapangan. Secara normatif, masyarakat memahami bahwa aktivitas jual beli seharusnya dihentikan ketika azan berkumandang. Namun, dalam praktiknya, tuntutan ekonomi dan rutinitas pekerjaan membuat hal tersebut tidak selalu dapat dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa kesakralan waktu ibadah masih dipertahankan oleh sebagian masyarakat, terutama pada warung tradisional. Praktik menutup warung ketika waktu salat tiba menunjukkan adanya upaya untuk menempatkan ibadah sebagai prioritas di tengah aktivitas ekonomi. Sementara itu, pada toko modern, pelaksanaan ibadah lebih disesuaikan dengan aturan kerja dan tanggung jawab masing-masing individu.

Kondisi ini sejalan dengan pandangan Clifford Geertz yang menyatakan bahwa agama merupakan sistem simbol yang memberikan makna dan tatanan dalam kehidupan masyarakat. Praktik menutup warung saat waktu salat dapat dipahami sebagai simbol penghormatan terhadap waktu yang dianggap sakral. Dengan demikian, toko kelontongan masih berperan sebagai ruang yang menjaga nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas ekonomi, sedangkan pada toko modern, tanggung jawab menjaga waktu ibadah lebih banyak diserahkan kepada individu masing-masing.

d. Dinamika Kelompok Rentan dalam Arena Konsumsi Baru

Pertukaran sosial antara masyarakat dan dua arena konsumsi di Kecamatan Soreang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas jual beli, tetapi juga membawa perubahan terhadap struktur sosial dan kehidupan keberagamaan masyarakat. Kondisi ini mengonfirmasi Teori *Distinction* Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa pilihan konsumsi dapat menjadi penanda perbedaan kelas sosial. Sebagian masyarakat kelas

¹¹⁴ Ibu hamdana "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

menengah menikmati kenyamanan dan fasilitas yang ditawarkan Alfamart, sedangkan kelompok duafa masih bergantung pada toko kelontongan karena keterbatasan modal ekonomi yang dimiliki.

Ibu Aminah selaku pemilik toko kelontongan mengatakan:

“Yang hilang itu sosialisasinya yang biasanya orang datang biasa duduk-duduk dulu saling bersosialisasi sesama tetangga, beda kalau di alfamart orang singgah ji saja yang datang.”¹¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara, penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi sosial yang sebelumnya terbentuk di toko kelontongan mengalami penurunan. Kebiasaan masyarakat untuk berkumpul dan berbincang dengan tetangga semakin berkurang seiring dengan meningkatnya aktivitas belanja di ritel modern. Akibatnya, fungsi toko kelontongan sebagai ruang integrasi sosial dan tempat bertemunya warga menjadi semakin lemah. Dalam perspektif Bourdieu, kondisi ini dapat dipahami sebagai bentuk kekerasan simbolik, yaitu perubahan yang terjadi secara halus tanpa paksaan, di mana logika efisiensi dan modernitas perlahan menggantikan fungsi sosial yang selama ini dimiliki toko kelontongan. Dampak dari kondisi tersebut adalah berkurangnya komunikasi dan interaksi antarmasyarakat di lingkungan sekitar.

Temuan tersebut juga diperkuat oleh Bapak Edwin pernyataan salah seorang pelanggan toko kelontongan dan Alfamart yang mengatakan:

"Lebih ku pilih belanja di toko kelontongan karena dekat dari rumah, terus bisa ki juga ma pinjam di banding belanja di Alfamart."¹¹⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa bagi masyarakat dengan kondisi ekonomi terbatas, toko kelontongan masih menjadi pilihan utama karena menyediakan praktik utang-piutang yang tidak ditemukan di ritel modern. Hal serupa juga diungkapkan oleh Terisa selaku pelanggan:

¹¹⁵ Ibu Aminah “Pemilik Toko Kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹¹⁶ Edwin “Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

"Kalau belum gaji bisa bilang, 'dicatat dulu tante. Jadi kalau tanggal tua, lari ke warung memang.'"¹¹⁷

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa toko kelontongan tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga berperan sebagai penyangga ekonomi bagi masyarakat yang mengalami keterbatasan pendapatan. Hubungan kepercayaan antara penjual dan pembeli memungkinkan masyarakat tetap dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari meskipun sedang mengalami kesulitan ekonomi.

Selain itu, Ibu Ibu Hamdanasebagai pelanggan toko kelontongan dan Alfamart menyatakan:

"Sudah ada perbedaan karena toko kelontongan merasa kalau belanja cash di Alfamart belanja, tapi kalau berutang baru lari ke penjual kelontongan."¹¹⁸

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perbedaan fungsi antara ritel modern dan toko kelontongan. Alfamart beroperasi dengan sistem transaksi tunai dan mengutamakan efisiensi, sedangkan toko kelontongan masih mempertahankan nilai-nilai sosial melalui hubungan kepercayaan, kedekatan, dan praktik saling membantu antarwarga.

Dengan demikian, kehadiran arena konsumsi baru tidak hanya mengubah pola belanja masyarakat, tetapi juga menciptakan dinamika baru bagi kelompok rentan. Sebagian masyarakat menikmati kenyamanan yang ditawarkan ritel modern, sementara kelompok berpenghasilan rendah masih bergantung pada toko kelontongan karena adanya fleksibilitas pembayaran, kedekatan sosial, dan hubungan saling percaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa arena konsumsi baru turut mereproduksi perbedaan posisi sosial dalam masyarakat sebagaimana dijelaskan dalam Teori *Distinction* Pierre Bourdieu, di mana kemampuan seseorang dalam mengakses ruang konsumsi tertentu dipengaruhi oleh kepemilikan modal ekonomi dan modal sosial.

¹¹⁷ Terisa "Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

¹¹⁸ Ibu hamdana Pelanggan toko kelontongan" (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Arena konsumsi di antara masyarakat memiliki peranan yang sangat krusial, karena mendukung kelancaran pemenuhan kebutuhan harian. Arena ini berlangsung dalam beragam kegiatan sehari-hari yang memerlukan strategi ekonomi serta negosiasi sosial. Keterlibatan sosial dipandang sebagai elemen utama dalam kehidupan berkomunitas, sehingga tanpa adanya hubungan sosial, struktur konsumsi tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penting untuk memahami arena konsumsi sebagai ruang kontestasi modal. Melalui arena yang positif, akan muncul hubungan yang harmonis, baik dalam transaksi maupun kolaborasi yang memudahkan proses pertukaran pengalaman dan pengetahuan. Arena konsumsi antara pelanggan dengan toko kelontongan dan Alfamart umumnya bersifat tidak formal, yang terjalin melalui jaringan sosial yang erat, seperti kedekatan tempat tinggal atau ikatan kepercayaan. Jaringan ini tidak hanya memperkuat konektivitas sosial, tetapi juga menciptakan suasana saling mendukung. Komunikasi langsung berperan penting dalam pertukaran preferensi dan pengetahuan konsumsi. Misalnya, pelanggan melakukan interaksi dengan toko kelontongan yang bukan sekadar tempat belanja, tetapi juga tempat "nongkrong" dan utang-piutang. Selama proses ini, terjadi negosiasi makna, pertimbangan untung-rugi, serta kesepakatan yang berlandaskan kepercayaan satu sama lain.

Berdasarkan pandang Pierre Bourdieu dalam Teori Arena, arena konsumsi antara individu tidak hanya dilihat sebagai pertukaran secara ekonomi saja, tetapi juga sebagai pertukaran modal simbolik, baik yang berbentuk nyata maupun tidak nyata.¹¹⁹ Pertukaran ini dinilai berdasarkan apa yang diperoleh (modal) dan apa yang dikeluarkan (strategi). Dalam konteks toko kelontongan dan Alfamart di Soreang, modal bisa mencakup kenyamanan, rasa tidak enak, rasa aman, dukungan moral, atau informasi penting. Sementara itu, strategi bisa berupa pemilihan tempat belanja,

¹¹⁹ Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. DOI buku induk: <https://doi.org/10.4324/9781315769960>

waktu belanja, atau pertimbangan personal lainnya. Karena modal yang diterima dianggap bernilai oleh para pihak yang terlibat, hubungan tersebut tetap dipertahankan dan berlangsung jangka panjang. Berdasarkan temuan lapangan, bentuk pertukaran sosial yang muncul dalam arena konsumsi antara kelompok pelanggan dengan toko kelontongan dan Alfamart dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk berikut:

1. Pertukaran Modal Simbolik dan Modal Ekonomi

Di kawasan Soreang, pelanggan sering memilih toko kelontongan karena “tidak antri”, “dekat”, dan “bisa utang”, sementara memilih Alfamart karena “*cozy*”, “ramah”, dan “lengkap”. Tindakan ini dilakukan secara sadar tanpa paksaan formal dari pihak mana pun. Tindakan tersebut merupakan strategi agen untuk memperoleh modal simbolik, yakni diterimanya seseorang dalam arena tertentu, terjaganya rasa nyaman, dan meningkatnya rasa dihargai.¹²⁰ Hal ini sejalan dengan konsep Habitus Bourdieu, di mana preferensi konsumen terbentuk melalui pengalaman di arena konsumsi baru yang menawarkan kenyamanan sebagai pembeda praktik sosial. Bagi pelanggan duaafa, memilih toko kelontongan mengurangi beban berupa rasa malu, biaya transport, dan tekanan psikologis. Hubungan timbal balik ini menjadi alasan mengapa pola arena konsumsi tersebut terus dipertahankan. Pola ini menunjukkan adanya kontestasi arena sebagaimana dikemukakan Bourdieu, bahwa Alfamart hadir sebagai arena baru yang memperebutkan dominasi dengan toko kelontongan melalui modal ekonomi dan modal simbolik.

2. Pertukaran Dukungan Moral dan Nilai Keagamaan

Data menunjukkan bahwa pemilik toko kelontongan memberikan utang kepada warga yang telah dikenal. Pemberian ini tidak didasarkan pada hitungan laba dan tidak bersifat wajib, tetapi sebagai ungkapan kepercayaan dan bentuk tolong

¹²⁰ Pierre Bourdieu, *The Forms of Capital*, dalam J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (New York: Greenwood, 1986), hlm. 241–258.

menolong. Praktik ini merupakan bentuk *reciprocal exchange*, yaitu pertukaran yang tidak dihitung secara ekonomis tetapi didasari nilai moral “balas budi”. Bagi warga, *reward* yang diterima berupa kemudahan ekonomi yang dapat menopang kebutuhan rumah tangga. Bagi pemilik toko kelontongan, *reward* yang mereka peroleh adalah dukungan sosial, solidaritas, dan terjaganya hubungan kekeluargaan dengan warga sekitar. Proses ini memperkuat konsep Agama sebagai Sistem Budaya Clifford Geertz, di mana nilai-nilai non-materiel seperti loyalitas dan tolong menolong menjadi bagian dari pertukaran sosial yang memberi tatanan dan makna pada kehidupan sehari-hari. Temuan ini memperkuat penelitian Fadhilah yang menyebut terjadi “negosiasi makna berkah dan tolong menolong di tengah ekspansi minimarket”.¹²¹

3. Solidaritas, Kepedulian, dan Kepercayaan

Hubungan pelanggan dan toko kelontongan tidak hanya sebatas transaksi, melainkan juga mengandung ikatan emosional. Solidaritas ditunjukkan ketika pemilik toko kelontongan memahami kondisi warga yang kesulitan, sementara pelanggan juga sering merasa “tidak enak” jika tidak belanja. Dalam perspektif Teori Arena Bourdieu, pertukaran emosional seperti rasa dihargai, rasa aman, dan kedekatan sosial merupakan modal sosial yang sangat penting. Modal jenis ini sering kali menjadi alasan utama suatu arena bertahan lama karena memenuhi kebutuhan sosial manusia yang paling mendasar. Hal ini sejalan dengan Novriady bahwa ritel modern berdampak pada pedagang kecil, namun di Soreang dampaknya bukan hanya omzet, tetapi juga erosi modal sosial.¹²²

¹²¹ Nurul Fadhilah, *Negosiasi Makna Berkah dan Ta'awun di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Kasus di Kota Parepare* (Skripsi, IAIN Parepare, 2024), hlm. 112.

¹²² Novriady, M. R. (2021). Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 4(2), 453-462. <https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/issue/view/16>

4. Pertukaran Berbasis Kebiasaan dan Norma Sosial

Kehidupan di Soreang sering terjadi praktik utang-piutang, pemberian kemudahan, dan dukungan sosial telah menjadi kebiasaan yang diwariskan turun-temurun. Masyarakat melakukannya bukan sekadar karena keuntungan materi, tetapi karena adanya norma sosial yang mengajarkan saling peduli. Menurut Bourdieu, kebiasaan yang terus berulang terbentuk karena strategi tersebut secara terus-menerus memberi manfaat bagi kedua belah pihak. Jika seseorang tidak mengikuti kebiasaan yang ada di lingkungan setempat, ia bisa dianggap kurang perhatian atau tidak menghargai nilai-nilai bersama. Dengan demikian, norma sosial berfungsi sebagai cara untuk memastikan pertukaran sosial tetap berjalan lancar. Ini mencerminkan konsep *Habitus Bourdieu*, di mana kebiasaan menjadi strategi yang diinternalisasi agen dalam arena konsumsi. Praktik ini juga merefleksikan perintah menjaga silaturahmi. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam QS. An-Nisa, Ayat 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Artinya: Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta, dan peliharalah hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.”

Ayat ini menjadi landasan normatif bahwa memilih toko kelontongan karena alasan “membantu tetangga” dan “rasa tidak enak” adalah bentuk nyata dari menjaga *al-arham* dalam aktivitas ekonomi. Sebaliknya, pola “belanja, bayar, terus pulang” di Alfamart berisiko memutus rantai silaturahmi sebagaimana disampaikan Tokoh Agama.

A. Arena Konsumsi Memberi Keuntungan Ekonomi kepada Kelompok Duafa dan Pemilik Toko Kelontongan

Arena konsumsi dalam komunitas toko kelontongan Soreang tidak hanya berkaitan dengan aspek sosial seperti solidaritas atau norma bersama, tetapi juga

memberikan dampak nyata terhadap peningkatan ekonomi kelompok rentan. Cara pertukaran yang dilakukan tanpa menggunakan formalitas dan tanpa sistem yang kaku justru memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi duafa dan pemilik toko kelontongan. Ini mengonfirmasi Teori Arena Bourdieu, di mana pilihan konsumsi menjadi strategi agen dalam memperebutkan modal: kelas menengah menggunakan modal ekonomi untuk mengakses “cozy” Alfamart, sementara duafa menggunakan modal sosial untuk tetap bertahan di arena toko kelontongan karena keterbatasan modal ekonomi. Temuan ini sejalan dengan Tohri, dkk. (2023) yang menyebut dampak sosial ritel modern berupa perubahan gaya hidup, namun di Soreang perubahan itu melahirkan arena konsumsi terbelah, bukan penggantian total.

Masyarakat di Soreang sebagian besar bekerja dengan penghasilan pas-pasan, bahkan beberapa kepala keluarga hanya menggantungkan pendapatan dari hasil harian untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Kelompok duafa di Soreang masih berada dalam tekanan ekonomi, karena keterbatasan akses modal dan infrastruktur. Banyak duafa tidak bergantung dengan diskon Alfamart, dia akan tetap belanja di toko kelontongan demi mendapatkan kemudahan utang atau kedekatan lokasi, itu cara mereka untuk bertahan hidup. Hal ini sejalan dengan pernyataan Edwin, ia mengatakan:

“Lebih ku pilih belanja di toko kelontongan karena dekat dari rumah, terus bisa ki juga ma pinjam di banding belanja di alfamart.”¹²³

Dari hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa, kondisi ekonomi tidak menghalangi tekad duafa untuk tetap menggunakan toko kelontongan, karena itu cara mereka untuk bertahan hidup demi keberlangsungan ekonomi keluarga. Ketergantungan duafa terhadap utang toko kelontongan menjadikan mereka berada pada posisi yang rentan, terutama ketika toko kelontongan kalah bersaing. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja di toko kelontongan bukan semata-mata

¹²³ Edwin “pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

pilihan, melainkan sebuah keharusan karena faktor ekonomi. Ini adalah bentuk Eksklusi Kelompok Rentan dalam arena konsumsi baru, di mana duafa tereksklusi dari kenyamanan Alfamart sekaligus pemilik toko kelontongan tereksklusi dari pasar kelas menengah. Temuan ini memperkuat Latif, dkk. bahwa ritel modern berimplikasi pada ritel tradisional.¹²⁴

Salah satu dampak penting dari arena konsumsi antara duafa dan toko kelontongan adalah terciptanya peluang bertahan hidup baru bagi duafa yang tidak memiliki akses ke Alfamart. Hal ini terlihat dari aktivitas duafa yang berutang di toko kelontongan, kemudian membayar saat ada uang. Proses ini membentuk rantai ekonomi baru yang memperkuat perekonomian rumah tangga terutama bagi ibu-ibu atau warga yang tidak memiliki pekerjaan tetap. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Edwin, yang mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau saya mau beli kebutuhan harian, saya bilang saja sama pemilik toko kelontongan. Mereka kasih utang karena sudah kenal lama. Kadang kalau lagi tidak ada uang, malah dikasih dulu.”¹²⁵

Dari hasil penelitian di atas dapat dipahami bahwa, komunikasi dan hubungan sosial yang terjalin sejak lama membuat duafa bisa mendapatkan akses ekonomi yang fleksibel. Pemilik toko kelontongan memberikan utang atau bahkan sistem pembayaran fleksibel (dibayar kemudian) kepada warga yang ingin membeli kebutuhan. Tentu hal ini dilakukan karena adanya rasa saling percaya, dan ikatan sosial antara duafa dan pemilik toko kelontongan yang sudah terjalin sejak dulu hingga sekarang.

Temuan lain dari wawancara menunjukkan bahwa, pemilik toko kelontongan sengaja memberikan utang kepada duafa karena memahami bahwa usaha duafa untuk bertahan hidup. Mereka memahami bahwa utang menjadi salah satu sumber

¹²⁴ Latif, dkk. (2024). Implikasi Kehadiran Ritel Modern Alfamart Dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional Di Kecamatan Talamuta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 86-95.

¹²⁵ Edwin “pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

pendapatan toko kelontongan, sehingga utang yang diberikan dianggap sebagai bentuk dukungan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Samsir Mangkana Pemilik Toko Kelontongan, ia mengatakan bahwa:

“Kami ini saling bantu, warga beli meski utang kami juga senang Nak, biasanya utang kecil-kecil itu paling bagus. Jadi kami kasi saja dulu supaya sama-sama dapat untung”.¹²⁶

Hasil wawancara di atas dapat kita pahami bahwa praktik utang yang dilakukan toko kelontongan kepada duaafa merupakan bentuk pertukaran sosial yang didasari oleh rasa saling membutuhkan. Hubungan antara toko kelontongan dan duaafa tidak hanya bersifat ekonomi semata, tetapi juga mengandung nilai sosial berupa saling membantu dan saling menguntungkan. Pemilik toko kelontongan bersedia memberikan utang untuk duaafa karena adanya rasa kebersamaan, kepercayaan, serta pemahaman bahwa hasil belanja duaafa juga akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Tidak hanya itu, tetapi ada juga pemilik toko kelontongan yang mengolah strateginya sendiri dengan cara menutup saat magrib untuk salat. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ibu Aminah Pemilik Toko Kelontongan, ia mengatakan bahwa:

“Kebetulan disini saya meni sendiri jagai karena tua mi orang tua yah kalau azan magrib baru ku tutup karena sholat ka dulu... kenapa magrib ji saja tutup ka karena sedikt sekali waktu ta untuk sholat.”¹²⁷

Kondisi ini merefleksikan pandangan Geertz bahwa agama adalah sistem simbol yang memberi tatanan, di mana praktik menutup toko kelontongan saat magrib menjadi simbol pemeliharaan sakralitas waktu di tengah desakan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa toko kelontongan masih menjadi benteng penjaga nilai keagamaan, sementara Alfamart menyerahkan sakralitas waktu ke individu. Pernyataan ini diperkuat oleh Bapak H. Liling Imam Masjid:

¹²⁶ Bapak Samsir Mangkana “Pemilik toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹²⁷ Ibu Aminah Pemilik Toko Kelontongan (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

“Kalau sudah azan, ya sebaiknya kita hormati panggilan salat. Kalau rezeki tidak akan ke mana ji itu. Jualan bisa dilanjutkan lagi, belanja juga bisa ditunda sebentar. Jangan karena urusan dunia sampai lalai ki sama kewajiban kepada Allah.”¹²⁸

Ibu Aminah Pemilik Toko Kelontongan juga mengatakan:

“Yang hilang itu sosialisasinya yang biasanya orang datang biasa duduk-duduk dulu saling bersosialisasi sesama tetangga, beda kalau di alfamart orang singgah ji saja yang datang.”¹²⁹

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa, sumber daya sosial berupa interaksi di toko kelontongan mengalami erosi. Dengan hilangnya “duduk-duduk sambil cerita”, maka fungsi toko kelontongan sebagai ruang integrasi sosial melemah. Ini adalah bentuk Kekerasan Simbolik Bourdieu, di mana dominasi ritel modern secara halus menghilangkan fungsi sosial toko kelontongan tanpa paksaan fisik, digantikan logika efisiensi. Hal ini, menciptakan keterputusan informasi komunal dan mengancam perintah menjaga silaturahmi dalam QS. An-Nisa: 1. Temuan ini sejalan dengan Sante, dkk. yang menyebut dampak sosial minimarket adalah warung kecil tutup, namun di Soreang fasenya masih pada erosi fungsi sosial sebelum penutupan total.¹³⁰

Secara umum, pola-pola arena konsumsi di Soreang, khususnya di kawasan permukiman, beroperasi dengan baik dan berkelanjutan. Hubungan antar warga terus bergerak maju dengan dinamis, dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, serta didukung oleh modal sosial seperti rasa kepercayaan, solidaritas, kepedulian, dan kolaborasi. Di samping itu, nilai-nilai lokal yang telah tumbuh dan berkembang dalam aktivitas sehari-hari juga memainkan peranan penting dalam memengaruhi pola ini.¹³¹

¹²⁸ Bapak H. Liling “Imam Masjid” (wawancara pada tanggal 14 Juni 2026)

¹²⁹ Ibu Aminah Pemilik Toko Kelontongan (wawancara pada tanggal 13 Juni 2026)

¹³⁰ Sante, dkk. (2023). Dampak Sosial Minimarket Terhadap Warung Kecil Di Desa Liwutung Kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 3(2).

¹³¹ Rahmat Hidayat, “Nilai Lokal dan Modal Sosial dalam Praktik Ekonomi Pedagang Kecil,” *Jurnal Antropologi Sosial* 10, no. 1 (2023): 112–130.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Bourdieu menyimpulkan bahwa dalam proses kontestasi arena, agen cenderung mengulangi strategi yang sama ketika dihadapkan pada situasi yang serupa. Apabila suatu strategi sebelumnya menghasilkan modal, maka pengalaman tersebut akan mendorong agen untuk mempertahankan bahkan menyesuaikan strateginya ke arah yang sama pada kesempatan berikutnya.¹³²

Pemahaman modal sosial komunitas toko kelontongan Soreang baik pada tataran konsep maupun praktis kehidupan sehari-hari tidak akan lepas dari tiga elemen utama, yaitu:

1. Hubungan saling percaya

Hubungan saling percaya antara pelanggan dan pemilik toko kelontongan terbentuk melalui interaksi sosial yang berlangsung secara berulang dan berkelanjutan. Kepercayaan ini terlihat ketika pemilik toko kelontongan membiarkan pelanggan utang, pemilik toko kelontongan meyakini bahwa pelanggan akan membayar dan tidak merugikan. Pelanggan juga memiliki kepercayaan bahwa utang yang mereka ambil bisa membangun solidaritas sosial dan menciptakan hubungan yang harmonis.

2. Nilai Dan Norma

Norma sosial adalah pedoman yang digunakan untuk mengatur cara berperilaku orang dalam masyarakat, agar tercipta kondisi sosial yang rapi, tertib, dan adil. Di kalangan toko kelontongan dan pelanggan di Soreang, norma sosial ditunjukkan melalui tradisi saling membantu dan menjaga silaturahmi sebagaimana perintah QS. An-Nisa: 1. Kebiasaan ini telah menjadi norma tidak tertulis yang diterima serta dilaksanakan secara bersama, menciptakan keteraturan sosial tanpa memerlukan perjanjian formal.¹³³

¹³² Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice* (Stanford: Stanford University Press, 1990), hlm. 52–65;

¹³³ Agus Salim, “Peran Norma Sosial dalam Mempertahankan Solidaritas Pedagang Kelontong di Perkotaan,” *Jurnal Sosiologi Masyarakat* 14, no. 2 (2023): 45–60.

3. Jaringan sosial

Jaringan sosial adalah jenis jaringan khusus di mana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain adalah hubungan sosial. Jaringan sosial di Soreang terbentuk melalui hubungan kerja sama antar toko kelontongan dan pelanggan setempat. Hubungan dengan pelanggan tetap menciptakan jaringan ekonomi yang saling tergantung, di mana toko kelontongan memiliki langganan tetap untuk menjual kebutuhan harian mereka.¹³⁴ Jaringan sosial ini memudahkan akses terhadap sumber daya ekonomi dan memperkuat kelanjutan kegiatan usaha toko kelontongan.

Modal sosial sangat penting bagi kehidupan toko kelontongan. Modal sosial sangat berkaitan dengan kehidupan sehari-hari mereka, mulai dari cara mendapatkan penghasilan, cara berinteraksi dengan orang lain, hingga tingkat kenyamanan dalam hidup. Hal ini juga berlaku bagi kelompok toko kelontongan di Soreang, yang mengandalkan modal sosial sebagai bagian utama dalam kehidupan sehari-hari serta dalam usaha mengatasi masalah persaingan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pola pertukaran sosial dan ekonomi antara kelompok toko kelontongan dengan masyarakat di Soreang ditopang oleh modal sosial berupa kepercayaan, solidaritas, kerja sama, dan jaringan sosial.¹³⁵ Hubungan antara toko kelontongan dan masyarakat di Soreang tidak hanya tentang pertukaran barang atau uang, tetapi juga melibatkan kerjasama dan saling mendukung. Perbedaan lokasi, kehidupan sosial, dan budaya memengaruhi cara dan dinamika pertukaran sosial-ekonomi di komunitas urban, yang menjadi hal baru dalam penelitian ini.¹³⁶

¹³⁴ Dewi Sartika, "Jaringan Sosial dan Akses Ekonomi pada Usaha Mikro di Pasar Tradisional," *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 11, no. 1 (2022): 33–48.

¹³⁵ Muhamad Firdaus, *Modal Sosial dan Ketahanan Usaha Kecil: Studi pada Toko Kelontong* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021), hlm. 78–95

¹³⁶ Ningsih, "Pertukaran Sosial-Ekonomi dalam Komunitas Perdagangan Lokal," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 25, no. 3 (2022): 201–218.

Pertukaran sosial ini membantu masyarakat Soreang membangun hubungan yang baik, sehingga saling memberi manfaat dan berdampak positif bagi toko kelontongan dan warga. Karena itu, hubungan saling membutuhkan antara toko kelontongan dan warga sangat membantu dalam menjalani kehidupan sosial mereka. Dampak positif ini didukung oleh modal sosial, seperti rasa percaya, solidaritas, dan simpati.

Dampak ekonomi yang dirasakan oleh kelompok toko kelontongan dan warga di Soreang yaitu mampu menghemat pengeluaran rumah tangga sehingga masyarakat mampu mengatur keuangannya untuk dibelanjakan kebutuhan yang lebih penting dan mampu memberikan hak pendidikan kepada anaknya, bahkan ada yang sampai ke jenjang pendidikan S2. Serta tersedianya pilihan konsumsi baru bagi warga non-duafa seperti belanja di Alfamart untuk barang diskon dan juga proses pembelian kebutuhan harian menjadi lebih mudah didapatkan dan harganya lebih terjangkau di toko kelontongan karena adanya rasa saling percaya. Dengan dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat di Soreang maka pola arena konsumsi pertukaran sosial menjadi hal yang positif karena berdampak pada ekonomi lokal masyarakat serta berdampak kepada hubungan sosial berkelanjutan.

Berdasarkan investigasi yang dilakukan di lapangan, ketika dihubungkan dengan Teori Arena Bourdieu, teori ini mengeksplorasi kontestasi yang terjadi dalam komunitas. Elemen modal dan strategi merupakan karakteristik utama dari teori arena. Teori ini lebih menitikberatkan pada analisis pada level mikro, yang mencakup relasi sosial antar individu dalam ruang sosial. Sifat teori arena bersifat ekologis, karena ada dampak dari struktur arena terhadap strategi individu dan juga arena tersebut berpengaruh oleh tindakan individu itu sendiri. Dalam konteks teori arena, terdapat saling mempengaruhi antara strategi dan arena, yang mana arena tersebut terdiri dari individu lain yang berinteraksi satu sama lain. Dalam hal ini, terdapat elemen modal dan strategi.

Secara umum, pola-pola arena konsumsi di Soreang, khususnya di kawasan permukiman, beroperasi dengan baik dan berkelanjutan. Hubungan antar warga terus bergerak maju dengan dinamis, dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, serta didukung oleh modal sosial seperti rasa kepercayaan, solidaritas, kepedulian, dan kolaborasi. Di samping itu, nilai-nilai lokal yang telah tumbuh dan berkembang dalam aktivitas sehari-hari juga memainkan peranan penting dalam memengaruhi pola ini. Implikasinya, kebijakan penataan ritel modern harus mempertimbangkan pelestarian toko kelontongan sebagai ruang praktis pemeliharaan silaturahmi, bukan sekadar unit ekonomi.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi, serta pengumpulan data di lapangan mengenai dinamika sosial dan nilai keagamaan dalam arena konsumsi antara toko kelontongan dengan Alfamart di Soreang Parepare, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terjadi kontestasi arena konsumsi antara toko kelontongan dengan Alfamart.

Alfamart hadir sebagai arena baru yang menawarkan modal simbolik berupa “cozy”, “lengkap”, dan “modern”, sehingga menarik konsumen kelas menengah. Sementara toko kelontongan bertahan dengan modal sosial berupa “bisa utang”, “tidak antri”, dan “rasa kekeluargaan”. Pelanggan dua kali lebih memilih toko kelontongan karena mengurangi beban psikologis dan biaya transport. Pilihan ini merupakan strategi agen untuk memperoleh rasa nyaman dan diterima dalam arena, sesuai konsep habitus Bourdieu. Hubungan ini dipertahankan karena kedua pihak merasa mendapat manfaat: pelanggan dapat modal simbolik, pemilik warung dapat loyalitas.

2. Praktik tolong menolong dan loyalitas mengalami negosiasi makna.

Toko kelontongan masih menjalankan fungsi *tolong menolong* lewat utang-piutang yang didasari kepercayaan, bukan hitungan laba. Bagi warga, ini adalah bentuk *reciprocal exchange* yang memberi kemudahan ekonomi. Bagi pemilik warung, *reward*-nya berupa solidaritas dan dukungan moral. Namun sejak ekspansi Alfamart, kebiasaan memberi salam, berhenti saat azan, dan “rasa tidak enak” mulai jarang ditemui. Ini menunjukkan adanya erosi nilai keagamaan dalam praktik jual beli. Temuan ini sejalan dengan konsep Agama sebagai Sistem Budaya Geertz, bahwa nilai loyalitas menjadi tatanan yang dinegosiasi dalam arena konsumsi modern.

3. Modal sosial masyarakat mengalami pelemahan.

Fungsi warung sebagai ruang “nongkrong”, titip pesan, dan utang-piutang mulai hilang ketika pelanggan beralih ke Alfamart. Padahal ikatan emosional seperti rasa dihargai, aman, dan kedekatan sosial adalah modal sosial penting yang membuat arena warung bertahan. Pola “belanja, bayar, pulang” di Alfamart memutus rantai silaturahmi. Dampaknya bukan hanya omzet, tapi juga erosi solidaritas. Ini membuktikan bahwa arena konsumsi tidak netral, melainkan ruang pertarungan modal ekonomi vs modal sosial-simbolik.

B. Saran

1. Bagi Pemerintah Kota Parepare

Diharapkan membuat regulasi zonasi yang melindungi warung tradisional dalam radius tertentu dari ritel modern. Selain itu, perlu ada program penguatan kapasitas UMKM warung, seperti pelatihan manajemen, bantuan modal tanpa bunga, dan digitalisasi pencatatan utang agar praktik *tolong menolong* tetap berjalan sehat.

2. Bagi Pemilik Toko Kelontongan

Diharapkan tetap mempertahankan modal sosial yang menjadi keunggulan, yaitu pelayanan kekeluargaan, fleksibilitas utang, dan fungsi sosial warung. Namun perlu juga beradaptasi dengan menambah variasi barang dan kebersihan agar tetap kompetitif tanpa kehilangan nilai *al-arham*.

3. Bagi Pihak Alfamart

Diharapkan menyusun program CSR yang tidak memutus silaturahmi, misalnya menyediakan ruang “jeda azan”, mempekerjakan warga lokal Soreang, atau membuat program subsidi untuk duaafa sekitar. Dengan begitu Alfamart tidak hanya mengambil modal ekonomi, tapi juga berkontribusi pada modal sosial.

4. Bagi Masyarakat Soreang

Diharapkan tetap menjaga kebiasaan *tolong menolong* dan silaturahmi dalam aktivitas konsumsi. Memilih tempat belanja boleh rasional, namun perlu disadari bahwa warung tetangga juga bagian dari jejaring sosial yang menjaga loyalitas bersama.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian mendatang diharapkan mengkaji arena konsumsi dari perspektif gender, khususnya peran perempuan pemilik warung dalam mempertahankan modal sosial. Selain itu, bisa diteliti dampak aplikasi belanja online terhadap pola tolong menolong di Soreang agar pemahaman tentang perubahan arena konsumsi lebih komprehensif



DAFTAR PUSTAKA

- “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus Angkringan Ceo Ngaliyan),” 2021.
- Agung, “Karyawan Alfamart”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Aldi, A., & Suyatna, H. “Praktik Sosial Konsumen di Ritel Modern Perspektif Bourdieu.” *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14, no. 2 (2020): 123-140. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1756>
- Alsa, S.Pd., “Pelanggan Alfamart”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Anas, Achmad Tarmidzi & Budianto, A. A. “Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam.” *ANAYASA: Journal of Legal Studies* 1, no. 1 (2023): 1-8.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Bapak H. Liling, “Imam Masjid”, wawancara pada tanggal 14 Juni 2026.
- Bapak Samsir Mangkana, “Pemilik toko kelontongan yang berdekatan dengan Lokasi penolakan pembangunan Alfamart”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Bourdieu, Pierre, dkk. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- Bourdieu, Pierre. “*The Forms of Capital*.” Dalam J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1986, hlm. 241–258. <https://doi.org/10.4324/9781315769960>
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984. <https://doi.org/10.4159/9780674046766>
- Bourdieu, Pierre. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- Bourdieu, Pierre. *Pascalian Meditations*. Stanford: Stanford University Press, 2000.
- Bourdieu, Pierre. *Practical Reason: On the Theory of Action*. Stanford: Stanford University Press, 1998.
- Bourdieu, Pierre. *Sociology in Question*. London: Sage, 1993.
- Bourdieu, Pierre. *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press, 1990.

- Bourdieu, Pierre. *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity Press, 2005. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2005.00530.x>
- BPS Kota Parepare. Kecamatan Soreang Dalam Angka 2023. Parepare: BPS Kota Parepare, 2023. <https://doi.org/10.31001/soreang2023>
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Creswell, dkk. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Dewa Putra Fahreza, “Karyawan Alfamart”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Dewojati, C., & Nurtalia, N. “Konsep Habitus Bourdieu dan Dinamika Masyarakat Tionghoa dalam Pendidikan Jang Kliroe dan Korban Dari Peroentoengan.” *Arif: Jurnal Sastra dan Kearifan Lokal* 3, no. 1 (2023): 1–18. <https://doi.org/10.21009/Arif.031.01>
- Edwin, “Pelanggan toko kelontongan”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
- Erlangga Ardiansyah, “Pelanggan toko kelontongan dan Alfamart”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Fadhilah, Nurul. “Negosiasi Makna Berkah dan Tolong menolong di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Fenomenologi.” *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 18, no. 2 (2024): 145–162. <https://doi.org/10.23971/jsam.v18i2.5120>
- Fadhilah, Nurul. *Negosiasi Makna Berkah dan Tolong menolong di Tengah Ekspansi Minimarket: Studi Kasus di Kota Parepare*. Skripsi, IAIN Parepare, 2024.
- Fauzi, A. “Eksklusi Duafa dalam Arena Konsumsi Digital: Analisis Bourdieu atas Pergeseran Pasar Tradisional.” *Jurnal Masyarakat dan Budaya LIPI* 25, no. 1 (2023): 15-30.
- Firdaus, Muhamad. *Modal Sosial dan Ketahanan Usaha Kecil: Studi pada Toko Kelontong*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021.
- Geertz, Clifford. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, 1973.
- Hasanah, N. “Tolong menolong dalam Praktik Ekonomi Mikro: Studi Etnografi Warung Kelontong.” *jurnal Penelitian Keislaman* 19, no. 2 (2023): 201-218.
- Hidayat, Rahmat. “Nilai Lokal dan Modal Sosial dalam Praktik Ekonomi Pedagang Kecil.” *Jurnal Antropologi Sosial* 10, no. 1 (2023): 112–130.
- HR. Bukhari no. 5986 dan Muslim no. 2557.

- Ibu Aminah, “Pemilik Toko Kelontongan”, wawancara pada tanggal 13 Juni 2026.
- Ibu hamdana “Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)
- Latif, dkk. “Implikasi Kehadiran Ritel Modern Alfamart Dan Indomaret Terhadap Ritel Tradisional Di Kecamatan Tilamuta.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)* (2024): 86-95.
- Maimunah, S. *Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Idea Press, 2022. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9k3xm>
- Maulida, S. “Filantropi Islam dan Melemahnya Fungsi Integratif Agama di Arena Pasar.” *Jurnal Bimas Islam Kemenag* 16, no. 1 (2023): 77-95.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. “Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook.” *International Journal of Qualitative Methods* 21 (2022): 1-12. <https://doi.org/10.1177/16094069221112235>
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Ningsih. “Pertukaran Sosial-Ekonomi dalam Komunitas Perdagangan Lokal.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 25, no. 3 (2022): 201–218.
- Novriady, M. R. “Dampak Berkembangnya Waralaba Minimarket (Indomaret Dan Alfamart) Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Atau Toko Kelontong Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin.” *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan* 4, no. 2 (2021): 453-462. <https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/issue/view/16>
- NSS, R. L. P. *Disrupsi Dari Atas: Kasus Bangkrutnya Kios Tradisional Berhadapan Dengan Minimarket Modern*.
- Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 4.
- Rahayu, D. P., et al. “Dampak Kehadiran Minimarket Pada Kehidupan Masyarakat Di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi.” *Jurnal Pendidikan Sejarah* 6, no. 2 (2021): 151–159.
- Rahman, F. “Rasionalisasi Nilai Keagamaan dalam Praktik Konsumsi Muslim Urban.” *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 18, no. 1 (2022): 33-50.
- Salim, Agus. “Peran Norma Sosial dalam Mempertahankan Solidaritas Pedagang Kelontong di Perkotaan.” *Jurnal Sosiologi Masyarakat* 14, no. 2 (2023): 45–60.

- Sante, dkk. “Dampak Sosial Minimarket Terhadap Warung Kecil Di Desa Liwutung Kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Jurnal Ilmiah Society* 3, no. 2 (2023).
- Sartika, Dewi. “Jaringan Sosial dan Akses Ekonomi pada Usaha Mikro di Pasar Tradisional.” *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 11, no. 1 (2022): 33–48.
- Sassen, Saskia. *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*. Cambridge: Harvard University Press, 2021.
- SMERU. Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional. <https://smeru.or.id/id/publication-id/dampak-supermarket-terhadap-pasar-dan-pedagang-ritel-tradisional>
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers, 2021.
- Sugiyono. “Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 27, no. 3 (2022): 301–315. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v27i3.4120>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sztompka, Piotr. *Sociology of Social Change*. Oxford: Blackwell, 2021.
- Tasya Aulia Putri & Amira Sabita. “Integrasi Nilai - Nilai Syariah Dalam Strategi Komunikasi Bisnis Di Sektor Ritel Halal.” *Jurnal* 56 (2025): 528–36.
- Terisa “Pelanggan toko kelontongan” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)
- Tohri, A., et al. “Dampak Sosial Dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur.” *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual* 5, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v5i1.280>
- UGM Repository. *Strategi Pemasaran Bisnis Retail Toko Waralaba Alfamart Ditinjau Dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis*. 2020.
- Ust. Kamaluddin ““Imam Masjid” (wawancara pada tanggal 19 Juni 2026)
- Wacquant, Loïc. “Rethinking the Urban Margins from the Global South.” *International Journal of Urban and Regional Research* 47, no. 2 (2023): 231–245.
- Wahid, A. “Agama dan Pasar: Membaca Perubahan Nilai Keagamaan dengan Teori Geertz.” *Jurnal Studi Agama* 9, no. 1 (2018): 45–62. <https://doi.org/10.21274/jsa.2018.9.1.45-62>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
NOMOR : B-1326/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

- Menimbang
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
 - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 03 Juni 2025 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
 - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 1326 Tahun 2025, tanggal 03 Juni 2025 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- MEMUTUSKAN
- Menetapkan :
- Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
 - Menunjuk saudara: **Wahyuddin Bakri, M.Si.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
Nama Mahasiswa : NURUL ANNISA AMALYA
NIM : 2220203869201002
Program Studi : Sosiologi Agama
Judul Penelitian : ANALISIS RETAIL WARALABA BERBASIS KOTA (STUDI KASUS KEBIJAKAN ALFAMART DAN INDOMARET)
 - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 03 Juni 2025

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-899/in.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2026

09 Juni 2026

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Walikota Parepare

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NURUL ANNISA AMALYA
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 19 Mei 2004
NIM : 2220203869201002
Fakultas / Program Studi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Sosiologi Agama
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL INDUSTRI KECIL KOTA PAREPARE PROV. SULAWESI SELATAN

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Parepare dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA
(STUDI KASUS ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 09 Juni 2026 sampai dengan tanggal 09 Juli 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muhiddin, Lc., M.Fil.I.
NIP 197607132009121002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP0000607



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

IZIN PENELITIAN
Nomor : 607/IP/DPM-PTSP/6/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **NURUL ANNISA AMALYA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **SOSIOLOGI AGAMA**

ALAMAT : **JL. INDUSTRI KECIL KOTA PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA (STUDI KASUS ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)**

LOKASI PENELITIAN : **1. KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE
2. PIMPINAN ALFAMART WILAYAH SOREANG KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **10 Juni 2026 s.d 09 Juli 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **12 Juni 2026**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



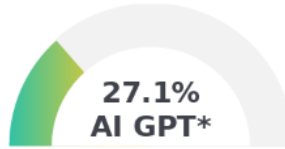
Balai
Sertifikasi
Elektronik





ZeroGPT

Your Text contains mixed signals, with some parts generated by AI/GPT



ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.iainpare.ac.id

Internet Source

1%

2

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1%

3

jiep.ulm.ac.id

Internet Source

<1%

4

lptnunganjuk.com

Internet Source

<1%

5

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

<1%

6

altinriset.com

Internet Source

<1%

7

dokumen.pub

Internet Source

<1%

8

Submitted to UIN Batusangkar

Student Paper

<1%

9

Submitted to Universitas Malikussaleh

Student Paper

<1%

10

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1%

11

repo.uinsatu.ac.id

Internet Source

<1%

12

www.researchgate.net

Internet Source

<1%

ojs.unimal.ac.id



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : NURUL ANNISA AMALYA
NIM : 2220203869201002
PRODI : SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS : FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
JUDUL : DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA (STUDI KASUS ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)
INSTRUMEN PENELITIAN
PEDOMAN WAWANCARA

1. Dinamika Sosial

1. Bagaimana Bapak/Ibu membandingkan pengalaman berbelanja di warung tradisional dengan di Alfamart? Apa perbedaan utama yang dirasakan dan apa alasannya?
2. Bagaimana praktik utang-piutang yang selama ini berlaku di warung tradisional? Mengapa praktik tersebut tidak dapat dilakukan di ritel modern seperti Alfamart?

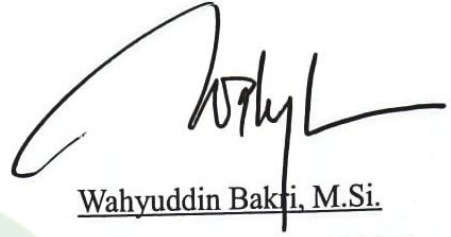
3. Menurut Bapak/Ibu, kelompok masyarakat mana yang paling terdampak dengan kehadiran Alfamart di lingkungan ini? Bagaimana dampaknya terhadap akses kelompok berpenghasilan rendah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari?
4. Apakah terdapat perubahan rasa bangga atau perasaan tidak nyaman ketika memilih berbelanja di Alfamart dibandingkan di warung tradisional? Mohon dijelaskan.
5. Selain sebagai tempat transaksi jual beli, fungsi sosial apa saja yang hilang dari lingkungan ini apabila warung tradisional tutup akibat persaingan dengan ritel modern?

2. Nilai Keagamaan

6. Menurut Bapak/Ibu, apa bedanya belanja di warung dengan belanja di Alfamart?
7. Kalau ada dua pilihan, Bapak/Ibu lebih pilih yang mana: barang lebih murah di Alfamart, atau barang di warung yang harganya sedikit lebih mahal? Bisa ceritakan alasannya?
8. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana seharusnya sikap kita waktu azan berkumandang?
9. Apakah Bapak/Ibu melihat perubahan cara orang tolong-menolong sejak banyak toko modern?
10. Sejak banyak toko modern buka di Soreang, apakah ada kebiasaan terkait agama yang jadi jarang dilakukan saat belanja atau berdagang? Contohnya seperti apa?

Parepare, 19 Mei 2026

Mengetahui Pembimbing,-



Wahyuddin Bakti, M.Si.

NIP: 196412311992031045





PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Parepare, Kode Pos 91131

Email : soreangkecamatan@gmail.com, Website : soreang.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 400.7.22/21/KCS

Menindaklanjuti Surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 455/IP/DPM-PTSP/5/2026, Tanggal 12 Juni 2026 Perihal Izin Penelitian dengan judul **"DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT DAN NILAI KEAGAMAAN TERHADAP EKSPANSI RETAIL WARALABA (STUDI KASUS ALFAMART DI KECAMATAN SOREANG)"** terhitung mulai tanggal 10 Juni 2026 s.d 09 Juli 2026.

Untuk Maksud tersebut, pada prinsipnya kami menyetujui dan memberikan Izin Penelitian/Wawancara kepada :

Nama	: NURUL ANNISA AMALYA
Jenis Kelamin	: PEREMPUAN
Universitas/Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Jurusan	: SOSIOLOGI AGAMA
Alamat	: JL. INDUSTRI KECIL KOTA PAREPARE

Demikian surat persetujuan izin penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 24 Juni 2026
PIK CAMAT SOREANG,

H. RASUL LUKMAN, SE
Penata Tk. I, III/d
NIP. 198508292010011007

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare;
3. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare;
4. Arsip.

Surat keterangan wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Sausir Manghona
Jenis kelamin : laki-laki
Agama : islam
Status : kepala keluarga
Usia : 19 tahun
Alamat : Jln. Jendral Sudirman

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan



Surat keterangan wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewa Putra Fahrera.

Jenis kelamin : Laki' - Laki'

Agama : Islam

Status : Karyawan Alfamart.

Usia : 24.

Alamat : Jl. Jati' Perumnas.

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan

f.

Surat keterangan wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : *Erlangga Ardiansyah*

Jenis kelamin : *Laki - Laki*

Agama : *ISLAM*

Status : *pelanggan warung*

Usia : *22*

Alamat : *JL. MATALE*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan

Euska

PAREPARE

Surat keterangan wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Edwin

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Kristen

Status :

Usia : 49

Alamat : Jl. Depan Rumah Sakit Fumantri

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan



Surat keterangan wawancara

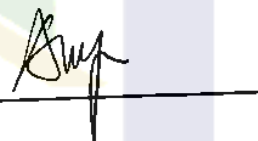
Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : *Aminah*
Jenis kelamin : *P*
Agama : *Islam*
Status : *penjual warung*
Usia : *50*
Alamat : *rt industri keel*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan



Surat keterangan wawancara

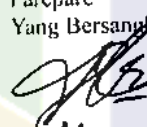
Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Alim, S.Pd
 Jenis kelamin : P
 Agama : Islam
 Status : Pelanggan Alfamart
 Usia : 21 tahun
 Alamat : Perum. orchid 4/12.

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
 Yang Bersangkutan


 Alim

Surat keterangan wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agung
Jenis kelamin : Laki - laki
Agama : ISLAM
Status : Karyawan ALFAMART
Usia : 21
Alamat : POLMAN

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurul Annisa Amalya untuk keperluan skripsi dengan judul "Dinamika Sosial Masyarakat dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart di Kecamatan Soreang)"

Dengan demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare
Yang Bersangkutan



Dokumentasi



Wawancara Bersama Alsya, S.Pd. Selaku Pelanggan
Alfamart



Wawancara Bersama Dewa Putra Fahreza Selaku
Karyawan Alfamart



Wawancara Bersama Dewa Putra Fahreza Selaku
Karyawan Alfamart



Wawancara Bersama Ibu Aminah selaku pemilik Toko Kelontongan



Wawancara Bersama Bapak Samsir Mangkana selaku pemilik Toko Kelontongan



Wawancara Bersama Erlangga Ardiansyah Selaku
Pelanggan Alfamart dan Toko Kelontongan



Wawancara Bersama Edwin Selaku Pelanggan Toko
Kelontongan

BIOGRAFI PENULIS



Nurul Annisa Amalya Lahir di Parepare, 19 Mei 2004, merupakan anak keenam dari tujuh bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri, Bapak Hasimon dan Ibu Mari . Penulis memulai pendidikan di SDN 43 Kota Parepare selama 6 tahun lamanya. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 12 Kota Parepare selama 3 tahun lamanya. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 3 Kota Parepare selama 3 tahun lamanya.

Kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada tahun 2022-2026 dengan Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Basseang Kec. Lembang, Kab. Pinrang pada tahun 2025.

Penulis menyusun skripsi ini sebagai tugas akhir mahasiswa dan untuk memenuhi persyaratan dalam rangka meraih gelar Sarjana Sosial (S. Sos) untuk Program S1 di IAIN Parepare dengan judul skripsi **“Dinamika Sosial Masyarakat Dan Nilai Keagamaan Terhadap Ekspansi Retail Waralaba (Studi Kasus Alfamart Di Kecamatan Soreang)**

