

**PENGARUH PENGHAYATAN AGAMA DALAM
BISNIS DI ERA MODERN
(Studi Kasus: Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)**



Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Agama (S. Ag.)

Oleh:
Moh Zainollah
NIM: 14520038

**PRODI STUDI AGAMA-AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Zainollah

NIM 14520038

Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Jurusan/Prodi : Studi Agama-agama

Alamat : Dsn Pandeman 001/001 Serabarat Bluto Sumenep

No. Hp 087734169766

Judul Skripsi : Pengaruh Penghayatan Agama dalam Bisnis di Era Modern (Studi Kasus: Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar karya ilmiah yang saya tulis sendiri
2. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Penghayatan Agama dalam Bisnis di Era Modern (Studi Kasus: Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)”** adalah hasil karya sendiri yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah
3. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Juli 2021

Yang menyatakan,



Moh Zainollah

NIM. 14520038

Khairullah Zikri, S.Ag, M.A. S.T.Rel
Dosen Studi Agama-agama
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi Moh Zainollah

Lamp : 4 eksemplar

Kepada Yth. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan beberapa kali bimbingan dengan memberikan petunjuk dan mengoreksi dari segi isi, bahasa, maupun teknik dan setelah membaca skripsi saudara:

Nama : Moh Zainollah
NIM 14520038
Prodi : Studi Agama-agama
Judul skripsi : Pengaruh Penghayatan Agama dalam Bisnis di Era Modern (Studi Kasus: Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Prodi Studi Agama-agama UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagaisalah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana satu Prodi Studi Agama-agama.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyah. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Juli 2021

Pembimbing

Khairullah Zikri, S.Ag, M.A. S.T.Rel
NIP. 197405251998031005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-989/Un.02/DU/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENGHAYATAN AGAMA DALAM BISNIS DI ERA MODERN (Studi Kasus: Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOH ZAINOLLAH
Nomor Induk Mahasiswa : 14520038
Telah diujikan pada : Kamis, 29 Juli 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Khairullah Zikri, S.Ag. M.A. S.T.Rel
SIGNED

Valid ID: 6121b370e166e



Penguji II

Derry Ahmad Rizal, M.A.
SIGNED

Valid ID: 612089c0c4be1



Penguji III

Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61209f71959db



Yogyakarta, 29 Juli 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61232478c438b

MOTTO

“Hari ini harus lebih baik dari hari kemarin”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- 1. Orang Tua dan Guru-guru Tercinta**
- 2. Almamater Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**
- 3. Prodi Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



Abstrak

Melihat perkembangan zaman, banyak orang berlomba-lomba untuk membangun sebuah bisnis, baik yang menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan strategi sebagai rencana awal untuk memperoleh perkembangan kedepannya, di tambah dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, memudahkan para pengusaha untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki dalam perusahaannya. Namun, bagaimana jika dikaitkan dengan magi yang mana kebanyakan orang beranggapan bahwa magi tersebut dapat meleriskan sebuah bisnis atau usaha yang digelutinya. Hal ini sangat menarik untuk dikaji lebih dalam karena menurut pemahaman peneliti bahwa definisi magi tersebut sangat beragam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dan bersifat kualitatif, sementara sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data skunder. Adapun yang dimaksud dengan data primer adalah suatu hasil dari temuan di lapangan, Sedangkan data skundernya adalah data yang merupakan pendukung dari penelitian ini seperti literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Di samping itu, teknik pengumpulan data dapat dibagi menjadi tiga yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya metode analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu metode analisis deskriptif dengan cara membaca, menelaah, dan mempelajari data yang sudah diperoleh di lapangan. Kemudian data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dan dianalisis melalui teori James George Frazer tentang magi.

Adapun hasil temuan dari penelitian ini yang mana peneliti melakukan *research* ke lapangan yang berkaitan dengan rumusan masalah yaitu: 1) Strategi pengembangan marketing yang dilakukan Bento Kopi Nologaten Yogyakarta, yaitu lebih mengandalkan sosial media, hal itu dilakukan karena melihat perkembangan di era modern masyarakat lebih banyak menggunakan sosial media yang kemudian dijadikan sebagai peluang oleh manager Bento Kopi untuk menyewa *influencer*. Selain dari sosial media, Bento Kopi juga mengandalkan keadaan sekitar, dalam arti bahwa SOP yang dibuatnya benar-benar diterapkan oleh karyawannya. Sedangkan yang ke 2) Pengaruh penghayatan agama terhadap Bento Kopi Nologaten Yogyakarta. Mengingat tradisi zaman dahulu, magi atau dalam istilah Islam yaitu mistik sangat kental dalam kehidupan masyarakat. Namun, seiring perkembangan zaman masyarakat menggunakan magi bukan hanya untuk tolak-balak, melainkan sebagai jalan pintas untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak dalam bisnis yang digelutinya. Sebagaimana Bento Kopi yang konon menggunakan magi sebagai *penglaris* justru hal itu dibantah oleh manager Bento Kopi, ungkapnya ketika membangun sebuah bisnis justru yang sangat dibutuhkan adalah kerja keras. Sedangkan penggunaan magi yang ada di Bento Kopi yaitu hanya sebagai bentuk *taming* semata, karena mengingat perkembangan zaman semakin banyak untuk membangun bisnis tentu persaingannya semakin ketat.

Kata Kunci: *Strategi Bisnis, Magi di Era Modern, Bento Kopi.*

KATA PENGANTAR

bismillahirrohmanirrohim

Segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih pula Maha Penyayang. Tuhan semesta alam yang selalu mencurahkan berbagai kenikmatan bagi semua hamba-hamba-Nya yang beriman pun yang tidak beriman. Semoga kita termasuk orang-orang yang beriman dan selalu bisa bersyukur. Amin. Dengan ucapan syukur kepada Allah akhirnya penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Bisnis di Era Modern Persepektif Agama (Studi Kasus Bento Kopi Nologaten Yogyakarta)” sebagai bagian dari tugas akhir dalam meraih gelar sarjana di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah ke haribaan baginda Nabi Muhammad Saw. dan seluruh keluarganya, sahabat-sahabatnya. Semoga kita termasuk dalam golongan yang diakui sebagai ummatnya dan mendapatkan syafaatnya di akhirat nanti.

Dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat saya selaku penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara moril atau materil, secara tenaga maupun fikiran sehingga skripsi bisa berjalan dengan lancar. Oleh karena itu tak lupa penulis ucapkan banyak terimakasih kepada;

1. Ibunda tercinta Latifah yang telah membesarkan dan memberikan ridho kepada saya, karena berkat doa beliau saya bisa sampai pada titik ini.
2. Kepada Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A. selaku bapak rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga

3. Kepada Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., MA. Selaku dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
 4. Kepada Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A selaku ketua prodi Studi Agama-agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
 5. Kepada Khairullah Zikri, S.Ag, M.A. S.T.Rel selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sudi dan rela meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan atas penyusunan skripsi ini.
 6. Segenap karyawan dan karyawanati prodi Studi Agama-agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
 7. Kepada Direktur Bento Kopi beserta semua jajarannya yang telah sudi menerima dan membantu saya dalam proses penelitian.
 8. Kepada semua tim English Café yang telah memberikan kelonggaran bagi saya dalam membagi waktu kuliah dan bekerja.
 9. Kepada teman-teman Ikatan Mahasiswa Sumenep-Yogyakarta yang senantiasa memberikan dukungan di saat saya sedang susah
- Penulis berdoa semoga bantuan, bimbingan dan dukungan yang diberikan selama ini dinilai sebagai ibadah oleh Allah SWT. Amin

Yogyakarta, 15 Juli 2021



Moh Zainollah

NIM: 14520038

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERSETUJUSN TUGAS AKHIR	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	x
Bab I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitia.....	9
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Kajian Teori.....	11
F. Metodologi Penelitian	16
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II : KAJIAN TENTANG MAGI DAN BISNI DI ERA MODERN	
A. Pengertia dan Cakupan Magi	24
B. Jenis-jenis Magi.....	34
C. Unsur-unsur dan Kedudukan Magi	37
D. Magi dalam Dunia Bisnis	40
E. Bisnis di Era Modern.....	42
BAB III : GAMBARAN UMUM BENTO KOPI	
A. Potret Bento Kopi.....	50
B. Sejarah Berdirinya Bento Kopi	52

C. Struktur Organisasi Bento Kopi	54
D. Sistem Pelayanan Bento Kopi	55
BAB IV: DESKRIPSI DAN ANALISIS TENTANG MAGI DALAM	
KEHIDUPAN DUNIA BISNIS DI ERA MODERN	
A. Strategi Pengembangan yang Dilakukan Bento Kopi Nologaten Yogyakarta	60
B. Faktor Kepercayaan terhadap Magi di Era Modern	65
C. Analisis Strategi Pengembangan yang Dilakukan Bento Kopi Nologaten Yogyakarta	74
D. Analisis Faktor Kepercayaan terhadap Magi di Era Modern	76
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	83
C. Kata Penutup	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
DAFTAR PERTANYAAN.....	87
LAMPIRAN.....	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat dengan seiring perkembangan ekonomi, teknologi, pendidikan, dan sosial budaya, sehingga dapat mempengaruhi pola hidup yang menciptakan kebutuhan-kebutuhan baru dalam masyarakat. Seperti yang kita sadari bahwa sekarang ini selain memasuki era modern, dimana banyak yang terjadi perubahan-perubahan terlebih dalam dunia bisnis, dengan kata lain bahwa ada jalan pintas yang menyebabkan perubahan dalam kehidupan manusia. Namun, pada kenyataannya manusia adalah makhluk yang reflektif atas realita yang dihadapi, di sisi lain sikap refleksi yang dilakukan manusia dapat menghendaki kesejahteraan, kebahagiaan, keteraturan, bahkan mengharapkan kesempurnaan.

Pada kenyataannya, manusia dapat melakukan sebuah tindakan yang bersifat kebahagiaan dan kesejahteraan. Untuk itu, dalam mewujudkannya akan menemukan perbedaan dan perbedaan itulah yang menyebabkan manusia mengalami kegelisahan sebagai contoh dalam perekonomian yang ia hadapi dan mengalami kesulitan. Maka, mereka berkeinginan untuk melakukan bisnis atau usaha dengan memilih jalan pintas yang mereka yakini yaitu magi (*taming/penglaris*).¹

¹ Sebagaimana kepercayaan masyarakat pada umumnya magi digunakan dalam bentuk penglaris atau bahkan bisa digunakan sebagai bentuk taming. Akan tetapi, disini mempunyai arti yang berbeda, meskipun disini lain merupakan satu kesatuan dalam dunia magi terlebih digunakan dalam sebuah usaha atau bisnis yang dijalankannya, hanya saja tergantung pada orang yang mempercayainya.

Jika melihat dari segi pengetahuan tentang magi, pada mulanya berangkat dari adanya keyakinan terhadap kekuatan supranatural, di samping itu masyarakat yang percaya terhadap magi tersebut hanyalah perantara dari Tuhan semata. Maka, perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sebenarnya masalah perekonomian yang kemudian memaksa para akademis untuk berfikir secara kritis agar dapat memahami fenomena-fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat,² terutama dalam dunia bisnis yang mana ketika melihat pesaing di era sekarang sangat banyak terlebih yang bergelut di bidang kuliner, seperti halnya Cafe, Restoran dan lain sebagainya.

Berpijak pada pemaparan di atas, kiranya sangat menarik untuk dikaji lebih dalam tentang dunia bisnis, karena di samping itu masih menerapkan kepercayaan-kepercayaan tradisional yaitu magi (*jimat*). Padahal, jika di telisik lagi bahwa dalam dunia bisnis tidak lain merupakan sebuah esensi dari kewirausahaan yang memegang prinsip utama dan yang terpenting adalah kerja keras agar mendapatkan hasil yang memuaskan dalam bisnis tersebut. Dengan kata lain, orang yang berani menerima resiko akan memperoleh peluang rezeki yang lebih banyak.

Seperti yang kita ketahui di era sekarang tidak sedikit orang yang menggunakan magi yang diyakini mempunyai kekuatan gaib. Meskipun tidak banyak yang mengetahui secara pasti, salah satu contoh di Bento Kopi yang berada di Nologaten konon masih menggunakan magi atau magis. Akan tetapi, hal yang harus digaris bawahi dalam penggunaan magi sebagaimana

² Abdul Kadir Riyadi, Antropologi Tasawuf: *Wacana Manusia Spiritual dan Pengetahuan* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2014), hlm. 99

pemahaman *manager* Bento Kopi, bahwa magi tersebut sangat beragam, antara lain yaitu sihir, kekuatan, pelet, bahkan dalam dunia bisnis dikenal sebagai *penglaris*, akan tetapi ketika peneliti melakukan sebuah *resach* ke Bento Kopi yang konon masih menggunakan magi sebenarnya bukan dipercaya sebagai *penglaris* melainkan dalam bentuk *taming* semata, karena mengingat dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia bisnis sangat banyak, seperti halnya yang terdapat di Bento Kopi yang berada di Nologaten sangat banyak orang yang membuka usaha kuliner dan di samping Bento Kopi juga ada cafe seperti Konkrit, Basa-Basi dan lain sebagainya.

Jika melihat dari perkembangan Bento Kopi, yang mana kebanyakan orang beranggapan bahwa disana menggunakan magi sebagai *penglaris* justru hal itu tidak masuk akal, karena melihat perkembangan zaman saat ini semakin canggih, di tambah dengan adanya teknologi membuat Bento Kopi semakin berkembang, dalam arti lain bahwa teknologi tersebut digunakan sebagai sarana untuk memasarkan sebuah produknya dan di samping itu masyarakat juga sudah banyak yang menggunakan atau memanfaatkan teknologi tersebut, maka tak heran jika Bento Kopi sampai sekarang semakin berkembang.

Berbicara mengenai magi dalam dunia bisnis kebanyakan orang beranggapan bahwa magi tersebut digunakan sebagai bentuk *penglaris*, karena mereka percaya penuh dengan kekuatan supranatural tersebut. Berbeda dengan pemahaman *manager* Bento Kopi makin berkembang bukan lantaran “magi” sebagaimana yang dipahami kebanyakan orang yaitu *penglaris*, akan tetapi di sini peneliti menegaskan kembali bahwa Bento Kopi lebih menggunakan

strategi dan kerja keras bahkan mengandalkan sosial media, karena hal itu sebagai peluang bagi bisnis-bisnis yang dijalannya. Maka, dengan seiringnya waktu Bento Kopi sampai sekarang makin berkembang dengan strategi yang digunakan, kerja keras dan lebih mengandalkan sosial media daripada magi yang dipercaya sebagai *penglaris*.

Secara garis besar, realita yang ada di Bento Kopi terhadap magi yaitu tidak digunakan dalam bentuk *penglaris* melainkan dalam bentuk *taming* semata. Di samping itu, Bento Kopi juga lebih mengandalkan kemajuan teknologi, sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya yaitu untuk mencari peluang dalam melakukan promosi dan lain sebagainya, dan terbukti bahwa Bento Kopi sudah mempunyai cabang yang cukup banyak, hal itu dikarenakan oleh sistem atau manajemen promosi melalui sosial media yang dijadikan sebagai peluang besar oleh pengelola atau *manager* Bento Kopi dan juga menu-menu yang menjadi acuan bagi kalangan mahasiswa atau pada umumnya bisa dikatakan sangat murah.

Berbicara mengenai magi atau magis tentu sudah tidak asing lagi dalam pikiran kita, karena magi tersebut mungkin akan tetap berkembang di tengah kalangan masyarakat, baik yang menyangkut etnis, agama, budaya, pendidikan, bahkan dunia bisnis. Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa fenomena ini bisa kita jumpai dalam kehidupan masyarakat di era modern ini terlebih dalam dunia bisnis. Kendati demikian, yang menjadi tanda tanya besar bagi masyarakat pada umumnya yang mungkin tidak percaya dengan dunia gaib atau dalam istilah lain yaitu magi/magis, dikatakan sebagai masyarakat yang

ketinggalan zaman, sebab dalam kehidupan modern tentu sudah mengenal peradaban baru dan teknologi yang semakin berkembang. Oleh karena itu, fenomena ini justru mengambil perhatian bagi peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi dan kepercayaan terhadap magi di Bento Kopi Nologetan Yogyakarta. Karena yang peneliti ketahui bahwa magi yang dipercaya masyarakat mempunyai kekuatan gaib dan juga banyak yang digunakan dalam dunia bisnis sebagai bentuk *penglaris*.

Atas dasar itu, bisa kita pahami bahwa magi yang dipercaya atau yang dipraktikkan oleh orang yang bersangkutan, membuat ia yakin bahwa magi yang digunakan benar-benar berjalan sesuai keinginannya. Namun, yang perlu kita garis bawahi tentang sistem kepercayaan atau keyakinan terhadap benda-benda yang dianggap mempunyai jiwa atau roh membuat manusia berfikir bahwa magi yang dipercaya sama halnya dengan bentuk pantangan (*tabu*) yang tidak harus dilakukan pada waktu tertentu.

Hal ini, bisa kita baca kembali pada sejarah, yang mana kepercayaan pada benda ataupun yang mempunyai roh sudah ada sejak zaman dahulu atau kita sebut sebagai masyarakat primitif. Sedangkan, permasalahan mengenai kehidupan ataupun dunia bisnis yang tidak dapat dipecahkan dengan akal, masyarakat primitif dapat memecahkan melalui kepercayaan terhadap magi atau ilmu gaib.³ Untuk lebih lanjutnya, kita harus mengetahui tentang bagaimana kekuatan magi itu dan juga bagaimana sistem kerjanya, dan untuk menjelaskan hal yang sedemikian rupa, di sini peneliti akan merujuk pada pemikiran yang

³ Koentjaraningrat, *Sejarah Antropologi 1* (Jakarta: UI Press, 1987), hlm. 54

dikembangkan oleh James George Frazer yang pernah melakukan penelitian tentang adat-istiadat masyarakat primitif yang meyakini bahwa kekuatan magi mampu memberikan nafas untuk bertahan hidup, dalam arti lain bahwa magidalam kehidupan masyarakat primitif sangat penting. Di samping itu Frazer mengungkapkan bahwa peradaban masyarakat kuno harus dibaca kembali untuk melihat perubahan terhadap kepercayaan manusia sebelum datangnya agama. Dengan demikian, ia menyebutkan bahwa daya atau kekuatanmagi yang berada di tengah-tengah masyarakat primitif itu sebenarnya untuk bertahan hidup dan mereka harus menaati segala aturan alam. Maka dari itu, faktor yang menjadi kepercayaan masyarakat primitif pada dasarnya tidak bisa dibantahkan dan juga mereka sudah sejak awal lebih mengenal kekuatan supranatural yang berdampak pada kehidupannya.

Maksud bertahan hidup yang dipaparkan oleh Frazer di sini, bisa dilihat dalam bukunya yang berjudul *The Golden Bough* berangkat dari asumsi yang dikembangkan oleh EB Tylor tentang evolusi dalam bertahan hidup. Dengan demikian, Frazer meneruskan gagasannya dan juga ia melihat bahwa masyarakat primitif berada dalam dua kepercayaan yaitu: magi dan agama.⁴ Jika ditelaah kembali dan melihat perkembangan zaman sekarang, tentu kepercayaan pada hal yang gaib bukan menjadi hal yang baru dikalangan masyarakat atau menjadi hal yang tabu untuk dibicarakan, bahkan sudah sering kita dengar dalam kehidupan masyarakat yang masih percaya pada magi.

⁴ Daniel L. Pals, *Dekonstruksi Kebenaran; Kritik Tujuh Teori Agama* (Seven Theories of Religion) terj. Inyia Ridwan Muzir (Yogyakarta: IRCiSoD, 2003), hlm. 55

Melihat dari perkembangan zaman modern, sebenarnya tidak sedikit masyarakat yang menggunakan magi untuk memperoleh keinginan dalam kehidupannya terlebih masalah ekonomi. Karena, magi tersebut mampu untuk memberikan dampak bagi manusia untuk bertindak dalam situasi yang mana mereka tidak dapat mengubah kondisi yang mengecewakan, dan mampu memberikan manusia bantuan berupa harapan melalui perantara kekuatan gaib atau bisa disebut sebagai kekuatan adikodrati.

Di samping itu, magi juga terdiri atas kegiatan manusia, di mana mereka menunjukkan sifat agresif, mencari jalan keluar bagi dorongan yang terlarang, dan berusaha merugikan orang lain. Seperti halnya agama dan magi yang memungkinkan manusia menyesuaikan diri dengan kekecewaan, bahkan menyebabkan kematian, oleh karena itu keduanya bisa menangani atau menjawab masalah-masalah yang dihadapi manusia. Akan tetapi, magi di sini dapat kita bagi menjadi dua yaitu magi hitam dan magi putih, juga secara sosial dan psikologis keduanya dapat menguntungkan dan mencelakakan. Maka, upaya yang dilakukan oleh manusia yaitu memanfaatkan atau meminta bantuan pada roh yang mempunyai kekuatan demi kepentingan mereka sendiri.⁵

Perlu di tegaskan kembali tentang kepercayaan masyarakat pada hal yang gaib. Sebelum manusia mengenal agama besar seperti Islam, Kristen, Hindu, Budha dan agama-agama lain, percaya pada yang gaib ataupun roh nenek moyang sudah sejak dahulu kala masyarakat meyakini hal tersebut, bahkan

⁵ Thomas F.O'Dea, *Sosiologi Agama Suatu Pengenalan Awal* terj. Tim Penerjemah YASOGAMA (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 203-204

masyarakat beranggapan bahwa hal yang gaib tersebut ada yang tidak dapat dilihat dan ada juga yang terlihat, hanya saja pada orang-orang tertentu.⁶

Berdasarkan pada pandangan tersebut, setidaknya kita bisa berfikir lebih kritis mengenai magi atau hal gaib, di tambah di era modern sekarang ini yang mana di Indonesia misalnya sudah banyak paranormal dan juga mayoritas beragama Islam bahkan dukun sekalipun. Namun, kepercayaan terhadap magi bukanlah hal yang baru, justru hal tersebut sangat menarik untuk dikaji lebih dalam terlebih yang digunakan dalam bentuk *penglaris* atau sebagai bentuk *taming* yang dipraktikkan oleh orang yang mengelola bisnis untuk sebuah peluang terhadap bisnis yang dijalaninya dan juga dapat memberikan dampak yang positif.

Jadi, magi pada dasarnya berawal dari asumsi bahwa ketika satu ritual atau perbuatan yang dilakukan secara tepat, akibat yang akan dimunculkan dapat terwujud sesuai harapan. Tentu saja, keyakinan yang melandasi setiap ritual telah menjadi bukti bahwa masyarakat atau seorang individu yang meyakini sudah mempunyai jenis sistem pengetahuan, sehingga mereka dapat menerapkan cara kerjanya dan dapat mengontrolnya, dan juga pertanyaan besar bagi peneliti yaitu tentang kekuatan magi yang diyakini bisa mengelabui masyarakat, terlebih di era modern sekarang ini. Karena, pada dasarnya masyarakat modern tidak bisa menerapkan prinsip yang berkaitan dengan magi dalam kehidupannya, yang berarti bahwa dunia nyata tidak akan bekerja berdasarkan pola simpati dan kesamaan, sebagaimana diterapkan oleh dukun

⁶ M. Quraish Shihab, *Jin Iblis, Setan dan Malaikat yang Tersembunyi* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 15

secara salah kepada magi tersebut. Oleh sebab itu, orang yang mempercayainya dapat memberikan sumbangsih untuk menjelaskan beberapa faktor dalam penggunaan atau kepercayaan terhadap magi dalam dunia bisnis.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari pemaparan di atas, ada beberapa pokok permasalahan dalam penelitian tentang strategi bisnis di era modern perspektif agama (studi kasus Bento Kopi di Nologaten Yogyakarta) yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan marketing yang dilakukan Bento Kopi Nologaten Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh penghayatan agama terhadap Bento Kopi Nologaten Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Beberapa rumusan masalah yang telah dipaparkan di latar belakang, yang menjadi bagian pokok untuk mengarahkan kemanakah penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui dalam berbagai masalah yang sudah diterapkan. Maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan marketing yang dilakukan Bento Kopi Nologaten Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh penghayatan agama terhadap Bento Kopi Nologaten Yogyakarta.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

- a. Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan sumbangsih terhadap kajian yang berkaitan dengan strategi bisnis.
- b. Dapat memberikan wacana keilmuan terhadap penelitian-penelitian selanjutnya.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang membahas tentang pengaruh penghayatan agama dalam dunia bisnis di era modern dapat dikatakan cukup banyak. Akan tetapi dalam penelitian sebelumnya mengangkat objek formal dengan titik tekan yang sama, hanya saja objek material atau titik fokusnya berbeda. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, baik yang berkaitan dengan objek formal dan objek material antara lain sebagai berikut:

Pertama, Rusyda Nur Bani Hasyim, dengan judul “*Penglaris dalam Perspektif Kyai Ilmu Hikmah*”.⁷ Dalam penelitian yang di angkat oleh Rusyda Nur Bani Hasyim memfokuskan pada unsur-unsur magi dan ilmu hikmah, yang mana hal tersebut bisa dikatakan sebagai jalan pintas untuk menambah usahanya semakin laris. Namun, di sisi lain hal itu bisa dilakukan sesuai syariat atau bahkan bisa keluar dari hal demikian. Maka dari itu, dalam penelitian ini juga melihat lebih dalam tentang praktik penggunaan dalam perspektif kyai ilmu hikmah.

⁷ Rusyda Nur Bani Hasyim, “Penglaris dalam Perspektif Kyai Ilmu Hikmah”,2018.

Lihat
http://digilib.uinsby.ac.id/22570/6/Rusyda%20Nur%20Bani%20HLMasyim_E01213074.diakses
 tgl, 02 November 2020

*Kedua, Rifkimuslim, dengan judul, “Unsur Magi pada Jimat Menurut James Frazer”.*⁸ Dalam penelitian ini memfokuskan pada unsur magi pada jimat yang dipercaya memberi berkah serta menangkal dari kejahatan seperti sihir. Di sisi lain dalam penelitian juga mengkaji unsur magidan jimat menurut James Frazer, yang mana pendapat Frazer terdapat dua aspek yang berbeda yaitu fisika dan metafisika, sehingga benda yang memiliki unsur magiseperti halnya jimat tidak akan bisa bekerja apabila tidak ada pola simpati dan kesamaan, sebagaimana sihir secara salah pada magi.

*Ketiga, Juhana Nasrudin, dengan judul “Relasi Agama, Magi, Sains dengan Sistem Pengobatan Tradisional-Modern pada Masyarakat Pedesaan”.*⁹ Dalam penelitian ini melihat bahwa terdapat relasi agama dengan sistem pengobatan tradisional dalam bentuk integrasi fungsi agama ke dalam sistem pengobatan tradisional. Hal yang terpenting dalam pengobatan ini adalah tataran praktis sistem pengobatan tradisional pada masyarakat pedesaan tidak terlepas dari unsur magi dan agama. Sehingga, fungsi agama di sini dijadikan sebagai terapi oleh masyarakat.

Berpijak pada uraian penelitian sebelumnya mengenai magi, sejauh pemikiran peneliti belum ada yang membahas tentang pengaruh penghayatan agama dalam dunia bisnis di era modern dengan titik fokus di Bento Kopi Nologaten Yogyakarta. Sehingga, kajian ini perlu untuk diteliti lebih dalam mengenai strategi yang digunakan dan juga konon masih percaya dengan magi

⁸ Rifkimuslim, “Unsur Magic pada Jimat Menurut James Frazer, 2018.Lihat dalam, <http://eprints.walisongo.ac.id/9228/1/1404016006>. diakses tgl, 02 November 2020

⁹ Juhana Nasrudin, “Relasi Agama, Magi, Sains dengan Sistem Pengobatan Tradisional-Modern pada Masyarakat Pedesaan”. *Jurnal Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, Vol 2, No, 1 Tahun 2019

yang mempunyai pengaruh atau dampak besar bagi Bento Kopi. Di samping itu, Kota Yogyakarta sudah banyak yang membuka bisnis yang bergelut di bidang kuliner (cafe) dan mayoritas para pengunjung atau sasaran umumnya adalah mahasiswa. Sebagaimana Bento Kopi yang berada di daerah Nologaten, secara tahun ke tahun di daerah tersebut sudah banyak yang membuka bisnis kuliner. Oleh karena itu persaingan di dunia bisnis (cafe) bisa dikatakan sangat banyak. Atas dasar itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi bisnis Bento Kopi.

E. Kerangka Teori

Berbicara mengenai magi, sudah tidak asing lagi dalam pikiran kita, karena magi tersebut banyak yang percaya akan membawa berkah ataupun keselamatan bagi orang yang menggunakannya. Akan tetapi, jika ditelaah lebih dalam tentang magi tersebut, memang sudah ada sejak zaman dahulu kala atau bisa kita sebut orang yang menganut kepercayaan seperti itu adalah masyarakat primitif. Namun, dalam kehidupan di era modern ini, tak sedikit orang yang percaya terlebih dalam segi bisnis (usaha). Sebagaimana judul yang penulis angkat di sini. Oleh karena itu, untuk menjawab unsur-unsur yang berkaitan dengan magi, sedangkan untuk teori menggunakan teorinya James George Frazer tentang magi sebagai alat untuk menganalisa data yang ada di lapangan. Karena, pada kenyataannya magi lebih menekankan pada kekuatan alam atau yang bersifat supranatural melalui upacara atau ritual keagamaan.

Magi merupakan fenomena sosial nyata dalam kehidupan masyarakat baik pada masyarakat awam maupun masyarakat modern dan hampir setiap

masyarakat percaya bahwa magi tersebut benar ada dan terjadi dalam kehidupan mereka bahkan mereka percaya bahwa ketika menghadapi situasi-situasi sosial dapat dipengaruhi, di ubah, di sembuhkan, di hancurkan dan di transformasikan dengan tindakan-tindakan magi itu sendiri.

Sebagaimana menurut Frazer kekuatan yang diberikan oleh magi kepada manusia dalam masyarakat primitif tidak bisa mengelabui penglihatan kita, karena magi berhadapan dengan persoalan yang lebih mendasar lagi. Memang, pada dasarnya magi bisa dikatakan sebagai ilmu pengetahuan, tapi sebatas ilmu pengetahuan yang palsu. Masyarakat primitif mungkin bisa tertipu, tapi orang-orang modern tidak seperti itu. Para pemikir sekarang tentu mengetahui bahwa prinsip magi “imitasi” dan “kontak” tidak bisa diterapkan dalam dunia nyata. Magi tidak akan bisa bekerja, karena seluruh kemampuan magi seperti tukang sihir yang hebat hanyalah sebuah kebohongan belaka. Intinya adalah dunia nyata tidak akan bekerja berdasarkan pola simpati dan kesamaan, sebagaimana yang telah diterapkan tukang sihir secara salah kepada magi.¹⁰

Para ahli magi menjelaskan beberapa kekeliruan yang terjadi atau bahkan bisa menyalahkan diri sendiri, tapi pada kenyataannya telah membuktikan bahwa kesalahan terletak pada sistem, bukan pada orangnya. Bagi Frazer, pengakuan terhadap kekeliruan tersebut merupakan perkembangan penting dalam sejarah pemikiran manusia. Disaat magi telah mengalami kemunduran, agama datang menggantikan posisinya. Dengan pemaparan tersebut, rasanya sangat jelas tentang penggunaan magi tersebut.

¹⁰ Dikutip dalam Daniel L. Pals, *Dekonstruksi Kebenaran*, hlm. 56

Secara sadar bahwa magi tersebut sudah ada sejak zaman dahulu kala, akan tetapi bagaimana cara melakukan atau mempercayai magi yang membawa berkah tersebut sejalan dengan agama yang mereka yakini. Sehingga, magi tersebut tidak dapat digunakan secara salah atau mencelakakan diri sendiri bahkan orang lain seperti halnya yang dilakukan oleh tukang sihir. Lebih lanjut, Frazer menemukan sesuatu yang lebih sistematis dan lebih ilmiah tentang kepercayaan pada magi, ia menunjukkan bahwa hubungan inti yang diciptakan oleh simpati tukang sihir didasarkan pada dua tipe: *Pertama*, imitatif yaitu magi yang menghubungkan dua hal berdasarkan prinsip kesamaan, satu banding satu. *Kedua*, penularan atau penyebaran, yaitu magi yang menghubungkan dua hal berdasarkan prinsip keterikatan. Di satu sisi kita bisa katakan satu hal akan dibalas dengan hal yang serupa dengannya dan disisi lain kita bisa katakan sebagian berakibat kepada sebagian pula. Seorang petani Rusia mengalirkan air pada satu sekat kain dimusim kemarau sambil membayangkan tetesan air pada sekat tersebut mirip dengan tetesan hujan. Maka tetesan seperti itu akan memaksa hujan turun dari langit.¹¹

Jika melihat dari perkembangan zaman, kepercayaan pada kekuatan gaib bukan menjadi hal yang baru di kalangan masyarakat atau menjadi hal yang tabu, terlebih pada kehidupan sekarang atau dalam dunia bisnis, sangat wajar jika kita temui dengan orang ataupun masyarakat yang masih percaya pada magi. Adapun dalam penggunaan atau praktik yang dilakukan oleh orang yang bersangkutan tentunya mereka mempunyai pantangan sendiri yang tidak harus

¹¹ Dikutip Daniel L. Pals, *Dekonstruksi Kebenaran*, hlm. 57

dilakukan. Karena, magi dapat memberikan bantuan dalam arti lain harapan yang memungkinkan seseorang bertindak dalam situasi tertentu. Di sisi lain, magi juga dikaitkan dengan kegiatan manusia di mana mereka dapat menunjukkan tingkah laku atau karakter yang berbeda dengan manusia pada umumnya, yang kemudian menjadikan sebuah jalan yang bersifat terlarang (negatif), dan bahkan dapat mencelakai orang lain.

Kalau dikaitkan antara agama dan magi ketika manusia tidak dapat menyesuaikan atau mengontrol dirinya, penyakit, sihir dan kematian. Keduanya sama-sama menjadi pendorong bagi manusia untuk menjauhi hal-hal yang bersifat negatif. Akan tetapi, arti dari magi dalam pemikiran manusia sangat beragam atau sering disebut sebagai ilmu hitam dan ilmu putih yang secara tidak langsung dapat menguntungkan bahkan merugikan tergantung magi tersebut untuk apa dan cara praktiknya. Sehingga, hal tersebut menunjukkan usaha manusia untuk dijadikan sebagai peluang atau memanfaatkan roh yang mempunyai kekuatan di luar akal pikiran manusia demi kepentingan pribadi.

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya mengenai magi yang mana pengertiannya beragam bahkan ciri-cirinya. Meskipun, arti lain dari kata magi lebih dekat dengan hal-hal yang bersifat negatif yang mana masyarakat sering mengaitkan perilaku dukun yang melakukan sihir. Akan tetapi, menurut penulis sendiri arti kata magi tersebut mempunyai dua kata yang sangat berlawanan yaitu *black* magi dan *white* magi. Karena, dalam Islam sendiri bisa kita pahami dari arti kata mistik yang menjelaskan tentang hal-hal yang bersifat gaib. Meskipun arti kata magi sangat beragam, akan tetapi manusia dapat memahami

sebagaimana mereka pahami menurut pola pikir mereka, begitu pula dengan ciri-ciri yang beragam. Sebagaimana menurut Frazer yang mengungkapkan tentang ciri-ciri magi yaitu sebagai berikut:¹²

Pertama prinsip atau persamaan dalam kata lain bahwa suatu barang yang bisa dikatakan sebagai imitasi dapat ditiru sama persis dengan barang tersebut. Dengan prinsip ini dukun yang lekat dengan kata sihir mampu untuk menciptakan segala sesuatu dengan cara meniru yang mendekatkan dengan persamaan magi tersebut. Seperti halnya boneka, yang mana boneka tersebut kerap digunakan oleh dukun sebagai media untuk melakukan praktik sesuai kehendaknya. Di sisi lain magi seringkali dipandang sebelah mata oleh masyarakat (ideologi). Akan tetapi, magi dalam kalangan masyarakat pada umumnya terlebih di pedesaan dikenal sebagai hal yang sakral, sehingga orang yang percaya pada magi dapat memberikan berkah, dan akan dilakukan atau dipraktikkan sebagaimana mestinya dalam agama yang mereka yakini.

Kedua, prinsip terhadap objek yang mempunyai pengaruh besar terhadap orang lain yang mempunyai hubungan dengannya. Dengan kata lain bahwa ketika seseorang atau segala suatu yang pernah berhubungan pasti akan mempunyai dampak terhadap lainnya. Oleh karena itu, hukum yang berlaku di dunia magi tergantung pada orang ataupun benda yang pernah melakukan kontak dengannya. Hal ini bisa dipahami ketika seseorang percaya terhadap magi tentu mereka selalu melakukan hubungan kontak dengannya atau terhadap benda yang mereka yakini bahwa itu akan memberikan dampak yang sangat

¹² James George Frazer, *The New Golden Bough* (New York: Mentoor Book, 1964), hlm.

signifikan. Namun, di sisi lain dampak tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu positif dan negatif, hanya saja tergantung pada praktik atau ritual yang mereka lakukan sesuai yang diinginkannya.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu melaksanakan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi informan.¹³ penelitian kualitatif, disebut juga sebagai penelitian naturalistik, karena sifat data yang dikumpulkan tidak bersifat kuantitatif yang menggunakan alat ukur. Oleh karena itu, penelitian yang bersifat naturalistik ini menekankan pada situasi dan kondisi yang ada di lapangan, dan juga bersifat wajar dan tanpa adanya manipulasi, serta diatur dengan eksperimen.¹⁴

2. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data menjadi faktor utama yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat dan terpercaya. Penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti memerlukan dua macam sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.¹⁵

a. Data Primer

¹³ Rusadi Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 1992), hlm. 32

¹⁴ Pupu Saepul Rahmat, *Penelitian Kualitatif*, E QUILIBRIUM, V, Juni 2009, hlm. 3

¹⁵ Usman Husaini, Setiady Akbar Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), hlm. 81

Sumber data primer merupakan sumber data utama dari sebuah penelitian yang didapatkan dari sumber pertama di lapangan sebagai bentuk informasi yang dicari.¹⁶ Sumber data primer di sini diperoleh langsung oleh peneliti melalui pengamatan, interview dengan narasumber utama di lapangan.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data kedua atau bersifat pendukung guna sebagai penambah atau pelengkap informasi. Sumber data sekunder ini biasanya didapat dari pihak lain misalnya, literatur baik secara langsung atau tidak langsung yang berkaitan dengan penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan buku, jurnal, dan lain sebagainya untuk memperkuat data primer.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹⁷

Adapun metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi (pengamatan)

¹⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999). hlm. 91

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 308

Observasi merupakan pengamatan dan pendekatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.¹⁸ Menurut Poerwandari Observasi merupakan sebuah metode paling dasar dalam penelitian. Karena, peneliti bisa ikut terlibat dalam proses mengamati.¹⁹ Dengan demikian metode ini mengharuskan peneliti datang ke Bento Kopi yang berada di Daerah Nologaten Yogyakarta untuk mengamati secara langsung sebagai bahan untuk menganalisa.

b. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu atau kegiatan tanya jawab untuk mendapatkan suatu keterangan. Maksud digunakan wawancara adalah untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.²⁰

Dalam kegiatan wawancara ini peneliti menanyakan langsung kepada pengelola yang berkaitan dengan magi dan strategi yang digunakan dalam bisnis yang dikelola, setelah itu peneliti menanyakan pada karyawan dan konsumen untuk mendapatkan suatu informasi yang lebih akurat baik terhadap Bento Kopi maupun pemahaman tentang magi.

c. Dokumentasi

¹⁸ Sustrisno Hadi, *Metode Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 136

¹⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2017), hlm. 143

²⁰ Bambang Marjianto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Populer* (Surabaya: Bintang Timur, 1995), hlm. 573

Dokumentasi adalah pencarian data yang berupa catatan, transkrip, notulen, leger, majalah, buku, surat kabar, prasasti, agenda, dan sebagainya. Teknik dokumentasi ini sengaja digunakan dalam penelitian ini, karena mengingat sumber ini selalu tersedia terutama ditinjau dari konsumsi waktu, rekaman dan dokumen merupakan sumber data yang stabil untuk mendapatkan informasi. Sumber ini merupakan pernyataan yang legal dan dapat memenuhi akuntabilitas.²¹ Dengan adanya dokumentasi ini peneliti mengungkapkan hasil wawancara serta foto pada saat wawancara di sekitar tempat dan laporan observasi yang diperolehnya.

4. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang merupakan suatu model penelitian humanistik. Penelitian humanistik merupakan penelitian yang menempatkan manusia sebagai subyek utama dalam peristiwa sosial. Pendekatan kualitatif ini lebih menekankan pada usaha untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui cara berpikir formal dan argumentatif. Metodologi penelitian kualitatif dilakukan pada situasi yang wajar dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Metode kualitatif lebih berdasarkan pada fenomenologi yang mengutamakan penghayatan, dan metode kualitatif berusaha memahami dan

²¹ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 32-33

menafsirkan suatu peristiwa yang terjadi pada situasi tertentu menurut perspektif penelitian sendiri.²²

5. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah Bento Kopi di Nologaten Yogyakarta, sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah analisis terhadap strategi pengembangan marketing dan pengaruh penghayatan agama. Maksud diadakan fokus penelitian ini dilakukan supaya dalam pembahasan yang dilakukan menjadi sederhana dan tidak meluas.

6. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di Yogyakarta. Tepatnya di Bento Kopi Nologaten, yang diketahui bahwa disana masih mempercayai kekuatan magi dalam dunia bisnis yang tidak lain sebagai bentuk *taming*. Sebab persaingan dalam dunia bisnis di era modern cukup banyak, maka dari itu magi dalam bentuk *taming* tersebut hanya sekedar untuk menjaga pada hal-hal yang tidak diinginkan. Di samping itu, kemajuan teknologi di jadikan peluang oleh pengelola Bento Kopi sebagai media promosi dan lain sebagainya.

7. Analisis Data

²² Maman Abdurahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: PustakaSetia, 2011), hlm. 9

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya data disusun secara sistematis dan dianalisis secara kualitatif. Analisis data dapat dilakukan melalui metode-metode diantaranya adalah yang *pertama* *Data Reduction* (reduksi data), reduksi data adalah merangkum, mengumpulkan data dan memilahnya sesuai dengan fokus. Pada hal ini peneliti akan memilah data apa saja yang perlu ada dalam hasil penelitian.

Kedua adalah *Data Display* (penyajian data), yaitu berusaha mengorganisasi dan memaparkan data secara menyeluruh guna memperoleh gambaran lengkap dan utuh. Pada analisis data peneliti mengorganisasikan dan memaparkan hasil-hasil data yang diperoleh dari sumbernya.

Ketiga adalah *Conclusion Data* dan Verifikasi, yaitu melakukan interpretasi data dan melakukan penyempurnaan dengan mencari data baru yang diperlukan guna mengambil keputusan dalam menyimpulkan data. Penyimpulan data dapat dilakukan dengan cara deduktif atau induktif.²³ Peneliti melakukan penyempurnaan data dan membuat kesimpulan dari hasil data yang telah diperoleh dari sumber tersebut supaya penelitian ini menjadi sempurna.

G. Sistematika Penulisan

Secara sistematis, kajian ini akan dibagi menjadi lima bab penulisan, yang satu sama lain akan memiliki keterkaitan logis yaitu sebagai berikut: Bab pertama akan dimulai dengan pendahuluan, mencakup gambaran seluruh isi

²³ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002), hlm. 90-92

skripsi ini. Sub bahasan dan didalamnya mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab pertama ini merupakan pintu masuk dalam pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

Bab kedua, peneliti akan menuliskan objek formal yang meliputi magi dan bisnis di era modern. Adapun poin-poin dalam bab ini diantaranya adalah pengertian dan cakupan magi, jenis-jenis magi, unsur-unsur dan kedudukan magi, magi dalam dunia bisnis, pengertian bisnis, strategi bisnis, persaingan dalam bisnis, dan faktor pendorong dalam persaingan bisnis.

Bab ketiga peneliti akan menuliskan secara jelas tentang objek material di Bento Kopi yang didalamnya mencakup gambaran umum Bento Kopi, adapun poin-poinnya adalah potret Bento Kopi, sejarah berdirinya Bento Kopi, struktur organisasi Bento Kopi dan lain sebagainya.

Bab keempat, peneliti akan menuliskan antara magi dan bisnis modern: praktek bisnis kopi bento nologaten yogyakarta. Adapun poin-poinnya adalah strategi yang digunakan untuk mengembangkan Bento Kopi, faktor kepercayaan terhadap magi di era modern, dan menganalisis kedua poin tersebut.

Bab kelima, adalah penutup, bab terakhir ini berisi kesimpulan, saran dan kata penutup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah membaca ulang pembahasan di atas mengenai magi dalam dunia bisnis di era modern di Bento Kopi. Dapat disimpulkan bahwa kemajuan sebuah usaha atau bisnis yang dijalannya tergantung pada niat dan kerja dengan sungguh-sungguh. Karena, hal itu membuat lebih percaya diri dengan kinerja mereka, daripada menggunakan magi sebagai penglaris, seperti halnya yang dipercaya masyarakat pada umumnya. Namun, bagi Bento sendiri, mereka lebih mengandalkan sosial media untuk melakukan sebuah terobosan ke depan dari pada menggunakan magi sebagai penglaris. Meskipun di samping itu Bento Kopi menggunakan magi, itu semua mengingat dari persaingan yang semakin ketat, maka secara tidak langsung mereka menggunakan magi sebagai tameng atau perisai untuk menjaga pada hal yang tidak diinginkan.

Di samping itu, Bento Kopi mayoritas para pelanggan atau customernya mahasiswa, sehingga mampu menarik dengan konsep dan menu yang telah mereka sediakan. Karena, pada dasarnya dalam sebuah bisnis baik itu dibidang kuliner dan lain sebagainya pasti mempunyai pangsa pasar sendiri. Hal itu, terbukti sebagaimana di Bento Kopi yang meyakinkan pelanggan untuk kembali ke Bento Kopi dengan cara menawarkan sebuah fasilitas berupa Free WIFI, tempat yang nyaman, *live music*. Maka, tidak heran jika Bento Kopi sampai sekarang masih berjalan dengan lancar dan mempunyai 6 (enam) cabang, itu semua berkat kinerja keras mereka bukan menggunakan magi sebagai penglaris.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis akan memberikan saran kepada pembaca terhadap permasalahan skripsi ini agar bisa memahami lebih mendalam terhadap tema yang penulis angkat yaitu sebagai berikut:

1. Untuk para pembaca agar nantinya dapat memberikan pemahaman yang lebih terhadap magi dalam dunia bisnis. Di samping itu, agar masyarakat mampu membawa pada pemahaman yang lebih luas dan positif mengenai magi dalam dunia bisnis.
2. Bagi penulis atau peneliti selanjutnya yang mempunyai kemiripan dengan tema yang penulis angkat ini, diharapkan mampu menuangkan pemikiran, ide dan gagasan yang lebih baik lagi.

C. Kata Penutup

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, selesai lah penelitian ini tentang magi dalam kehidupan bisnis di era modern di Bento Kopi Nologaten Yogyakarta yang penulis tuang dalam bentuk skripsi.

Kritik dan saran terhadap perbaikan dan penyempurnaan hasil penelitian ini sangat penulis harapkan. Agar dapat memberikan bobot dan manfaat terhadap skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, bagi seluruh masyarakat dan bagi pembaca yang budiman pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurahman Maman dan Muhidin Ali Sambas, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011).
- Alma Bukhori, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: CV. Alfabeta, 1993).
- Amirullah dan Hardjanto Imam, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).
- Azra Azyumardi, *Kajian Tematik al-Qur'an Tentang Konstruksi Sosial* (Bandung: Angkasa Bandung, 2008).
- Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1993).
- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007).
- Boone E. Luis, Kurtz L. David, *Pengantar Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Erlangga, 2007).
- Dhavamony Mariasusai, *Fenomenologi Agama*. Terj. Kelompok Studi Agama Driyakarsa (Yogyakarta: Kanisius, 1995).
- F.O'Dea Thomas, *Sosiologi Agama Suatu Pengenalan Awal*. terj. Tim Penerjemah YASOGAMA (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996).
- Fajri Rahmat, Ismail Roni, Zikri Khairullah, *Agama-Agama Dunia* (Yogyakarta: Jurusan Perbandingan Agama, 2012).
- Firth Raymond, *Human Types*. Terj. B. Muchtan, S. Puspa, *Tjiri-tjiri dan Alam Hidup Manusia* (Bandung: Sumur Bandung, 1963).
- Frazer George James, *The New Golden Bough* (New York: Mentoor Book, 1964).
- Ghazali Muchtar Adeng, *Antropologi Agama "Upaya Memahami Keragaman Kepercayaan, Keyakinan, dan Agama* (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Hadi Sustrisno, *Metode Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).
- Husaini Usman, Purnomo Akbar Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996).

- Jones Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: PT Refika Aditama, 2007).
- Jr. Honig G. A, *Ilmu Agama* terj, M.D. Koesoemosoesastro & Sugiarto (Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia, 2011).
- Kahmad Dadang, *Metode Penelitian Agama Perspektif Ilmu Perbandingan Agama* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000).
- Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1990).
- Koentjaraningrat, *Sejarah Antropologi I* (Jakarta: UI Press, 1987).
- Kotler Philip dan Armstrong Gery, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997).
- Marjianto Bambang, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Populer* (Surabaya: Bintang Timur, 1995).
- Marlina Eva Murni, dkk, *Antropologi Agama: Berbagai Kajian Terkait Antropologi Agama* (Medan: Yayasan Kita Menuli, 2020).
- Morris Bryan, *Antropologi Agama Kritik Teori-Teori Agama Kontemporer*. terj. Khoiri (Yogyakarta: AK Group, 2003).
- Mubarok Husni Muhammad, *Manajemen Strategi* (Kudus: DIPA STAIN Kudus, 2009).
- Muhadjir Noeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002).
- Mujahidin Akhmad, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).
- Mulder Niels, *Kepribadian Jawa* (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 1980).
- Pals L. Daniel, *Dekonstruksi Kebenaran; Kritik Tujuh Teori Agama (Seven Theories of Religion)* terj. Inyik Ridwan Muzir (Yogyakarta: IRCiSoD, 2003).
- Purnaya Ketut Gusti I, *Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016).
- Pusaka Adi Cipta, *Ensiklopedia Nasional Indonesia, Jilid 13* (Jakarta: Cipta Adi Pusaka, 1990).

R, H. Wahyu *Sufisme Jawa* (Yogyakarta: Pustaka Dian, 2006).

Riyadi Kadir Abdul, *Antropologi Tasawuf: Wacana Manusia Spiritual dan Pengetahuan* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2014).

Ruslan Rusadi, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 1992).

Shihab Quraish M, *Jin Iblis, Setan dan Malaikat yang Tersembunyi* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012).

Swata Basu dan Sukotdjo Ibnu, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2002).

Syarbashi Ahmad, *Dimensi-dimensi Kesejatan al-Qur'an* (Yogyakarta: Ababil, 1996).

Umar Husein, *Business an Introduction* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003).

Tjipto Andy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).

Yusanto Ismail Muhammad, Widjajakusuma Karebet Muhammad, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002).

Jurnal:

Juhana Nasrudin, “Relasi Agama, Magi, Sains dengan Sistem Pengobatan Tradisional-Modern pada Masyarakat Pedesaan”. *Jurnal Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, Vol 2, No, 1 Tahun 2019.

Website:

Rusyda Nur Bani Hasyim, *Penglaris dalam Perspektif Kyai Ilmu Hikmah*, 2018. Lihat dalam, http://digilib.uinsby.ac.id/22570/6/Rusyda%20Nur%20Bani%20Hasyim_E01213074.

Rifkimuslim, “Unsur Magic pada Jimat Menurut James Frazer, 2018. Lihat dalam, <http://eprints.walisongo.ac.id/9228/1/1404016006>.