

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Al-Qur'an bagi umat Islam bukan hanya kitab suci yang menjadi pedoman hidup, tetapi juga diyakini memiliki kekuatan spiritual yang bisa memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan.¹ Di berbagai daerah di Indonesia, khususnya daerah dengan kultur Islam yang kuat seperti Martapura, Kalimantan Selatan, muncul fenomena unik yaitu penggunaan Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang. Interaksi antara umat Islam bersama Al-Qur'an dalam lintas sejarah Islam selalu mengalami perkembangan yang dinamis. Interaksi sesama umat Islam dengan Al-Qur'an menjadi pengalaman beragama yang sangat berharga. Pengalaman beragama tersebut bisa diungkapkan dengan lisan, tulisan maupun perbuatan, baik itu berupa pemikiran, pengalaman emosional maupun spiritual.²

Berinteraksi dengan Al-Qur'an dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang baik secara zahir maupun batin berhubungan dengan Al-Qur'an.³ Berhubungan ini bisa dapat diartikan meyakini serta membacanya sebagaimana dilakukan kebanyakan umat Islam, mengajar Al-Qur'an ataupun mengkaji secara makna (meneliti kandungan Al-Qur'an). Persepsi dan praktik penggunaan ayat-ayat Al-

¹M. Quraish Shihab, *Membedakan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1994), 18-20)

²Tinggal Purwanto, "Fenomena Living Al-Qur'an dalam Perspektif Neal Robinson, Farid Esack dan Abdullah Saeed", *Jurnal Mawa'izh 1*, no. 7 (Juni 2016), 104.

³Ahmad Rafiq, "Living Qur'an: Teks, Praktik, Fungsi", *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, no 1, 2014, 7-9.

Qur'an yang menjadikan Al-Qur'an hidup dan menjadi bagian dari pengalaman religius masyarakat. Kajian akademik ini termasuk dalam living Qur'an, sebuah pendekatan untuk mendalami bagaimana ayat-ayat suci dipraktikkan, dihayati, dan diberi makna dalam konteks sosial masyarakat Muslim.⁴

Salah satu bentuk aktualisasi living Qur'an yang berkembang di tengah masyarakat Muslim adalah penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam aktivitas ekonomi, khususnya perdagangan. Dalam konteks ini, Al-Qur'an diyakini tidak hanya sebagai pedoman etika berdagang, tetapi juga sebagai sumber keberkahan (*barakah*) yang dapat memengaruhi kelancaran rezeki. Keyakinan tersebut mendorong sebagian pedagang untuk mengamalkan ayat-ayat tertentu, seperti membaca surah tertentu, menempelkan ayat Al-Qur'an di tempat usaha, atau melakukan wirid Qur'ani dengan tujuan agar dagangan menjadi laris dan usaha diberi kemudahan.⁵

Fenomena penggunaan Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang tidak dapat dilepaskan dari konstruksi religiositas masyarakat Muslim yang memandang keberhasilan usaha bukan semata-mata hasil kerja keras dan strategi ekonomi, tetapi juga sebagai anugerah Allah. Dalam kerangka ini, ayat-ayat Al-Qur'an dipahami memiliki daya spiritual yang dapat memengaruhi realitas sosial dan

⁴Abdul Mustaqim, *Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis* (Yogyakarta: Idea Press, 2015), 25–27.

⁵Mahmudah, "Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an sebagai Pelaris di Kalangan Pedagang Pasar Martapura," *Skripsi* (Banjarmasin: Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, 2024)

ekonomi. Keyakinan semacam ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an berfungsi tidak hanya sebagai sumber ajaran normatif, tetapi juga sebagai medium simbolik dan spiritual dalam praktik kehidupan sehari-hari masyarakat.⁶

Di Pasar Batuah Martapura, praktik penggunaan Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang merupakan fenomena yang nyata dan hidup di kalangan pedagang. Para pedagang mempraktikkan bacaan ayat-ayat tertentu sebelum membuka kios atau toko, menyimpan tulisan ayat Al-Qur'an di tempat usaha, hingga menjalankan amalan yang diyakini dapat mendatangkan keberkahan dan menarik pembeli. Praktik ini tidak hanya bersifat individual, tetapi juga menjadi bagian dari budaya religius pasar yang diwariskan dan dibagikan antar pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa praktik tersebut selalu ada dalam kehidupan sosial pedagang pasar.

Fenomena tersebut juga berkaitan dengan perkembangan konsep *Islamic marketing*, yang artinya pendekatan pemasaran yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis. Dalam perspektif *Islamic marketing*, religiositas pelaku usaha dan simbol keagamaan dapat memengaruhi persepsi konsumen Muslim terhadap produk dan penjual. Dengan demikian, penggunaan Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang dapat dipahami sebagai bentuk pemasaran religius yang berbasis pada keyakinan spiritual, meskipun praktik tersebut sering kali tidak disadari sebagai strategi pemasaran formal.

⁶Muhammad Ishak & Abdullah Saeed, "Islamic Marketing: Ethics and Practices," dalam *Kajian Pemasaran Islam Kontemporer*".

Namun demikian, praktik penggunaan Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang juga menimbulkan persoalan akademik yang penting untuk dikaji secara kritis. Di satu sisi, praktik ini dapat dipahami sebagai bentuk ekspresi religiositas dan keyakinan terhadap keberkahan Al-Qur'an. Di sisi lain, muncul pertanyaan mengenai batas antara penghayatan religius dan komodifikasi simbol keagamaan dalam konteks ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan kajian ilmiah yang mampu membaca fenomena ini secara objektif, kontekstual, dan empirik tanpa menghakimi praktik keagamaan masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana Al-Qur'an diposisikan dan difungsikan sebagai daya tarik usaha dalam praktik perdagangan di Pasar Batuah Martapura. Dengan menggunakan pendekatan living Qur'an, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap makna, motif, serta implikasi sosial-keagamaan dari praktik tersebut, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Al-Qur'an, studi agama dan masyarakat, serta kajian ekonomi Islam di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam meningkatkan daya tarik usaha dagang di Pasar Batuah Martapura?

2. Bagaimana persepsi pedagang terhadap praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam meningkatkan daya tarik usaha dagang di Pasar Batuah Martapura?
3. Bagaimana peran atau relevansi praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam konteks Living Qur'an dan perspektif keislaman?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam meningkatkan daya tarik usaha dagang di Pasar Batuah Martapura.
2. Untuk menganalisis persepsi pedagang terhadap praktik penggunaan ayat Al-Qur'an sebagai daya tarik usaha dagang di Pasar Batuah Martapura.
3. Untuk menganalisis peran atau relevansi praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam konteks Living Qur'an dan perspektif keislaman?

D. Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan kontribusi atau manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, signifikansi penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Al-Qur'an, khususnya dalam bidang Living Qur'an, yang mengkaji bagaimana Al-Qur'an dipahami, dihayati, dan dipraktikkan dalam kehidupan sosial masyarakat. Hasil penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan mengenai bentuk-bentuk resepsi masyarakat terhadap Al-Qur'an di ruang ekonomi dan perdagangan, terutama terkait penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an sebagai bagian dari praktik usaha.

Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara teks suci, praktik keagamaan, dan aktivitas ekonomi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas perspektif mengenai implementasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari.

2. Signifikansi Praktis

a. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada para pedagang mengenai makna, tujuan, dan batasan penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam aktivitas perdagangan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan refleksi bagi pedagang untuk mengintegrasikan nilai-nilai Al-Qur'an secara lebih substansial dalam praktik bisnis, tidak hanya pada aspek simbolik tetapi juga pada aspek etika dan moral perdagangan Islam.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai berbagai bentuk praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an yang berkembang di kalangan pedagang serta bagaimana praktik tersebut dipersepsikan oleh pelakunya. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami fenomena tersebut secara lebih objektif dalam konteks kehidupan keagamaan dan sosial.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sumber data empiris dan referensi ilmiah bagi mahasiswa, dosen, maupun peneliti yang memiliki minat pada kajian Living Qur'an, antropologi agama, sosiologi agama, maupun studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir. Hasil penelitian ini juga dapat membuka peluang penelitian lanjutan mengenai relasi antara agama, budaya, dan ekonomi.

d. Bagi Institusi Pendidikan Tinggi

Penelitian ini dapat menambah koleksi karya ilmiah dan memperkaya literatur akademik yang berkaitan dengan kajian Al-Qur'an dan Tafsir, khususnya penelitian lapangan berbasis Living Qur'an. Temuan penelitian dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran, diskusi, dan pengembangan penelitian di lingkungan perguruan tinggi.

E. Definisi Operasional

1. Penggunaan Ayat-ayat Al-Qur'an

Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam penelitian ini dimaknai sebagai bentuk penerapan, pemanfaatan, dan pengamalan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks ibadah, sosial, maupun budaya.⁷ Bentuk penggunaan tersebut tidak hanya terbatas pada membaca ayat tertentu sebelum membuka toko, tetapi juga meliputi pengamalan wirid yang bersumber dari Al-Qur'an, penulisan atau pemasangan ayat pada tempat usaha, maupun menjadikan ayat-ayat tertentu sebagai doa dengan harapan memperoleh keberkahan, kemudahan, kelancaran rezeki, serta perlindungan dari Allah Swt. Dalam kajian Living Qur'an adalah memberi paradigma baru bagi pengembangan kajian Al-Qur'an kontemporer, sehingga studi Al-Qur'an tidak hanya berjalan pada wilayah kajian teks saja. Pada wilayah kajian Living Qur'an kajian tafsir akan lebih banyak mengapresiasi respon dan tindakan masyarakat terhadap kehadiran Al-Qur'an, sehingga tafsir tidak hanya bersifat elitis melainkan mengajak partisipasi masyarakat.⁸

2. Meningkatkan Usaha Dagang

Yang dimaksud dengan meningkatkan usaha dagang dalam penelitian ini adalah segala bentuk ikhtiar yang dilakukan pedagang untuk memperoleh perkembangan usahanya, baik berupa meningkatnya jumlah pelanggan,

⁷Heddy Putra, *The Living Al-Qur'an: Beberapa Perspektif Antropologi*, Yogyakarta.

⁸M. Rahmad Azmi, *Al-Qur'an dan Kehidupan: Aneka Living Qur'an Dalam Masyarakat Adat*, (Jawa Timur. Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 24.

bertambahnya penjualan, keberlangsungan usaha, maupun terciptanya rasa tenang dan optimisme dalam berdagang. Peningkatan usaha dalam penelitian ini tidak hanya dipahami dalam aspek ekonomi yang bersifat material, tetapi juga mencakup aspek spiritual berupa keberkahan (*barakah*) yang diyakini oleh pedagang sebagai hasil dari kedekatan kepada Allah melalui pengamalan ayat-ayat Al-Qur'an. Dengan demikian, peningkatan usaha diukur berdasarkan pengalaman dan persepsi para informan, bukan berdasarkan laporan keuangan atau data kuantitatif mengenai omzet usaha.

3. Living Qur'an

Living Qur'an merupakan salah satu kajian dalam studi Al-Qur'an yang memusatkan perhatian pada respons, praktik, tradisi, dan pengalaman masyarakat terhadap Al-Qur'an dalam kehidupan sosial. Kajian ini tidak hanya mengkaji kandungan teks Al-Qur'an, melainkan juga bagaimana masyarakat mengamalkan, memaknai, dan menghadirkan Al-Qur'an dalam berbagai aktivitas kehidupan. Dalam penelitian ini, Living Qur'an digunakan sebagai perspektif untuk memahami praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an oleh pedagang Pasar Batuah Martapura sebagai bagian dari ekspresi religius yang hidup dalam aktivitas perdagangan mereka. Dengan demikian, objek kajian penelitian bukanlah penafsiran ayat, melainkan fenomena sosial yang muncul dari interaksi masyarakat dengan Al-Qur'an.

4. Persepsi Pedagang

Persepsi pedagang adalah proses pemberian makna, penilaian, dan pemahaman yang dimiliki pedagang terhadap praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam meningkatkan usaha dagang. Persepsi terbentuk melalui pengalaman, pengetahuan, keyakinan, lingkungan sosial, serta latar belakang keagamaan seseorang. Dalam penelitian ini, persepsi difokuskan pada pandangan pedagang mengenai manfaat, tujuan, alasan penggunaan, serta keyakinan mereka terhadap hubungan antara pengamalan ayat Al-Qur'an dengan perkembangan usaha yang dijalankan. Persepsi tersebut dianalisis sebagai hasil konstruksi makna yang berkembang dalam kehidupan sosial pedagang di Pasar Batuah Martapura.

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau penerimaan langsung seseorang terhadap sesuatu yang diperoleh melalui pancaindra dan proses pengetahuan.⁹ Persepsi adalah proses penafsiran atau penginterpretasian seseorang yang terorganisir terhadap stimulus sensorik dan dapat mempengaruhi pada sikap serta perilaku.¹⁰ Dalam kajian ilmu psikologi, persepsi dapat dipahami sebagai suatu proses kognitif seorang individu yaitu menyeleksi, mengorganisasikan serta menafsirkan stimulus yang diterima oleh indera sehingga membentuk makna tertentu terhadap objek atau peristiwa.¹¹

⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi V, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud RI.

¹⁰Siti Mahmudah, *Psikologi Sosial: Teori dan Model Penelitian*, (Malang, UIN MALIKI PRESS, 2020), 94.

¹¹Ananda, Hidayatul, Linda, Pengantar Psikologi Umum, Psikologi Persepsi, *Jurnal Multidisiplin Ilmu 2 (4)*, 2023, 215.

Stephen P. Robbins menjelaskan bahwasanya persepsi merupakan proses di mana individu mengatur dan menafsirkan kesan-kesan sensoris mereka untuk memahami lingkungan di sekitarnya.¹² Dengan demikian, persepsi tidak bersifat objektif sepenuhnya, melainkan sangat dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang budaya, serta kerangka berpikir individu yang melakukan persepsi tersebut.

5. Pedagang Pasar Batuah Martapura

Pedagang Pasar Batuah Martapura adalah individu yang menjalankan kegiatan jual beli secara tetap di kawasan Pasar Batuah Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Dalam penelitian ini, pedagang diposisikan sebagai informan utama yang dipilih secara *purposive*, yaitu mereka yang mengetahui, mempercayai, atau mempraktikkan penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam aktivitas berdagang. Informan tidak dibatasi berdasarkan jenis dagangan, tetapi dipilih berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam mengenai praktik dan persepsi penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam dunia perdagangan.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian penting dalam penelitian untuk menunjukkan posisi penelitian yang dilakukan, menghindari duplikasi penelitian, serta memperlihatkan aspek kebaruan (*novelty*) penelitian. Setelah penulis melakukan pencarian dan pengamatan terkait beberapa karya ilmiah, baik berupa

¹²Stephen P. Robbins, "Perception and Individual Decision Making," *Organizational Behavior*, Pearson Education, Jurnal Kompetensi, Universitas Trunojoyo Madura.

buku, jurnal, ataupun laporan-laporan hasil penelitian, maka ditemukan beberapa penelitian yang relevan, yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian Ziyadatul Ilmi (2025)

Skripsi yang berjudul “Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur’an di Kalangan Pedagang Pasar Japura Kidul (Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim)” membahas penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an oleh para pedagang yang diyakini dapat mendatangkan rezeki dan keberkahan dalam usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan sosiologi pengetahuan Karl Mannheim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang memahami dan mengamalkan ayat-ayat tertentu sebagai bentuk ikhtiar spiritual dalam memperoleh keberkahan dan kelancaran usaha.¹³

2. Penelitian M. Raditya Ridho Pratama dan Marjan Fadil (2025)

Artikel jurnal berjudul “Resepsi Ayat-Ayat Al-Qur’an dalam Praktik Penglaris dalam Konteks Ekonomi Lokal: Sebuah Studi di Kota Sungai Penuh” meneliti praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an sebagai penglaris usaha dalam konteks ekonomi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Living Qur’an dan teori resepsi untuk melihat bagaimana makna ayat-ayat Al-Qur’an dikonstruksi dan dipraktikkan oleh para pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an sebagai penglaris tidak

¹³Ziyadatul Ilmi, *Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur’an di Kalangan Pedagang Pasar Japura Kidul (Pendekatan Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim)* (Skripsi, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, 2025).

hanya dipahami sebagai sarana spiritual, tetapi juga menjadi bagian dari budaya ekonomi lokal yang terus diwariskan.¹⁴

3. Penelitian Nurullah dan Ari Handasa (2020)

Artikel jurnal berjudul “Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur’an Sebagai Jimat” mengkaji latar belakang, bentuk, dan argumentasi penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an sebagai jimat dalam kehidupan masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an sebagai jimat dilakukan karena keyakinan terhadap fungsi Al-Qur’an sebagai penolak bahaya, pelindung, dan sarana memperoleh keberkahan.¹⁵

4. Penelitian Fatika Anisa Aulia dan Muhammad Jamil (2025)

Artikel jurnal berjudul “Pengobatan Menggunakan Ayat-Ayat Al-Qur'an: Studi Living Qur'an di Sei Dadap-Kisaran” mengkaji praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam pengobatan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan Living Qur'an dengan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya memahami Al-Qur'an sebagai teks

¹⁴M. Raditya Ridho Pratama dan Marjan Fadil, “Resepsi Ayat-Ayat Al-Qur’an dalam Praktik Penglaris dalam Konteks Ekonomi Lokal: Sebuah Studi di Kota Sungai Penuh,” *Takwil: Journal of Quran and Hadith Studies*, Vol. 3, No. 2, 2025.

¹⁵Nurullah dan Ari Handasa, “Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur’an Sebagai Jimat,” *TAFSE: Journal of Qur’anic Studies*, Vol. 5, No. 2, 2020.

yang dibaca, tetapi juga sebagai pedoman yang dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pengobatan dan penyembuhan penyakit.¹⁶

5. Penelitian Faiza Salsabila dan Ulin Nuha (2024)

Artikel jurnal berjudul “Penerapan dan Dampak *Nagham* Al-Qur’an: Perspektif Living Qur’an dan Teori Resepsi Wolfgang Iser” mengkaji penerapan seni baca Al-Qur’an (*nagham*) dalam kehidupan masyarakat. Penelitian ini menemukan bahwa praktik *nagham* tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi estetika, tetapi juga menjadi tradisi sosial-keagamaan yang hidup dan berkembang di masyarakat.¹⁷

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji Penggunaan Ayat Al-Qur’an Dalam Meningkatkan Usaha Dagang: Studi Living Qur’an Terhadap Persepsi Pedagang Pasar Batuah Martapura. Penelitian ini memiliki kebaruan pada tiga aspek, yaitu: pertama fokus pada persepsi pedagang terhadap penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an dalam aktivitas perdagangan, kedua, mengkaji bentuk-bentuk praktik penggunaan ayat-ayat Al-Qur’an yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Batuah Martapura, dan ketiga menganalisis fenomena tersebut dalam perspektif Living Qur’an, sehingga dapat menggambarkan bagaimana Al-Qur’an dihidupkan dan dimaknai dalam aktivitas ekonomi masyarakat lokal.

¹⁶Fatika Anisa Aulia dan Muhammad Jamil, “Pengobatan Menggunakan Ayat-Ayat Al-Quran: Studi Living di Sei Dadap-Kisaran,” *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity*, Vol. 7, No. 2, 2025.

¹⁷Faiza Salsabila dan Ulin Nuha, “Penerapan dan Dampak *Nagham* Al-Qur’an: Perspektif Living Qur’an dan Teori Resepsi Wolfgang Iser,” *Civil Officium: Journal of Empirical Studies on Social Science*, Vol. 3, No. 1, 2024.

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan: Bab ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari enam subbab utama. Pertama, Latar Belakang Masalah yang menjelaskan konteks global sampai lokal penelitian serta urgensi studi. Kedua, Rumusan Masalah yang memfokuskan kepada ketiga pertanyaan. Ketiga, Tujuan Penelitian yang menjabarkan target pencapaian berdasarkan pada rumusan masalah. Keempat, Manfaat Penelitian yang menguraikan kontribusi teoritis dan praktis. Kelima, Penelitian Terdahulu yang memetakan posisi penelitian dalam khazanah keilmuan. Keenam, Sistematika Penulisan yang memberikan gambaran menyeluruh tentang semua bab.

BAB II Kerangka Teoritis dan Kerangka Konseptual: Bab ini menyajikan tinjauan komprehensif terhadap lima bidang kajian utama: pertama, pengertian Living Qur'an, Kedua, Teori Interaksionisme Simbolik, ketiga Praktik Penggunaan Ayat-ayat Al-Qur'an dalam kehidupan sosial, keempat Konsep Persepsi dan kelima Konsep Daya Tarik Usaha Dagang.

BAB III Metode Penelitian: Bab ini menjelaskan paradigma penelitian kualitatif dengan pendekatan living Qur'an yang digunakan. Mendeskripsikan lokasi penelitian. Sumber data yang diteliti. Kemudian diuraikan secara rinci tentang teknik penentuan informan, metode pengumpulan data melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam, serta teknik analisis data yang mencakup.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian: Pada bab ini yaitu memuat gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data, serta pembahasan.

BAB V Penutup: Bab ini berisi Simpulan dan Saran. Tidak hanya itu, setelah penutup juga dilengkapi dengan daftar pustaka serta lampiran-lampiran.