

ABSTRAK

Violita Nanda Pratiwi, 2020, *Motivasi Konsumen dalam Pemilihan Tempat Belanja di Toko Basmalah Cabang Tlanakan Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. H. Nashar. MM., M.Si.

Kata Kunci: *Motivasi, Konsumen, Tempat Belanja*

Perkembangan teknologi di era globalisasi faktanya tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut berdampak pada segala kehidupan termasuk pola konsumsi masyarakat. Konsumen pada saat ini mulai memperhatikan tentang keefisienan dan keefektifan dalam berbelanja sehingga akibat dari dampak tersebut telah banyak bermunculan pasar modern yang menyediakan kebutuhan manusia mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier dalam satu tempat. Pasar modern yang ada kini telah mengglobal (mendunia) untuk berupaya bersaing dalam membuat konsumen tertarik untuk berbelanja, salah satu pasar modern yang menyediakan kebutuhan manusia tersebut yaitu toko basmalah. Toko Basmalah merupakan salah satu unit usaha dari koperasi Pondok Pesantren Sidogiri yang bergerak dibidang usaha ritel. Toko ini banyak diminati para konsumen sebagai tempat berbelanja karena di toko basmalah ini barangnya lengkap, harganya terjangkau, berkualitas serta fasilitasnya nyaman dan bersih sehingga masyarakat memiliki daya tarik untuk memilih toko basmalah sebagai tempat berbelanja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah pimpinan, kasir, karyawan, dan beberapa konsumen Toko Basmalah Cabang Tlanakan. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi (gabungan) dengan menggabungkan data yang diperoleh dari metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Memotivasi seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan tidak lain untuk keperluan sehari-hari di mana diterangkan dalam teori motivasi yang paling terkenal adalah teori hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow menyatakan pada diri manusia pasti membutuhkan rasa lapar, haus, butuh perlindungan (pakaian dan perumahan) dan kebutuhan lainnya. Berbelanja di toko basmalah yaitu untuk memenuhi kebutuhan baik dari segi makanan, minuman, pakaian dan sebagainya. Peran perilaku konsumen sangat penting dalam melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Seorang muslim dalam melakukan konsumsi lebih mempertimbangkan *masalah* dari pada utilitas biasa. *Maslahah* berarti dari kata salah yang berarti baik. Berdasarkan persepektif ekonomi islam dalam berbelanja yaitu membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubaziran, tidak hidup mewah dan boros, dan mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang bersifat pribadi. Jadi, Konsumen lebih termotivasi untuk berbelanja di Pasar Modern (Toko Basmalah) dari pada Pasar Tradisional. Hal ini dikarenakan di Toko Basmalah barangnya lebih lengkap, berkualitas, serta harganya terjangkau dan fasilitasnya lebih nyaman. Sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja di pasar modern (Toko Basmalah).