

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Toko Basmalah**

Koperasi Pondok Pesantren (kopontren) Sidogiri didirikan oleh KA. Sadoellah Nawawie bin Noerhasan pada tahun 1961. Awalnya hanya berupa kantin dan toko kelontong yang resmi memiliki Badan Hukum Koperasi tanggal 15 Bulan juli tahun 1997. Sejak 2013 kopontren Sidogiri membentuk infrastruktur brand Basmalah dengan nama Toko Basmalah menggunakan motto Tempat Belanja yang Baik.

Toko Basmalah adalah salah satu unit usaha dari koperasi Pondok Pesantren Sidogiri yang bergerak dibidang usaha ritel. Basmalah adalah konsep dari Barakah, Syariah dan Maslahah. Hingga saat ini persebaran Toko Basmalah di 16 Kabupaten atau Kota Indonesia berjumlah sebanyak 161 gerai.

Toko Basmalah cabang Tlanakan terletak di Jalan Raya Larangan Tokol Asemanis dua Larangan Tokol. Lokasi Toko Basmalah sendiri tidak jauh dari kampus IAIN Madura. Jam operasional Toko Basmalah adalah pukul 07.30 WIB hingga pukul 22.00 WIB adapun toko akan tutup sementara saat sholat Jum'at dan sholat maghrib. Konsumen yang berkunjung ke Toko Basmalah akan disugahi dengan alunan murattal dari imam qari' internasional dan akan disambut dengan pegawai yang menggunakan seragam dengan stelan sarung serta kopyah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Arsip Company profile Toko Basmalah.

Toko Basmalah menyediakan segala keperluan sehari-hari dengan harga yang bersaing sehingga menjadi tempat perkulakan bagi masyarakat yang memiliki usaha toko kelontong. Kebutuhan yang disediakan terdiri dari kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Toko Basmalah memiliki produk dengan private label yang terdiri dari produk makanan seperti beras, minyak goreng, air minum dalam kemasan. Dan private label untuk produk non-makanan seperti sarung dan baju koko.

Seiring dengan kecanggihan teknologi Toko Basmalah mengeluarkan kartu E-Maal. Kartu ini berfungsi untuk transaksi jual beli di Toko Basmalah dan dapat digunakan untuk menabung dan mentransfer seperti ATM. Dengan merogoh kocek sebesar Rp 10.000,- kartu e-maal dapat diperoleh di seluruh Toko Basmalah yang tersebar di Indonesia. Dalam pelaksanaannya pemilik kartu dapat top up dan mentransfer uang melalui outlet basmalah ataupun aplikasi e-maal.

Target dari kopontren Sidogiri adalah menjadi penunjang income Pondok Pesantren Sidogiri untuk menciptakan pesantren yang mandiri, memenuhi kebutuhan santri, tempat studi banding kemandirian wirausaha dan pengabdian bagi santri serta pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memenuhi segala kebutuhan keseharian mereka dengan harga yang kompetitif.

## **2. Visi dan Misi Toko Basmalah**

### **a. Visi :**

Menjadi Kopontren yang produktif dan sesuai prinsip syariah sehingga menjadi sumber dana yang kuat dan prospektif bagi Pondok Pesantren Sidogiri.

### **b. Misi :**

1) Menjadi pusat perekonomian dan bisnis Pondok Pesantren Sidogiri

- 2) Menjadi pusat perkulakan atau grosir
- 3) Menjadi kopontren percontohan
- 4) Usaha yang berorientasi pada laba

Toko Basmalah memiliki 4 point yang membedakannya dari pada toko ritel lainnya:

- a. Basis dari Toko Basmalah adalah koperasi sehingga modal Toko Basmalah tidak hanya bersumber pada pemilik toko saja. Oleh karena itu sebagian modal dari Toko Basmalah diperoleh dari iuran masyarakat dan anggota. Masyarakat sekitar Toko Basmalah bisa mendaftar dan bergabung menjadi anggota Toko Basmalah dengan iuran keanggotaan yang terjangkau. Atas dasar tersebut dapat dipahami bahwa Toko Basmalah dapat dimiliki banyak orang dengan sistem kerjasama.
- b. Dalam hal ini Toko Basmalah menggandeng toko kecil atau umum setempat sebagai mitra bisnisnya.
- c. Toko Basmalah memiliki strategi harga untuk konsumen yang kulakan sehingga dapat dijual kembali dengan harga eceran yang sama pada Toko Basmalah.
- d. Semua produk yang dijual merupakan produk yang halal dan thayyib.

### **3. Struktur Organisasi**

Ketua : Abdul Kafi Makky

Wakil I : Supriyadi

Wakil II : Fadhal

Kasir I : Nizar Zulmi

Kasir II : Tamam

Pramuniaga : Zahrul Faiz

Mukhlisol

Zam-Zam

Fendiyanto

Nuril Haq

Wasik

Keterangan:

Berikut ini tugas-tugas berdasarkan struktur manajemen Toko Basmalah  
Cabang Tlanakan:

a. Ketua

Bertugas mengawasi seluruh karyawan serta memvalidasi terkait  
pengadaan barang di Toko Basmalah

b. Wakil I

Berfungsi sebagai sekertaris dan bertugas untuk menginput segala  
pembukuan di Toko Basmalah

c. Wakil II

Memiliki tugas untuk melakukan pengecekan barang keluar dan masuk  
serta melakukan pengecekan stok barang tiap bulan.

## **B. Paparan Data**

Paparan data dari hasil temuan penelitian yang di peroleh dilapangan  
selama penelitian merupakan sesuatu yang sangat pokok dalam suatu penelitian.  
Oleh karena itu, dalam bab ini peneliti akan menyajikan dan menjelaskan hasil  
temuan penelitian, baik yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi  
(pengamatan), maupun dokumentasi.

Data yang peneliti kumpulkan dilapangan, tidak lepas dari fokus dan tujuan penelitian itu sendiri, yakni: Pertama, Bagaimana motivasi konsumen dalam memilih toko basmalah sebagai tempat belanja. Kedua, Bagaimana upaya dalam meningkatkan minat konsumen di toko basmalah sebagai tempat belanja. Namun sebelumnya peneliti memberi paparan tentang motivasi konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti dapatkan dilapangan, baik dengan cara Observasi, Wawancara maupun Dokumentasi, maka yang dapat peneliti jadikan paparan data dari penelitian ini yaitu:

### **1. Motivasi Konsumen dalam Berbelanja di Toko Basmalah**

Toko Basmalah merupakan pasar swalayan yang mempunyai satu mesin kasir dan mempunyai beberapa karyawan untuk mengelola dan melayani para pembeli. Toko Basmalah pada umumnya menjual barang-barang pokok dasar yang berkaitan dengan rumah tangga dan kebutuhan pokok lainnya. Konsep Toko Basmalah yang ada saat ini mengedepankan kenyamanan dan kedekatan dengan konsumen supaya bisa menghasilkan apa yang diinginkan oleh toko tersebut.

Motivasi adalah dorongan untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan baik dari dalam maupun dari luar. Data yang diperoleh dilapangan melalui wawancara mulai tgl 2-10 maret dinyatakan bahwa motivasi yang terjadi pada konsumen dalam berbelanja karena adanya faktor kebutuhan sehari-hari baik dalam segi makanan, minuman, pakaian dan kebutuhan lainnya sehingga mereka berkeinginan untuk berbelanja.

Hasil Wawancara dari Nova Liana selaku konsumen di Toko Basmalah:

“Saya sebagai konsumen di Toko Basmalah ini sudah berlangganan karena disini selain bisa memilih-milih barang juga bisa mengajak keluarga berbelanja sesuai dengan apa yang diinginkan, disini barangnya tidak jauh berbeda dari warung kelontong tapi disini lebih menjamin kualitas barangnya, dan juga toko ini dibawah naungan pondok pesantren sehingga tidak menjual barang yang sudah tidak layak dikonsumsi (kadaluarsa).”<sup>2</sup>

Juga wawancara dari Ulfatun Khalisah:

“Saya lebih memilih Toko Basmalah sebagai tempat belanja karena berbelanja disini sangat memuaskan, harga lebih terjangkau dan lebih aman. Apalagi disini fasilitasnya bagus dan ber-AC serta barang-barang yang tersedia lengkap dan sesuai dengan apa yang saya butuhkan.”<sup>3</sup>

Dari hasil wawancara Nova Liana dan Ulfatun Khalisah mengatakan bahwa mereka lebih memilih berbelanja di Toko Basmalah dari pada warung kelontong, karena di Toko Basmalah ini mereka melihat kelengkapan barangnya, Fasilitas lengkap ber-AC, juga berkualitas serta bisa bebas memilih barang bisa juga bareng sama keluarga dan aman dalam berbelanja.

Novi Nordiana juga berpendapat selaku konsumen di Toko Basmalah tersebut:

“Saya senang berbelanja di Toko Basmalah karena pelayanan dari Karyawannya ramah dan tempatnya disusun rapi, bersih. Serta barangnya bisa langsung memilih sendiri sesuai dengan apa yang diinginkan tanpa menyuruh orang lain, yang saya beli itu semua perlengkapan yang dibutuhkan dirumah supaya bisa menghemat tenaga dan dipakai selama satu bulan.”<sup>4</sup>

Dari percakapan diatas Novi Nordiana senang berbelanja di Toko Basmalah karena tempatnya nyaman, aman, dan bersih. Juga sikap karyawannya yang murah senyum, sopan terhadap konsumen. Sehingga para konsumen merasa nyaman berbelanja di Toko Basmalah tersebut.

---

<sup>2</sup>Nova Liana, Konsumen Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 2 Maret 2020 (Jam 10.30 Wib).

<sup>3</sup>Ibu Ulfatun Khalisah, Konsumen Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 2 Maret 2020 (Jam 11.00 Wib).

<sup>4</sup>Novi Nordiana, Konsumen Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 4 Maret 2020 (Jam 08.30 Wib).

Peneliti mewawancarai Taufikur Rohman yang sedang berbelanja di Toko Basmalah.:

“Saya senang berbelanja disini karena barang yang saya mau itu semua ada sesuai dengan apa yang saya inginkan, seperti parfum dari berbagai merk, peralatan sekolah, perlengkapan rumah tangga serta perlengkapan lainnya semua ada dan tersusun rapi.”<sup>5</sup>

Dari percakapan Taufikur Rohman dia senang berbelanja di Toko Basmalah karena semua kebutuhan yang dia inginkan ada di Toko Basmalah tersebut tanpa mencari di toko-toko yang lain, selain barangnya yang lengkap dan tempat barangnya tersusun rapi.

Peneliti juga mewawancarai Rusmiati yang sedang kulakan di Toko Basmalah:

“Saya senang berbelanja kulakan di toko basmalah karena harganya yang relatif murah, barang yang saya butuhkan untuk kulakan selalu ada, dan ada harga khusus bagi para konsumen yang berbelanja kulakan yaitu mendapatkan diskon dalam berbelanja grosir atau kulakan.”<sup>6</sup>

Dari percakapan Rusmiati dia senang berbelanja di Toko Basmalah karena harga yang relatif murah, barang yang ia butuhkan ada, serta ada harga khusus bagi konsumen yang berbelanja grosir atau kulakan di toko basmalah.

## **2. Upaya dalam Meningkatkan Minat Konsumen di Toko Basmalah**

Peneliti juga akan menjelaskan bagaimana upaya Toko Basmalah dalam meningkatkan minat konsumennya supaya tetap berbelanja di toko tersebut.

Hasil Wawancara dari Pimpinan Toko Basmalah yang sudah lama bekerja di toko Basmalah yaitu Abdul Kafi Makky beliau memberi penjelasan dari pihak

---

<sup>5</sup>Bapak Taufikur Rohman, Konsumen Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 4 Maret 2020 (Jam 09.30 Wib).

<sup>6</sup>Ibu Rusmiati, Konsumen Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 28 April 2020 (Jam 11.00 Wib).

Toko Basmalah bahwa kunci sukses dalam meningkatkan minat konsumen di toko

Basmalah yang perlu diperhatikan:

“Yang pertama lokasi strategis, yang kedua merek sudah terkenal luas, ketiga pelayanan toko yang baik, harga yang terjangkau, keempat pilihan produk tepat dan berkualitas, kelima display yang menarik, serta promosi yang berkesinambungan.

Ada juga cara yang kami tawarkan dalam meningkatkan minat konsumen salah satunya kami tawarkan kartu E-Maal. Kartu ini berfungsi untuk transaksi jual beli di Toko Basmalah yang memberikan manfaat dan nilai tambah bagi pemiliknya dan kartu ini juga dapat digunakan untuk menabung serta mentransfer seperti di ATM. Dalam pelaksanaannya pemilik kartu dapat top up dan dapat mentransfer uang melalui outlet basmalah ataupun aplikasi E-Maal.”<sup>7</sup>

Peneliti juga mewawancarai Nizar kasir di Toko Basmalah dia juga berpendapat dalam upaya meningkatkan minat konsumen di toko basmalah tersebut:

“Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen seperti bersikap sopan kepada konsumen pada saat konsumen melakukan transaksi dikasir dan membantu menawarkan promo atau diskon yang ada di toko basmalah kepada konsumen.”<sup>8</sup>

Zahrul karyawan di Toko Basmalah juga berpendapat dalam meningkatkan minat konsumen di toko basmalah supaya semakin bertambah setiap harinya:

“Menyapa konsumen dengan ramah saat ia berbelanja dan menanyakan pada konsumen saat berbelanja terkait apa yang mereka butuhkan supaya bisa diarahkan oleh karyawan letak barang yang mereka butuhkan, serta menawarkan pada konsumen saat ada promo di toko basmalah.”<sup>9</sup>

Dari Wawancara bersama Pimpinan, Kasir dan Karyawan di Toko Basmalah mereka menunjukkan bahwa Toko Basmalah mampu memberikan pelayanan terbaik dan memberikan rasa nyaman bagi konsumen yang berbelanja di toko tersebut. Dari sinilah menjadi daya tarik dan dorongan kepada konsumen

---

<sup>7</sup>Bapak Abdul Kafi, Pimpinan Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 2 Maret 2020, (Jam 09. 45 Wib).

<sup>8</sup>Nizar Zulmi, Kasir Toko Basmalah, Wawancara langsung, 28 April 2020, (Jam 11.20 Wib).

<sup>9</sup>Zahrul Faiz, Karyawan Toko Basmalah, Wawancara Langsung, 28 April 2020, (Jam 11. 40 Wib).

untuk memilih berbelanja di Toko Basmalah. Sehingga konsumen dapat mengalami perubahan yang dulunya berbelanja di warung kelontong (pasar tradisional) kini beralih berubah berbelanja di Toko Basmalah (pasar modern) karena mereka pengen berbelanja yang instan yang bisa langsung didapatkan kebutuhan yang begitu banyak dalam perkembangan waktu dan kebutuhan yang begitu cepat.

Jadi, dapat disimpulkan dari semua konsumen yang peneliti wawancarai bahwa mereka lebih memilih berbelanja di Toko Basmalah karena barangnya lengkap, harga yang terjangkau, tempatnya nyaman, aman, bersih dan fasilitasnya lengkap berAC serta karyawannya ramah, sopan dari tutur sapa sampai perilakunya.

Dengan adanya data yang di peroleh pada tanggal 2-10 Maret 2020 yang peneliti datangi baik informan atau konsumen yang sedang berbelanja menunjukkan bahwa mereka lebih memilih pasar modern (toko basmalah) karena paradigma yang berkembang dimasyarakat mereka termotivasi untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pasar modern lebih memberikan kesan yang nyaman sehingga bisa menarik konsumen untuk berbelanja di Toko Basmalah.

Dengan adanya produk-produk yang bervariasi sehingga mereka tertarik untuk berbelanja di Toko Basmalah dari pada pasar tradisional (warung kelontong). Serta toko Basmalah memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya, tidak hanya tempatnya yang nyaman dan bagus Toko Basmalah juga menyiapkan barang yang sulit di temukan diwarung kelontong misalnya: *make up* yang baru ada di iklan seperti *wardah* dan *citra* dari berbagai merek lainnya itu tersedia di Toko Basmalah. Selain itu untuk berbelanja di toko

Basmalah tidak perlu membutuhkan waktu dan tenaga yang besar untuk berbelanja, cukup butuh ingatan yang cekatan karena tempat barangnya tetap tidak berpindah-pindah.

### **C. Temuan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data, baik dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dapat ditemukan hasil temuan penelitian sebagai berikut.

#### **1. Motivasi Konsumen dalam Berbelanja di Toko Basmalah**

Ada beberapa temuan yang diperoleh dari konsumen dalam motivasi belanja di Toko Basmalah yang ada di Jl. Raya Larangan Tokol Asemanis dua Larangan Tokol Kec. Pamekasan Kab. Pamekasan, yaitu:

- a. Untuk kebutuhan sehari-hari seperti rumah tangga.
- b. Tempatnya nyaman, bersih, aman juga pelayanan bagus dan sopan serta konsumen memilih sendiri sesuai dengan barang yang diinginkan.
- c. Kualitas barang bagus dan terjamin, harga terjangkau bagi konsumen menengah keatas.
- d. Uang recehan masih berlaku, lama menunggu giliran untuk membayar hasil belanja ke kasir.

#### **2. Upaya dalam Meningkatkan Minat Konsumen di Toko Basmalah**

Temuan yang dihasilkan dari konsumen dalam upaya meningkatkan minat konsumen yang ada di Jl. Raya Larangan Tokol Asemanis dua Larangan Tokol Kec. Pamekasan Kab. Pamekasan, yaitu:

- a. Tempat atau lokasi strategis sehingga mempermudah konsumen dalam memilih tempat belanja
- b. Harga yang terjangkau sesuai keinginan konsumen
- c. Barang lengkap serta produknya tepat dan berkualitas

#### **D. Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan di Toko Basmalah ini melibatkan konsumen yang menjalankan aktivitas biasanya, salah satunya berbelanja di pasar modern (toko basmalah). Penelitian ini dilakukan melalui wawancara secara tidak langsung dengan harapan mendapatkan informasi yang jelas dan akurat, seperti konsumen meliputi Bapak, Ibu, dan saudara sekawan lainnya sehingga penelitian ini bukan hanya asumsi biasa melainkan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Dari penjelasan yang sudah dijelaskan diawal, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Jl. Raya Larangan Tokol Asemanis dua Larangan Tokol Kec. Pamekasan Kab. Pamekasan, dalam skripsi yang berjudul “Motivasi Konsumen dalam Pemilihan Tempat Belanjadi Toko Basmalah Cabang Tlanakan Pamekasan” :

#### **1. Berbelanja Untuk Kebutuhan Sehari-Hari Seperti Kebutuhan Rumah Tangga**

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.<sup>10</sup>

Berbelanja di toko basmalah yaitu untuk memenuhi kebutuhan baik dari segi makanan, minuman, pakaian dan sebagainya. Perilaku konsumen sangat penting dalam melakukan konsumsi dalam 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 artian umum *masalah* bermakna segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Baik dalam arti menarik atau menghasilkan, seperti menghasilkan keuntungan atau dalam arti menolak atau menghindarkan, seperti menolak kemudharatan atau merusak. maka dari itu dalam berbelanja di Toko Basmalah harus berbelanja sesuai dengan kebutuhan bukan sebagai pemuas keinginan. Maksud dari kebutuhan untuk keperluan sehari-hari disini seperti makanan, minuman, pakaian, rumah untuk perlindungan dan lain sebagainya.

## **2. Tempatnya Nyaman, Bersih, Aman Juga Pelayanan Bagus dan Sopan Serta Konsumen Memilih Sendiri Sesuai dengan Barang yang diinginkan.**

Pada hakikatnya seseorang berbelanja pasti mempunyai inisiatif tersendiri untuk memilih tempat belanja. Bersih disini tidak ada kotoran seperti sampah (bungkusnya makanan, botol minuman dan lain sebagainya), kebersihan dalam islam merupakan sebagian dari Iman. Tempat, aman, pelayanan dan kebebasan untuk memilih barang yang dibutuhkan merupakan hal yang paling utama dalam memotivasi konsumen untuk berbelanja.

---

<sup>10</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Persepektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm, 69.

Berdasarkan ekonomi islam istilah "*Antaraadinminkum*" (suka sama suka), artinya transaksi ekonomi antar individu atau kelompok harus berdasarkan suka sama suka, tidak boleh adanya pemaksaan, intimidasi, penipuan, tekanan, dan sebagainya. Suka sama suka ini termasuk dalam asas hukum ekonomi Islam, asas suka sama suka ini di maksudkan agar tercipta stabilitas ekonomi individu atau masyarakat. Mereka bisa leluasa melakukan kegiatan ekonomi tanpa tekanan dari pihak manapun.<sup>11</sup>

Mengapa *Antaraadinminkum* sangat dibutuhkan, tujuannya untuk tidak berat sebelah, Artinya antara konsumen dan produsen sama-sama setuju dalam pembelian barang, begitupun dengan konsumen yang sangat berhak memilih barang yang dibutuhkan sesuai dengan selera konsumen sendiri. Toko Basmalah di Jl. Larangan Tokol konsumen bebas memilih barang dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, juga bisa menikmati fasilitas yang tersedia di Toko Basmalah. Keamanan dalam teori Abraham Maslow antara keselamatan lain dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.

Pelayanan dalam menjual suatu barang ini merupakan hal yang penting untuk bisa menarik pelanggan supaya membeli, pelayanan disini juga termasuk faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam berbelanja karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan disini merupakan sikap penjual terhadap pembeli, sikap merupakan perilaku yang sopan dan berakhlakul karimah.

---

<sup>11</sup>Ibid, hlm.75

Seseorang yang berbelanja dengan kata lain perilaku konsumen yang mengarahkan pada proses dan aktivitas seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Terdapat empat prinsip dalam sistem ekonomi Islam dalam menyikapi permasalahan tentang perilaku konsumen, termasuk konsumsi didalamnya sebagai berikut: *Pertama*, hidup sederhana maksudnya memakan makanan yang baik, halal, dan bermanfaat bagi manusia. *Kedua*, tidak boros maksudnya konsumen muslim mengedepankan kesederhanaan, yakni menganjurkan agar konsumsi sampai tingkat minimum (standar) sehingga bisa menjaga hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan.<sup>12</sup>

Konsumsi yang berlebihan adalah perbuatan keji karena termasuk pemborosan. Islam menganjurkan konsumsi yang dilakukan seimbang, tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan. *Ketiga*, menjalankan usaha-usaha yang halal maksudnya usaha yang jauh dari riba, maisir dan gharar. Seperti bahan baku, proses produksi hingga proses distribusi dan konsumsi harus menuju halal. *Keempat*, berinfak maksudnya Kekayaan atau harta dalam Islam merupakan amanah Allah yang harus dibelanjakan secara benar, adil dan seimbang, tidak boros, tidak kikir, dan tidak pula mubazir.

Harta yang dimiliki tidak semata-mata untuk konsumsi, tetapi juga untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Itulah kenapa Islam kemudian memotivasi umatnya untuk menyalurkan sebagai rezekinya dengan menyebutkan

---

<sup>12</sup>Arif Pujiono, "Teori Konsumsi Islam", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3 (2006), hlm 37.

bahwa tangan di atas, yaitu orang-orang yang memberikan sebagian rezeki yang dimilikinya sebagai perbuatan yang mulia.

Dalam berbelanja di toko basmalah memilih sesuai apa yang dibutuhkan dalam perspektif ekonomi Islam yaitu supaya tidak boros jangan berlebihan dalam berbelanja. Juga memanfaatkan hartanya sesuai dengan syariat Islam dan memakai hartanya tidak hidup mewah yaitu sederhana dan berinfak.

### **3. Kualitas Barang Bagus dan Terjamin, Harga Terjangkau untuk Masyarakat Menengah Keatas.**

Islam mengajarkan kejujuran dalam berkatamaupun bertindak maka dari itu dalam penerapan prinsip keadilan dalam semua kegiatan Ekonomi misalnya dalam bidang produksi, penerapan prinsip keadilan dapat dilihat dari ajaran islam yang melarang umatnya untuk berbuat zalim terhadap orang lain, atau menggunakan aturan yang tidak adil dalam mencari harta, tetapi islam juga mengajarkan tata cara yang adil dan jujur dalam mendapatkan harta kekayaan.<sup>13</sup>

Islam menghendaki kesamaan dikalangan manusia dalam berusaha untuk mendapatkan harta kekayaan tanpa memandang perbedaan ras, kepercayaan dan warna kulit. Maka dari itu kualitas barang yang dijual harus bagus dan terjamin kualitasnya. Supaya konsumen tidak dirugikan. Toko Basmalah di Jl. Raya Larangan Tokol memilih barang yang sudah dikenal oleh masyarakat dan kualitasnya terjamin.

Kualitas barang yang terjamin merupakan hal yang banyak diminati masyarakat karena untuk menghindari hal yang tidak diinginkan seperti kadaluarsa. Motivasi dalam teori hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow dalam

---

<sup>13</sup>Ibid, hlm,50

diri manusia ada lima jenjang kebutuhan salah satunya aktualisasi diri, keinginan untuk memperoleh kepuasan untuk dirinya sendiri. Dimana dalam memilih suatu produk harus sesuai dengan keinginannya dan memilih barang yang berkualitas bagus dan terjamin.

Toko Basmalah mengambil keuntungan yang sesuai dengan harga barang yang dijualnya, harga bagi konsumen ini sangat dibutuhkan karena dapat memilih harga yang sesuai dengan kualitas barangnya, harga merupakan motivasi konsumen dalam melakukan pembelian misalnya seorang konsumen akan memilih dengan mempertimbangkan barang yang dibelinya dengan pilihan harga yang sesuai dengan kemampuannya. Maka dari itu harga merupakan faktor penting dalam motivasi konsumen pada barang yang ingin dibelinya.

Harga terjangkau bagi menengah keatas yaitu seseorang yang mampu membeli bagi kalangan yang punya penghasilan yang tetap setiap bulannya, juga bagi kalangan yang penghasilannya besar dan cukup dalam kesehariannya.<sup>14</sup>

Dalam mensukseskan suatu usaha atau bisnis pasti mempunyai strategi supaya usahanya bisa lancar tanpa ada gangguan. Sebelum melakukan usahapara pedagang memikir dulu supaya usaha yang dijalankan bisa tercapai seperti apa yang diinginkan.

#### **4. Uang Recehan Masih Belaku, Lama Menunggu Giliran untuk Membayar Hasil Belanja Ke Kasir.**

Pada masalah apapun pasti ada kaitan dengan yang namanya uang karena uang merupakan hal yang terpenting dalam manusia. Uang merupakan alat tukar barang yang bisa menghasilkan baik barang, benda atau jasa dalam waktu yang

---

<sup>14</sup>Ibid, hlm,53

singkat. Uang ini sangat dibutuhkan manusia tanpa adanya uang manusia sulit untuk bertransaksi dan sulit dalam mendapatkan sesuatu yang diinginkannya.

Pasar modern (Toko Basmalah) yang terletak di Jl. Raya Larangan Tokol uang recehan masih berlaku karena dapat bermanfaat dalam pengembalian pada saat konsumen membayar hasil barang yang dibelinya. dalam ekonomi Islam kita diajarkan untuk melakukan suatu hal yang berkaitan dengan ekonomi tentang yang disesuaikan dengan aturan agama islam yang di dasari dengan tauhid sebagaimana yang dirangkum dalam rukun Iman dan rukun Islam.

Islam mengajarkan kita untuk belaku jujur, adil, saling tolong menolong sesama supaya hidup damai, tentram tanpa adanya konflik yang bisa merugikan sesamanya.

#### **5. Tempat atau Lokasi Strategis Sehingga Mempermudah Konsumen dalam Memilih Tempat Belanja.**

Belanja merupakan hal yang penting dalam aktivitas manusia. dalam berbelanja konsumen akan menentukan tempat atau lokasi yang dipilih dalam berbelanja. Lokasi memiliki pengaruh yang nyata terhadap pilihan konsumen, Pada umumnya konsumen akan memilih lokasi yang strategis dan nyaman bagi mereka. Konsumen di Toko Basmalah ini memilih lokasi yang nyaman ada juga konsumen yang memilih toko basmalah karena tidak jauh dari rumahnya.

Islam mengajarkan dalam berbelanja kita untuk saling tolong menolong antar umat manusia karena kita sesama manusia merupakan saudara. Sehingga kita tidak diperbolehkan saling mendzolimi terhadap seorang pembeli.

Seorang pembeli sama halnya dengan seorang penjual, sehingga penjual tidak boleh merasa bahwa dirinya yang sangat berwenang dalam transaksi tersebut.<sup>15</sup>

Seperti halnya yang dilakukan di toko basmalah kita harus bersahabat dengan seorang pembeli agar kita dapat mengetahui apa yang lebih dibutuhkan oleh seorang pembeli tersebut sehingga kita dapat menarik perhatian seorang pembeli (konsumen).

## **6. Harga yang Terjangkau Sesuai Keinginan Konsumen**

Faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam berbelanja salah satunya yaitu harga. Harga merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen toko basmalah karena mereka akan memilih harga yang murah dalam berbelanja sesuai dengan apa yang diinginkan. Biasanya para konsumen akan memilih harga yang sesuai dengan uang yang dimiliki atau sesuai kemampuannya.

Prinsip ekonomi islam salah satunya keseimbangan yaitu nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang muslim. Keseimbangan dalam ekonomi ini mewujudkan kesederhanaan, hemat, dan menjauhi pemborosan. Maka dari itu konsumen toko basmalah kalau berbelanja harus dengan cara hemat tidak boros karena mereka berbelanja sesuai dengan kebutuhannya bukan untuk pemuas keinginan.

## **7. Barang Lengkap Serta Produknya Tepat dan Berkualitas**

Seorang produsen (penjual) harus pintar mencari sebuah agen perubahan agar mampu meningkatkan pendapatan. Setidaknya seorang produsen juga harus

---

<sup>15</sup>Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Persepektif Islam, cet ke 1* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2010), Hlm, 120.

mengetahui kebutuhan seorang konsumen, tidak sembarangan menjual suatu barang kepada konsumen.<sup>16</sup>

Tingkat kebutuhan konsumen sangatlah berbeda antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, maka dari itu seorang produsen memiliki kesempatan untuk mengetahui sebagian kebutuhan dari konsumen tersebut walaupun tidak semua kebutuhan mereka ketahui. Tetapi seorang produsen setidaknya mengetahui barang apa saja yang sering dibutuhkan oleh konsumen sehingga juga mampu memberikan produsen peluang untuk menyediakan barang yang sering dibutuhkan tersebut.

Toko Basmalah ini menjual beraneka ragam barang. seperti makanan ringan, peralatan mandi, peralatan kebersihan, minuman, kebutuhan dapur dan banyak barang yang lainnya. Maka dari itu konsumen lebih memilih berbelanja ditoko basmalah karena barangnya yang lengkap dan berkualitas.

---

<sup>16</sup>Ibid, hlm, 124

**Tabel 4.1**  
**Rekap Omset Toko Basmalah Cabang Tlanakan (Jan-Okt 2019)**

<b>No</b>	<b>Bulanan</b>	<b>Nominal</b>
1	Januari	Rp. 201.677.109,-
2	Februari	Rp. 200.077.396,-
3	Maret	Rp. 218.167.034,-
4	April	Rp. 226.891.987,-
5	Mei	Rp. 217.054.210,-
6	Juni	Rp. 192.552.782,-
7	Juli	Rp. 274.846.367,-
8	Agustus	Rp. 262.099.312,-
9	September	Rp. 278.326.357,-
10	Oktober	Rp. 318.190.609,-

**Sumber:** Laporan Rekap Omset dan Penjualan Nota Rata-Rata Perbulan Toko Basmalah (2020)

**Tabel 4.2**  
**Rekap Omset Toko Basmalah Cabang Tlanakan (Jan-Apr 2020)**

<b>No</b>	<b>Bulanan</b>	<b>Nominal</b>
1	Januari	Rp. 215.168.038,-
2	Februari	Rp. 202.385.188,-
3	Maret	Rp. 268.077.316,-
4	April	Rp. 321.198.625,-

**Sumber:** Laporan Rekap Omset dan Penjualan Nota Rata-Rata Perbulan Toko Basmalah (2020)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa omset Toko basmalah cabang tlanakan selama 10 bulan terakhir pada tahun 2018 dan selama 4 bulan terakhir pada tahun 2020 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Pada bulan Oktober 2018 omset Toko Basmalah mencapai hingga Rp. 318.190.609,- Sedangkan pada bulan April 2020 omset Toko Basmalah mencapai hingga Rp. 321. 198. 625,-. Hal tersebut menandakan bahwa pada Toko Basmalah Cabang Tlanakan selalu mengalami kenaikan omset setiap bulannya.

Sebagai penyedia kebutuhan bagi konsumen, sudah menjadi konsekuensi bagi setiap usaha ritel untuk selalu memahami perilaku konsumen agar konsumen dapat mencapai kebutuhan dan keinginannya dalam berbelanja. Sehingga konsumen merasa puas dalam berbelanja ditempat tersebut.<sup>17</sup> Pelayanan yang baik dan kemudahan dalam berbelanja menjadi daya tarik seseorang untuk memutuskan membeli suatu barang sebagai pemenuhan kebutuhan dalam setiap harinya. Oleh karena itu, seorang produsen harus bisa mengkaji segala hal yang berkaitan dengan konsumen mulai dari kebutuhan, keinginan, motivasi dan tempat belanja atau pasar sasarannya yang konsumen inginkan dalam berbelanja.

Beberapa cara produsen atau perusahaan yang dapat mendorong konsumen untuk berbelanja di tempat tersebut hingga mencapai sebuah kepuasan ialah memberikan promo atau diskon, barang yang tersedia lengkap, harga terjangkau dan kualitas yang baik. Sehingga konsumen dapat termotivasi untuk mengambil keputusan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

---

<sup>17</sup>Ekawati Rahayu Ningsih, Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran (Kudus: Media Nora Enterprise,2010), Hlm.37.