

ANALISIS MOTIVASI BELANJA KONSUMEN DI TOKO SEMBAKO TERAPUNG DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS PADA KM. MUARA SUMBER PURUK CAHU KAL-TENG)

Munawarah¹, Akhmad Hulaify², Galuh Nashrullah KMR³

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NPM. 18510144

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061004338

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061004337

Email: ghinarahima17@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan atas dasar latar belakang terkait letak geografis Puruk Cahu Kalimantan Tengah yang berada di daerah terpencil dan akses jalan yang cukup sulit dan jauh, sehingga dengan adanya Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah ini masyarakat pinggir sungai yang sering disebut sebagai lanting dapat memenuhi kebutuhan hidupnya serta menjadi pemasok sembako bagi pedagang di daerah Puruk Cahu hingga Kampung Taluk Jolo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) kondisi masyarakat Puruk Cahu Kal-Teng sehingga lebih termotivasi untuk berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu (2) motivasi konsumen memilih Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu sebagai tempat belanja dipandang dalam perspektif Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (*case study*).

Hasil penelitian ini yaitu (1) kondisi masyarakat Kabupaten Puruk Cahu yang membuat masyarakat lebih termotivasi untuk berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng karena tempat tinggal mereka berada jauh dari perkotaan, tingkat perekonomian yang masih belum stabil, (2) Motivasi belanja konsumen dalam perspektif Islam terhadap Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng sebagai tempat belanja yaitu karena barang yang dijual merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari yang telah terjamin atas kehalalannya, kualitas dan keamanan untuk konsumen, serta harga jual produk yang dijual tidak terlalu mahal dan tidak mengandung riba meskipun menerapkan sistem utang bagi masyarakat yang membeli dalam jumlah banyak untuk dijual kembali.

Kata Kunci : Motivasi Belanja Konsumen, Perspektif Islam

ABSTRACT

This research was conducted on the basis of the background related to the geographical location of Puruk Cahu, Central Kalimantan, which is in a remote area and road access is quite difficult and far, so that with the Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng, this riverside community who is often referred to as lanting can fulfill their daily needs and become a supplier of basic necessities for traders in the Puruk Cahu area to Taluk Jolo Village.

This study aims to determine (1) the condition of the people of Puruk Cahu Kal-Teng so that they are more motivated to shop at the Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng (2) consumer motivation to choose Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng as a shopping place is seen from an Islamic perspective. The research method used in this research is descriptive qualitative with a case study approach.

The results of this study are (1) the condition of the people of Puruk Cahu Regency which makes people more motivated to shop at the Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng because their place of residence is far from urban areas, the level of the economy is still not stable, (2) Consumer spending motivation in an Islamic perspective on the Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng as a place for shopping is because the goods sold are goods for daily living which have been guaranteed for their halalness, quality and safety for consumers, and the selling price of the products sold are not too expensive and do not contain usury even though they apply the system. debt for people who buy in large quantities for resale.

Keywords: Consumer Shopping Motivation, Islamic Perspective

PENDAHULUAN

Pandangan Islam berpandangan bahwa bumi dan seisinya merupakan amanah dari Allah kepada manusia untuk dimanfaatkan sebaik-baiknya demi kemaslahatan umat manusia, dan perekonomian pada umumnya. eksploitasi melalui aktivitas dan konsumsi. Manusia yaitu makhluk yang diciptakan oleh Allah SWT dan memiliki berbagai macam kebutuhan yang perlu dipenuhi untuk dapat bertahan hidup. Manusia memiliki tiga kebutuhan pokok: pangan, sandang, dan papan. Ketiga kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan dasar yang manusia tidak dapat hidup tanpa terpuaskan. Persediaan ini tersedia melalui perantara, toko, atau supermarket. Toko yaitu tempat yang memenuhi kebutuhan berbagai jenis manusia.

Pada saat transaksi terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, penjual memiliki harapan bahwa produknya laku dan menghasilkan keuntungan, dan pembeli memiliki harapan yang sama. Kita perlu memastikan bahwa produk kita berkualitas tinggi dan berguna. Itu tidak melanggar syariat Islam. Khusus untuk produk berupa sembako, pembeli selalu mengharapkan makanan tersebut terjamin kehalalannya, senantiasa berusaha beradaptasi dan merespon perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan mengetahui berbagai faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, toko dapat menciptakan produk inovatif yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa tuntutan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, tanpa terkecuali, di segala bidang kehidupan akibat tuntutan gaya hidup (*lifestyle*). Pada masa itu konsumen mulai memperhatikan efisiensi dan efektivitas dalam berbelanja, sehingga akibat pengaruh tersebut banyak bermunculan pasar modern (ritel) yang mencakup segala

kebutuhan primer dan sekunder hingga tekstil. kebutuhan di satu tempat. Perilaku konsumen diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran sebagai persuasi oleh toko untuk mempengaruhi keputusan pembelian.¹

Toko harus mengambil inisiatif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan memberikan informasi yang ditargetkan kepada konsumen yang ditargetkan. Ini memungkinkan Anda untuk mempertimbangkan produk yang ditawarkan saat membuat keputusan pembelian. Toko berfungsi sebagai tempat dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhannya dan mendapatkan produk yang dibutuhkannya. Selain itu, toko juga merupakan tempat untuk menawarkan produk. Oleh karena itu toko memainkan peran penting dalam mempengaruhi konsumen dan memotivasi mereka untuk melakukan pembelian..²

Sementara penjual memainkan peran penting dalam mempengaruhi konsumen untuk menarik minat konsumen, penjual juga harus berpegang pada prinsip-prinsip Rasulullah SAW berlaku: kejujuran, keadilan dan keandalan dalam pelaksanaan kontrak bisnis harus berlaku. Setiap perbedaan pendapat akan diselesaikan secara damai dan adil tanpa ada unsur penipuan yang dapat merugikan kedua belah pihak. Berikut yaitu beberapa hal yang selalu diperintahkan Nabi untuk menyenangkan pelanggannya. Rasulullah SAW memberikan pelayanan yang terbaik dan jujur sesuai dengan kondisi barang dan mencontohkan bagaimana bersaing dengan

¹ Hendro Cahyadi.2014. *Teknologi dan Kehidupan Masyarakat*. Jurnal Analisa Sosiologi April 2014, 3(1): 13 – 24

² Lucky Aminudin, 2015. Pengaruh kualitas produk, promosi dan *storeatmosfir* terhadap keputusan pembelian konsumen Pada kfc mega mas manado, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015

baik karena kolusi dalam persaingan bisnis yaitu dosa yang harus dihindari.³

Untuk memenuhi kewajiban konsumsi manusia, Islam telah mengatur semua kegiatan konsumsi manusia yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Semua aturan tersebut tertuang dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Perilaku konsumtifnya yang sesuai dengan kaidah Al-Quran dan As-Sunnah membawa keberkahan dalam hidupnya. Peran keyakinan merupakan ukuran penting karena keyakinan memberikan pandangan dunia yang cenderung membentuk kepribadian seseorang. Motivasi konsumen perlu kita ketahui karena beberapa konsumen sering mengeluhkan produk yang belum terdiversifikasi dan belum memenuhi kebutuhannya. Itu sebabnya rata-rata pengunjung toko mempengaruhi kesibukan para pecinta toko hanya pada hari libur, Sabtu dan Minggu.

Perlu diketahui lebih mendalam dari faktor psikologis yang tertera diatas adakah pengaruhnya terhadap konsumen yang melakukan transaksi di KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa psikologis konsumen merupakan perilaku konsumen yang didorong oleh jiwa/mental dalam diri konsumen itu sendiri untuk melakukan segala aktivitasnya. Begitu pula dalam hal keputusan pembelian yang merupakan aktivitas konsumen yang tidak terlepas dari dorongan psikologis untuk menentukan keputusan pembelian yang paling tepat.

Mengingat letak geografis Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah termasuk Provinsi Kalimantan Tengah yang dimana Propinsi Kalimantan Tengah merupakan propinsi terluas kedua di Indonesia setelah Papua. Luas

wilayah Kalimantan Tengah yaitu 153.564 kilometer persegi. Letak Provinsi Kalimantan Tengah berada pada posisi 111°–115° Bujur Timur dan 0°45' Lintang Utara 3°30' Lintang Selatan. Dengan sebelas sungai besar dan tidak kurang dari 33 sungai kecil/anak sungai, keberadaannya menjadi salah satu ciri khas Provinsi Kalimantan Tengah. Sungai Barito dengan panjang mencapai 900 km dengan rata-rata kedalaman 8 m merupakan sungai terpanjang dan dapat dilayari hingga 700 km.⁴

Berdasarkan letak geografis itu juga yang mendorong Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah untuk membuka usaha toko sembako terapung untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan sembako secara lengkap dan praktis, Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah memiliki peran penting untuk para masyarakat yang tinggal di pinggiran sungai dikarenakan mereka berada didaerah terpencil dan akses jalan yang cukup sulit dan jauh, sehingga dengan adanya toko sembako terapung ini masyarakat pinggir sungai yang sering disebut sebagai lanting dapat memenuhi kebutuhan hidupnya serta menjadi pemasok sembako bagi pedagang di daerah Puruk Cahu hingga Kampung Taluk Jolo, seperti Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah, Toko Sembako Terapung Kasreal, Toko Sembako Terapung Setia Baru, dan Toko Sembako Terapung Mitra.

Dari sekian banyaknya pengusaha yang sejenis, namun masyarakat lebih termotivasi untuk berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah dikarenakan menurut masyarakat Puruk Cahu, Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan

³ Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2008.

⁴ <https://dishut.kalteng.go.id/page/87/letak-batas-dan-luas-wilayah> (diakses pada 25 April 2022)

Tengah menjual sembako yang paling lengkap, harganya juga lebih terjangkau dari toko sembako terapung lainnya, dan hanya Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah yang memberikan keringanan untuk pembelian secara kredit. Berdasarkan pernyataan tersebut, ternyata Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah merupakan kapal pribadi atau tidak kapal yang disewa dari orang lain sehingga Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah mampu menjual harga lebih terjangkau karena tidak perlu berbagi hasil atau keuntungan dengan pihak lainnya selain untuk karyawan.

Meskipun Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah memiliki peranan penting bagi masyarakat Puruk Cahu hingga Kampung Taluk Jolo, namun nyatanya Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah juga memiliki kendala dalam operasionalnya dikarenakan biaya operasional untuk melakukan perjalanan dari Puruk Cahu hingga Kampung Taluk Jolo memerlukan biaya yang cukup besar hingga secara terpaksa untuk harga jual sembako yang dijual pun harus dinaikkan.

METODE PENELITIAN

Salah satu jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*). Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai tuntas. Kasus yang dimaksud bisa berupa tunggal atau jamak, misalnya berupa individu atau kelompok. Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kalimantan Tengah perlu dilakukan analisis secara

tajam terhadap berbagai faktor yang terkait dengan kasus tersebut sehingga akhirnya akan diperoleh kesimpulan yang akurat⁵.

Teknik Pengumpulan Data Studi lapangan yaitu analisis yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di lapangan. Dalam penelitian ini dilakukan teknik triangulasi, triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁶ Teknik ini menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Untuk pelaksanaannya ini, analisis lapangan diperoleh dengan cara :Observasi,Wawancara dan Dokumentasi

PEMBAHASAN

1. Motivasi Konsumen Berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng

Motivasi yaitu titik awal dari semua perilaku konsumen, proses dimana seseorang merasakan kebutuhannya dan memulai aktivitas untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Motivasi yaitu kekuatan pendorong yang menggerakkan orang. Dinamika ini yaitu hasil dari tekanan dari kebutuhan, keinginan, dan tuntutan

⁵Adrian *Sutedi*, 2009, Metode Penelitian Hukum, Sinar Grafika, Jakarta, h. 112

⁶*Sugiyono*. 2019. *Metode Penelitian* Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.

yang tidak terpenuhi atau tidak terpenuhi. Motivasi, bersama dengan proses berpikir dan pengetahuan sebelumnya, merupakan kekuatan pendorong untuk bertindak untuk mencapai tujuan atau meningkatkan kebutuhan..⁷

Perilaku konsumen sangat kompleks dan tidak dapat diprediksi, dan sikap, minat, dan perilaku konsumen membuat kita percaya bahwa konsumen rasional dalam semua keputusan pembelian.

Perilaku konsumen yaitu proses dimana seseorang mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah mengkonsumsi produk, jasa, atau ide yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Sebelum konsumen dapat memutuskan suatu produk, mereka terlebih dahulu melalui proses pengambilan keputusan. Karena proses pengambilan keputusan yaitu tahap di mana konsumen dapat memutuskan produk mana yang paling dia anggap sebagai produk yang paling banyak diinterpretasikan oleh niat pembelian.

Dalam memilih tempat berbelanja, konsumen memiliki proses evaluasi yang meliputi faktor-faktor seperti kenyamanan, pelayanan dan fitur produk. Ini yaitu faktor penting yang perlu dipertimbangkan produsen. Karena konsumen akan menjadi bahan

untuk memilih bisnis apa yang diinginkan konsumen. mengunjungi.

Bila ditanya mengenai alasan konsumen lebih memilih berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber. Menurut informan yang peneliti terima terdapat beberapa alasan masyarakat Puruk Cahu , diantaranya:

- a. Ibu Erna, dia lebih memilih berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber di karenakan belanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber lebih memuaskan, harganya lebih terjangkau dan lebih aman, selain itu lebih mudah karena tidak perlu pergi ke toko sembako yang ada di perkotaan karena jarak tempuh yang cukup jauh, dan barang-barang yang dibutuhkan tersedia dan kita juga tidak perlu khawatir bahwa barang yang kita beli kadaluarsa.
- b. Ibu Ratih, jika ditanya kenapa ibu lebih memilih berbelanja Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber, ibu menjawab karna jarak yang harus ditempuh untuk menuju ketempat toko sembako kalau belanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber itu belanja langsung dari rumah karena kapalnya yang berkeliling menghampiri masyarakat, meskipun hanyar berjualan dalam kapal, Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber tetap menjual sembako secara lengkap dan dijamin

⁷ Ramayulis, 2005. *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia,

kadaluarsanya, selain itu pelayanan dari pemilik dan karyawannya juga ramah dan harganya bisa ditawar apalagi kalau pembelian jumlah banyak atau grosir dapat harga khusus lagi.

- c. Ibu Suci, juga menjelaskan bahwa belanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber lebih nyaman karena tidak perlu pergi ke kota untuk berbelanja kebutuhan hidup, serta bisa berkasbon atau berutang kalau belanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber karena Ibu Suci membeli sembako dalam jumlah yang banyak untuk dijual kembali kepada masyarakat sekitar, meskipun membeli secara berutang, namun tetap membayar sesuai dengan nota pembelian tanpa ada bunga.

Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber bisa disebut sebagai toko kecil yang mudah diakses atau bersifat lokal. Yang pada umumnya sering di temukan berdampingan dan tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber ialah toko yang menjual kebutuhan sehari-hari yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok (sembako), makanan dan barang rumah tangga.

Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber ini tetap memainkan perannya sebagai penjual barang sehari-hari di masyarakat meskipun sudah banyak berdiri minimarket di Kabupaten Puruk Cahu. Walaupun demikian, tetap saja masih banyak masyarakat tidak terpengaruhi dengan hadirnya minimarket mereka masih tetap saja memilih berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber dikarenakan sulitnya akses jalan jika harus berbelanja ke minimarket dan harga di minimarket pun relatif lebih mahal dibandingkan dengan Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu.

Ada beberapa keunggulan berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu, yaitu :

1. Bersahabat terhadap pembeli.
2. Harga barang bisa ditawar.
3. Tersedia penjualan ecer maupun grosir.
4. Dapat memenuhi pesan untuk konsumen.
5. Bisa berutang atau dibayar kemudian.

Meskipun Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber masih menjadi toko sembako alternatif terbaik untuk masyarakat Kabupaten Puruk Cahu khususnya masyarakat yang tinggal dipinggiran sungai di Kabupaten Puruk Cahu dan sekitarnya, namun tidak menutup kemungkinan keberadaan Toko Sembako Terapung KM. Muara

Sumber Puruk Cahu akan mengalami kemunduran dengan berjalannya waktu, karena akan selalu ada kemungkinan pembangunan infrastruktur daerah baik berupa perbaikan atau pembuatan jalan untuk memudahkan akses ke perkotaan maupun tempat usaha sejenis yang disediakan oleh pemerintah maupun perorangan seperti minimarket.

Fasilitas yang dimiliki para ritel modern ini dimaksudkan untuk memudahkan pergerakan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adanya waralaba minimarket mempengaruhi lingkungan toko-toko kecil dan toko-toko yang pernah beroperasi untuk kebutuhan sehari-hari masyarakat. Jika semakin banyak konsumen yang tertarik dengan ritel modern ini akan mempengaruhi jumlah konsumen yang sebelumnya pernah berbelanja di warung atau toko kecil, dan juga akan mempengaruhi keadaan ekonomi para pedagang yang membeli makanan sendiri. Dampak dari peristiwa ini pada akhirnya menimbulkan reaksi para pengecer kecil atau usaha kecil sebagai bentuk pemahaman dan evaluasi mereka terhadap keberadaan minimarket.

Perwujudan sikap yang mereka wujudkan dalam bentuk mempengaruhi atau menolak, menyerah atau tidak, dengan keadaan yang muncul bahkan ketika inovasi baru ditemukan. Para pengusaha toko kecil tahu bahwa bisnisnya tidak dapat bersaing dengan waralaba minimarket (bisnis modern) yang dimiliki oleh beberapa orang yang, tentu saja, juga

memiliki modal besar. Pengusaha di warung atau toko kecil ini hanya bisa pasrah dengan keadaan saat ini. Hal ini tidak hanya berarti mereka harus berdiam diri dan hanya berjalan di tempat mereka, tetapi juga berusaha untuk meningkatkan usahanya, meskipun banyak usaha yang dimiliki oleh usaha kecil yang terkesan lemah dan bahkan gulung tikar akibat tidak mendapatkan keuntungan.

Sejalan dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, pedagang warung sebagai usaha kecil harus memiliki strategi yang merupakan aspek perencanaan usaha yang sangat menentukan dalam menghadapi persaingan dengan pelaku pasar lainnya. Strategi bisnis pedagang sebagai usaha kecil meliputi aspek produk, harga dan lokasi serta tidak lupa berdoa kepada Tuhan sebagai jalan terakhir dalam usahanya. Toko-toko kecil atau toko yang melihat situasi seperti itu harus waspada dan aktif serta memiliki strategi khusus untuk bersaing dengan peritel modern tersebut jika ingin usahanya tidak habis oleh perkembangan ritel modern.

Upaya pengecer kecil yang memiliki warung atau toko kecil untuk mempertahankan usahanya antara lain mengisi kembali penjualan yang ada di tokonya, mengatur penjualan agar lebih menarik, menawarkan harga yang lebih murah dan menawarkan diskon khusus kepada konsumen yang tidak mau berbelanja. Beli dalam jumlah besar, dapat membayar dengan uang tunai maupun dengan kredit, dan

memperluas cakupan usaha.

Perilaku konsumen yaitu perilaku yang berhubungan langsung dengan pembelian, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti perilaku tersebut. Bagi konsumen, masalah utama yang harus mereka hadapi yaitu mengatur penggunaan barang yang mereka butuhkan untuk memastikan kepuasan maksimal dengan harga terendah. Artinya konsumen memiliki prioritas atas barang dan jasa yang mereka butuhkan.

Oleh karena itu, mereka cenderung menghabiskan terlalu banyak uang untuk mendapatkan satu hal dan menggunakan biaya yang kecil untuk mendapatkan hal-hal lain. Konsumen semakin sadar akan haknya, di sisi lain waktu dan kesempatan berbelanja semakin terbatas. Perubahan perilaku konsumen yang ingin berbelanja dengan mudah menyebabkan mereka berpindah ke pasar modern. Merk modern penuh dengan interior yang elegan, terang, lapang, dan sejuk. Pengalaman berbelanja tidak lagi disugahi suasana yang kotor dan panas seperti berbelanja di pasar tradisional maupun warung.

2. Motivasi Konsumen Memilih Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng sebagai Tempat Belanja Dipandang dalam Perspektif Islam

Sesungguhnya Islam menanamkan sifat-sifat baik seperti

ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, persatuan, keadilan, saling pengertian, kerja sama, kedamaian dan kerukunan, serta berperan dalam mengendalikan perilaku terhadap hal-hal yang dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, Syariah memiliki pengaruh dalam membangun keseimbangan sumber daya masyarakat. Hal ini didukung oleh ajaran Islam untuk masyarakat tentang tanggung jawab manusia di dunia dan akhirat dan konsep *Mardhati* (Harapan Ridha Allah SWT) untuk berbagai bentuk dan jenis perbuatan. Karena konsumsi diatur oleh Syariah, maka arahnya tidak terlepas dari upaya menyeimbangkan kebutuhan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, ada perbedaan yang jelas antara Halal dan Haram dalam Islam. Artinya dilarang mencampurkan halal dan haram dalam kegiatan ekonomi. Ini yaitu bagian dari membatasi konsumen Muslim.

Konsumsi tidak terlepas dari peran akidah Islam. Peran iman merupakan kriteria penting karena iman memberikan pandangan duniawi dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu berupa perilaku, gaya hidup, selera, sikap terhadap orang lain, sumber daya dan ekologi. Keyakinan memiliki efek mendalam pada sifat, kuantitas dan kualitas konsumsi material dan kepuasan spiritual. Inilah yang disebut keseimbangan. Inilah yang di sebut untuk menyeimbangkan kehidupan duniawi dan ukhrawi.

Masalah mursalah itu dapat di jadikan salah satu alternatif sebagai dasar dalam *berijihad*. Pendirian minimarket akan mengurangi omset dari pedagang-pedagang di pasar tadisional (warung atau toko kecil) di Kabupaten Puruk Cahu sehingga pasar tradisional (warung atau toko kecil) harus menanggung beban pembangunan pasar modern. Dalam menghadapi salah satu pihak yang dirugikan maka kemaslahatan tidak dapat terwujud. Padahal kita mengetahui tujuan dari syariah yaitu menciptakan kemaslahatan.

Kita mengetahui bahwa yang motivasi belanja konsumen di minimarket dan warung atau toko kecil yakni itu dilihat dari beberapa aspek memiliki kualitas barang yang terjamin, tersedia barang-barang yang diinginkan, dan tentunya harga yang terjangkau dan juga kenyamanan dalam berbelanja. Namun tetap saja masih ditemui kecurangan-kecurangan yang ada di minimarket dan warung atau toko kecil. Minimarket sudah tren belanja karena perubahan orientasi belanja masyarakat. Dulu, konsumen selalu mencari harga yang murah, namun itu tidak cukup sekarang. Sekarang itu tidak cukup. Kenyamanan dalam berbelanja menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Adapun hasil wawancara dengan informan yang berbelanja di mengatakan:

Sebenarnya saya lebih senang berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk

Cahu selain harga murah, juga kapalnya sering stop dibelakang rumah sehingga tidak perlu jauh-jauh untuk membeli keperluan sehari-hari apalagi rempah-rempah. Namun terkadang barang dagangan yang disediakan Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu tidak sepenuhnya memiliki kualitas yang baik. Pernah saya temui saat membeli telur di produk Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu ternyata ada yang busuk salah satunya, tetapi pihak Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu langsung bersedia mengganti dengan telur baru.

Dalam jual beli terdapat lafas ijab qobul, ijab yaitu perkataan penjual, sedangkan qabul yaitu ucapan pembeli. Islam yaitu agama yang universal, mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, baik yang bersifat ibadah maupun muamalah, diharamkan sebagian menzalimi sebagian yang lain. Salah satu asas yang medasari perekonomian Islam yaitu asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain, seperti tidak menawar harga secara berlebihan.

Hal tersebut sejalan lurus dengan Q.S An-Nisaa ayat 29 yang menyatakan bahwa transaksi jual beli harus dilakuka dengan ridha dan sukarela .

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

“Janganlah kalian saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang timbul dari kerelaan di antara kalian”.

Serta transaksi jual beli juga harus dilakukan secara jujur, seperti yang termuat pada Q.S Asy Syu'araa ayat 181-183 :

أَلَمْ يَكُنْ لَهُ الْكُفْرُ أَنْ تَقُولَ مَنْ خَيْرٌ مِنْ الْخَيْرِينَ (181) وَإِنَّا بِالْمُنَافِقِينَ لَنَشِيمُ (182) وَلَا تَحْسَبِ النَّاسَ سِيئَاتِهِمْ وَلَا تَعْلَمَ فِي الْأَرْضِ
مَنْ يَسْتَبِينَ (183) وَأَقْرَبُ إِلَيْكُمْ أَجْرًا وَأَوْلَىٰ (184)

Artinya :

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kalian dan umat-umat yang dahulu”.

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang telah peneliti analisis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kondisi masyarakat Kabupaten Puruk Cahu yang membuat masyarakat lebih termotivasi untuk

berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng karena tempat tinggal mereka berada jauh dari perkotaan yang dimana harus melewati jalan yang aksesnya cukup sulit untuk dilalui, dan tingkat perekonomian yang masih belum stabil sehingga masyarakat dapat menghemat pengeluarannya dengan berbelanja di Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng karena tidak perlu pergi jauh-jauh ke kota untuk membeli kebutuhan hidup.

2. Motivasi belanja konsumen dalam perspektif Islam terhadap Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng sebagai tempat belanja yaitu karena barang yang dijual oleh Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng merupakan barang kebutuhan hidup sehari-hari yang telah terjamin atas kehalalannya, kualitas dan keamanan untuk konsumen, serta harga jual produk yang dijual Toko Sembako Terapung KM. Muara Sumber Puruk Cahu Kal-Teng yang tidak terlalu mahal dan tidak mengandung riba meskipun menerapkan sistem utang bagi masyarakat yang membeli dalam jumlah banyak untuk dijual kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian *Sutedi*, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, h. 112
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2008.
- Hendro Cahyadi.2014. *Teknologi dan Kehidupan Masyarakat*. Jurnal Analisa Sosiologi April 2014, 3(1): 13 – 24
<https://dishut.kalteng.go.id/page/87/letak-batas-dan-luas-wilayah> (diakses pada 25 April 2022)
- Lucky Aminudin, 2015. Pengaruh kualitas produk, promosi dan *storeatmosfir* terhadap keputusan pembelian konsumen Pada kfc mega mas manado, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015
- Ramayulis, 2005. *Psikologi Agama*, Jakarta: Kalam Mulia
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.