

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk terbesar nomer empat di dunia, dengan adanya keyakinan, agama, tradisi, etnis dan budaya yang beranekaragam. Meskipun demikian, lebih dari separuh jumlah penduduk Indonesia didominasi oleh dua suku terbesar Jawa dan Sunda.¹ Salah satu provinsi di Jawa adalah Jawa Timur yang merupakan bagian dari pulau terbesar di Indonesia salah satunya di wilayah Madura.

Pulau Madura terbagi menjadi Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, Sumenep dan mayoritas masyarakat Madura adalah muslim. Keempat kabupaten salah satunya adalah kabupaten Sampang yang merupakan kabupaten yang sempat dikatakan sebagai salah satu daerah tertinggal di Madura. Pada hari minggu 04 Agustus 2019 kabupaten Sampang dicabut statusnya sebagai daerah tertinggal oleh kementerian desa dan menjadi kabupaten berkembang. Beberapa aspek yang mendukung perkembangan kabupaten tersebut disebabkan karena perubahan perekonomian yang semakin maju, perubahan selera konsumen, dan tidak kalah penting dengan adanya perubahan teknologi.²

¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 23.

² Zamachsari, Sampang Bebas dari Status Tertinggal, <https://beritajatim.com/politik-pemerintahan/Sampang-Bebas-dari-Status-Daerah-Tertinggal/> diakses tanggal 5 Desember 2019.

Dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi pada saat ini akan berdampak pada segala kehidupan tanpa terkecuali pada pola konsumsi masyarakat akibat tuntunan gaya hidup (*lifestyle*).³ Seperti yang kita lihat pada saat ini, dengan banyaknya pembangunan-pembangunan infrastruktur dengan konsep yang lebih modern, sampai pada pembangunan pasar dengan konsep yang lebih modern dapat dipastikan memiliki tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi, hal tersebut kemudian dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Dengan adanya perubahan trend, perilaku belanja konsumen yang lebih mengutamakan kepraktisan dan kemudahan, maka terjadilah motif pembelian dalam pemilihan tempat belanja di pasar-pasar modern seperti mall, Supermarket, Departemen store, dan lain sebagainya. Masyarakat yang awalnya lebih tertarik berbelanja di pasar tradisional, seiring dengan kemudahan yang ada seperti terpenuhinya semua kebutuhan di dalam satu atap atau gedung dan tidak perlu keluar masuk dari toko satu ke toko lainnya untuk memenuhi beberapa macam kebutuhan seperti halnya kebutuhan primer, sekunder, hingga tersier dalam satu tempat.⁴ Dengan konsep toko yang lebih modern konsumen dapat memilih dan mengambil barang secara langsung.

Ritel merupakan perusahaan dimana didalamnya menjalankan aktivitas menjual barang dan jasa yang diperuntukkan kepada konsumen akhir dengan tujuan untuk dikonsumsi secara pribadi ataupun rumah tangga. Dapat

³ Gatot Sukendro, dkk, "Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Krudung Dan Jilbab) dalam Busana Muslimah," *Jurnal Siositeknologi*, Vol.15, No.2, Agustus 2016, 246.

⁴ Riska, *Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), 2.

dikatakan bahwa ritel merupakan kuantitas barang dalam jumlah besar menjadi kuantitas barang satuan. Terdapat beberapa perusahaan ritel besar yang telah beroperasi cukup lama di Indonesia, seperti Matahari Department Store dan *Carrefour* telah mengoperasikan hypermarket pada 24 negara di luar Amerika Serikat dan yang termasuk salah satunya adalah Indonesia.⁵ Adapun unsur-unsur yang digunakan ritel untuk memenuhi kepuasan konsumen dapat dibedakan menjadi empat kategori, supermarket konvensional, pengecer kotak besar toko kebutuhan sehari-hari, Eceran barang-barang umum.⁶

Salah satu bisnis ritel dengan klasifikasi minimarket yang berkembang di Indonesia adalah minimarket Indomaret dan Alfamart yang dapat kita ketahui bahwa usaha ritel tersebut menjalankan usaha jual beli barang, baik itu barang yang halal maupun non halal. Ritel ini tidak hanya jual beli barang namun juga terdapat jual beli jasa. Seperti yang sudah kita ketahui beberapa ritel Indonesia yang menjual pulsa, menerima pembayaran listrik, BPJS, PDAM, dan lain sebagainya.

Adapun salah satu bisnis ritel dengan klarifikasi minimarket yang berkembang dengan menggunakan konsep Islam yaitu minimarket Basmalah milik kopontren Sidogiri. Sejak 2013 kopontren Sidogiri membentuk infrastruktur brand Basmalah dengan nama Toko Basmalah dan motto tempat belanja yang baik.⁷ Di Madura sendiri khususnya Kabupaten Sampang salah satunya terletak di kecamatan Torjun yang berlokasi

⁵ Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi dua*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 4.

⁶ *Ibid.*, 15-17.

⁷ Toko Basmalah, "Peresmian Toko Basmalah Pakuniran Probolinggo", dalam <http://m.facebook.com/tokobasmalah/posts/1056091974601012>, diakses tanggal 22 Januari 2010.

strategis, dekat dengan pasar, sekolah, dan berdekatan dengan minimarket lainnya seperti Indomaret dan Alfamart.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 15 Juni 2020 dari jam 19.30 – 21.00 WIB konsumen muslim yang berkunjung di minimarket Indomaret sebanyak 48 orang, dan pada waktu yang sama konsumen muslim yang berkunjung di minimarket Alfamart sebanyak 30 orang, demikian konsumen muslim yang berbelanja di minimarket Basmalah sebanyak 20 orang. Hal tersebut membuktikan bahwa ketiga minimarket mengalami perbedaan jumlah konsumen muslim yang melakukan pembelian dilihat dari jumlah konsumen muslim yang paling banyak berbelanja di minimarket Indomaret dibandingkan di minimarket Alfamart dan Basmalah.

Demikian, dengan berbagai macam minimarket yang menawarkan beragam macam promo unik, kualitas dan kelengkapan produk yang baik, harga yang terjangkau hingga pemberian layanan membuat konsumen muslim tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam berbelanja untuk tercapainya sebuah kepuasan. Adapun bentuk kepuasan yang ada dalam diri konsumen tidak lepas dari yang namanya minat.

Dimana minat merupakan salah satu sifat yang dimiliki setiap manusia untuk selalu ingin mencapai semua kebutuhan dan keinginannya agar selalu dapat melakukan kegiatan ibadah baik ibadah *madlah* ataupun ibadah *ghairu mahdlah*. Dengan kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan adalah kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, karena merupakan kebutuhan manusia yang tidak bisa dipisahkan. Dalam bermuamalah sebagai

seorang muslim harus berpegang teguh berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Pada dasarnya dalam Islam perilaku konsumen didasari pada dua hal yaitu kebutuhan dan manfaat dari barang itu sendiri. Seorang muslim tidak akan melakukan konsumsi suatu barang jika barang tersebut tidak memenuhi kebutuhan dan manfaat. Saat konsumsi dalam perspektif Islam disebut sebagai penggunaan terhadap suatu barang atau jasa yang mempunyai tingkat kehalalan dan keberkahan yang lebih tinggi dan bukan merupakan hal yang diharamkan, maka dapat disimpulkan seorang muslim yang termotivasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan syariat Islam.⁸

Tidak lain masyarakat yang ada di kabupaten Sampang yang mayoritas penduduknya adalah muslim, minat konsumen untuk melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan syariat islam terutama dalam berbelanja. Di kabupaten Sampang ini, terdapat beberapa minimarket yang salah satunya ada di kec. Torjun kab. Sampang diantaranya adalah minimarket Indomaret, Alfamart dan Basmalah yang merupakan salah satu minimarket yang menggunakan konsep Islam di kec. Torjun tersebut, namun masyarakat di kec. Torjun ini lebih tertarik dalam berbelanja di minimarket Indomaret dan Alfamart dari pada di Basmalah, sehingga dengan hal ini peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana minat konsumen muslim dalam memilih tempat berbelanja di minimarket Indomaret, Alfamart, dan

⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 107-109.

Basmalah yang ada di kec. Torjun tersebut dengan judul “**Analisis Minat Konsumen Muslim dalam Memilih Tempat Belanja (Studi Kasus Minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah Kec.Torjun, Kab. Sampang)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja (studi kasus minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah kec.Torjun, kab. Sampang)?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian ini dengan berdasarkan rumusan masalah adalah untuk mengetahui minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja (studi kasus minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah kec. Torjun, kab. Sampang).

2. Kegunaan atau Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam mengetahui minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja di minimarket (studi kasus minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah kec. Torjun, kab. Sampang).

- b. Bagi universitas, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan literasi yang dapat dipertanggung jawabkan ke absahannya serta menjadi informasi tambahan.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan literasi serta menjadi referensi bagi yang akan maupun yang sedang melakukan penelitian.
- d. Secara umum berharap bisa menjadi bahan masukan terhadap penelitian maupun penelitian lanjutan untuk penelitian selanjutnya.

D. Kajian Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, penulis bukanlah yang pertama yang membahas tentang analisis minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja. Ada beberapa karya ilmiah hasil penelusuran penulis yang relevan dan terkait dengan tema penulisan skripsi penulis dan akan penulis sajikan beberapa diantaranya sebagai perbandingan atas kajian-kajian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian dari Anggit Listyoningrum, Fakultas ekonomi, Universitas Islam Indonesia, dengan judul “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sertifikat halal bukanlah suatu hal pokok bagi konsumen muslim PRODUK BT. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa tanpa memperpanjang sertifikat halalnya, sudah ada pengaruh minat beli

konsumen muslim dari sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku atas PRODUK BT tersebut.

2. Penelitian dari Nabil, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, dengan judul “Analisis Minat Beli Konsumen dalam Memilih Jasa Perhotelan (Pada Hotel Walisongo Surabaya)”. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa harga dan kualitas pelayanan, dapat mempengaruhi minat beli konsumen, sedangkan fasilitas dapat memberikan kontribusi terhadap minat beli konsumen pada hotel Walisongo di Surabaya.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian yang akan dilakukan, kemudian menerangkan kajian pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian, diantaranya adalah teori mengenai minat, konsumen, konsumen muslim, perilaku konsumen, perilaku konsumen muslim.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Diantaranya adalah jenis penelitian, objek dalam penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian yang merupakan uraian tentang deskripsi objek penelitian, pembahasan dari analisa data tentang hasil penelitian dari minat konsumen muslim dalam memilih tempat belanja di minimarket yang ada di desa Torjun yaitu minimarket Indomaret, Alfamart, dan Basmalah yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam bab pendahuluan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran. Merupakan sebuah pernyataan singkat yang di ambil peneliti dari analisis dan pembahasan peneliti. Penulis juga akan mencoba memberikan saran yang dapat membangun untuk kemajuan bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil objek yang serupa dengan penelitian ini.

