

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan budaya yang terus berkembang telah mempengaruhi dinamika sosial yang meningkatkan pola pikir manusia secara signifikan. Hal tersebut, seperti kegiatan sosial berupa donasi, zakat, sedekah dan infak yang bersifat tidak wajib, kegiatan sosial di bidang ekonomi, seperti kegiatan sosial yang berlatar belakang dari adanya suatu usaha untuk mencari keuntungan dengan keberadaan hubungan antar individu yang satu dengan yang lainnya dan saling membutuhkan.

Tuntunan agama yang merupakan pedoman hidup manusia, yang diwahyukan dari para nabi mewajibkan agar manusia dapat saling membantu satu sama lain. Agama Islam juga mengajarkan kepada umatnya untuk saling membantu terhadap sesama yang kurang mampu ekonominya, seperti melaksanakan sedekah dan infak, dalam agama Islam yang disebut dengan zakat. Namun di sisi lain, hal ini oleh banyak orang dimanfaatkan untuk mengambil keuntungan, secara langsung atau tidak, untuk disalurkan kepada orang-orang fakir miskin. Dalam sabda nabi besar Muhammad SAW:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

“Salah seorang diantara kalian tidak beriman sampai dia mencintai saudaranya sebagaimana dia mencintai dirinya sendiri.” (HR. Bukhari-Muslim) (HR. Bukhari).

Makna dari sabda tersebut adalah bahwa seharusnya umat muslim yang beriman tidaklah menelantarkan saudaranya, karena antar umat muslim yang beriman sesungguhnya bersaudara. Antar umat muslim merupakan satu kesatuan dari diri kita sendiri sebagai individu yang seutuhnya hingga Rasulullah SAW berkata demikian. Maka haramlah yang sebenar-benarnya

Sebagai negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia, organisasi amal Islam di Indonesia jumlahnya semakin bertambah dari tahun ke tahun salah satunya pemerintah mengatur mengenai lembaga amal zakat ini dalam Undang-undang (UU) nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. UU tersebut menyebutkan bahwa untuk mengelola zakat, infak, dan sedekah, pemerintah membentuk Badan Amil Zakat (BAZ) yang secara langsung dibentuk oleh pemerintah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dibentuk oleh masyarakat kemudian dikukuhkan oleh pemerintah (Muslim, 2013, p. 37). Dibentuknya suatu wadah dalam menyimpan dana ini berguna untuk penyimpanan dana sumbangan atau donasi yang terstruktur dan tersistematis agar tidak disalahgunakan oleh para lembaga penyimpan donasi yang tidak memiliki itikad baik sehingga berpotensi dana tersebut tidak disalurkan sesuai dengan tujuan dari adanya donasi tersebut.

Menurut beberapa penelitian psikologi, seperti penelitian Cordova and Lepper, jumlah donasi yang diberikan dari organisasi nirlaba juga dipengaruhi oleh pilihan jumlah dana yang disediakan. Dalam hal ini, donatur individual diberikan alternatif beberapa pilihan jumlah dana yang dapat disumbangkan, yang kemudian pilihan-pilihan tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi donatur untuk memutuskan berapa jumlah yang akan diberikan, dan meyakinkan keputusan donatur bahwa organisasi nirlaba akan menggunakan dananya sesuai dengan tujuannya (Suartana, 2010, p. 181).

Selama ini mungkin banyak yang tidak mengetahui bahwa toko ritel sebagai kegiatan usaha, melakukan fungsi ganda untuk kegiatan amal dengan cara menawarkan sisa hasil kembalian konsumen untuk di sumbangkan. Terkadang sebagai konsumen apabila ditawarkan pilihan tersebut akan mempengaruhi niat ataupun itikad dari si konsumen, pilihan ini membawa para konsumen:

1. Secara ikhlas dalam memberikan kembaliannya atau
2. Secara terpaksa harus memberikan sisa hasil kembaliannya.

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai berbagai pendapat tentang makna sedekah dan infak, apa yang mempengaruhi dalam mendonasikan

uang berkaitan dengan sedekah dan infak, semua tergantung dari individu masing-masing, terlebih juga pada saat ini banyak ritel yang membuat jembatan untuk beramal lebih mudah dan tidak merepotkan, akan tetapi disini si penulis memaparkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketika selesai berbelanja, dapat menyumbangkan sisa dari uang kembalian.

Adapun yang dapat diketahui secara umum adalah tingkat inisiatif dari donatur yaitu dibidang sosial yang merangsang pihak donatur untuk memberikan secara sukarela tanpa imbalan. Faktor yang lain yaitu dibidang ekonomi, di mana donatur memberikan donasi karena cukup harta kekayaannya yang dapat disumbangkan sebagai upaya untuk memberikan kepada orang lain yang membutuhkan dan bentuk sosial yang diharapkan juga dapat memberikan kemandirian pada yang menerima donasinya dalam bentuk pembangunan ekonomi demi kesejahteraan si penerima ekonomi.

Faktor lain yang mempengaruhi donatur untuk menyumbangkan dananya yaitu berdasarkan ajaran agama. Faktor agama sebagai pedoman hidup bagi yang memiliki keyakinan donasi atau sumbangan dalam hal ini adalah sedekah dan infak. Hal ini merupakan amanah yang diberikan pada tiap-tiap umat muslim untuk saling memberi bagi yang membutuhkan, hasil dari penelitian oleh Abdurahman, faktor yang mempengaruhi donatur menyumbangkan dananya adalah sebagai berikut (Abduruohman Muslim, Agus Purwanto, 2013, p. 4):

1. Dalam sebuah organisasi yang secara eksplisit dijelaskan melalui misi, tujuan, serta deskripsi organisasi.
2. Bagaimana donasi yang disumbangkan oleh donatur disalurkan oleh organisasi menggunakan informasi akuntansi yang berupa efisiensi keuangan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan, terdapat lembaga yang secara khusus dibentuk untuk menyelenggarakan dan menyalurkan dana dengan memberikan donasi/dana kepada pihak-pihak yang berhak menerima. Namun, terdapat juga lembaga yang memang bukan secara khusus sebagai penyelenggara dalam melakukan fungsi simpanan dana untuk donasi, seperti

terdapat pada usaha-usaha pencari laba dalam bentuk toko ritel, kini dinamika perekonomian semakin maju, namun cara atau etika dalam melakukannya banyak dipertanyakan. Hal tersebut seperti yang telah dijelaskan bahwa fungsi toko ritel, sebagai usaha untuk mencari keuntungan, kini toko ritel sendiri di libatkan sebagai penyelenggara dana simpanan untuk memberi donasi dengan modus untuk mencari keuntungan dengan pembulatan harga dan sisa kembalian uang suatu barang untuk didonasikan.

Contoh kasus dalam Indomaret lagi ekspansi di Pekanbaru, Provinsi Riau. Jaringan minimarket waralaba ini tumbuh subur di sejumlah ruas jalan protokol. Sebut saja Jl Sudirman, Jl Tuanku Tambusai, Jl Kaharuddin Nst, Jl Soekarno-hatta, Jl Arifin Achmad dan lainnya. Lokasinya strategis semua. Ada juga di areal SPBU. Kalau di ruko, minimal dua pintu, dan banyak yang lebih. Bahkan ada supermarket lokal diambilalih, kemudian berganti Indomaret. Desainnya juga kren, minimalis dan punya ciri khas dengan corak putih yang mendominasi. Saya sudah beberapa kali berbelanja di sini dan terakhir Minggu (28/4) malam lalu, di sebuah minimarketnya di bilangan Jl Kaharuddin Nst. Tapi di banyak minimarket yang pernah saya singgahi untuk berbelanja, menurut saya ada yang menggantal di Indomaret.

Begitu habis transaksi dan ada uang sisa recehan, kasirnya langsung bilang; sisanya di sumbangkan Pak? Waktu itu sisa uang saya sekitar Rp 700. Sebenarnya uang segitu tak seberapa sih. Untuk bayar parkir saja tidak cukup. Tapi hati kecil saya seperti ada yang menggantal, saat tiba-tiba ditodong seperti itu. Tapi sudahlah, saya ikhlaskan saja. Tapi tetap juga kepikiran; dulu di banyak minimarket atau supermarket, begitu tidak ada uang receh, diganti permen. Tapi sekarang ada model baru pula; disumbangkan. Disumbangkan kemana ya? Ntahlah. Peristiwa ini kemudian jadi perbincangan di tempat kerja, termasuk juga di lingkungan tempat tinggal saya. Sebab mereka juga mengalami hal serupa.

Tapi ada yang merelakan dan ada juga tetap minta dibalikkan. Akhirnya mereka dan juga (mungkin) saya, seolah-olah ada kesan negatif atas 'sumbangan' itu. Menariknya lagi. Satu waktu saya belanja lagi di tempat

yang sama. Saat itu nilai belanja saya Rp 58,950. Kemudian saya serahkan uang pecahan Rp 100,000. Selanjut si kasir menyerahkan uang kembalian Rp 40,500. Mestinya Rp 41,050. Artinya masih kurang Rp 550. Kemudian si kasir bilang sambil pasang wajah senyum; kurang 500 g apa-apa ya pak. Saya tidak langsung jawab, tapi dalam hati berguman; kok main embat aja duit orang, walaupun hanya Rp 500. Tapi belum sempat saya protes, akhirnya uang saya tetap dibalikkan utuh. (Walaupun sesungguhnya masih kurang Rp 50, tapi sudahlah, kemana mau cari uang pecahan segitu, hehe). Tapi tetap juga ada mengganjal; Kemarin-kemarin di tawarkan untuk disumbangkan, tapi sekarang malah mau main embat aja. Memang nilainya tidak seberapa sih, tapi caranya itu, kecek urang awak; indak lamak. Lagi pula kalau ada ribuan orang seperti itu, banyak juga duitnya. Bagi saya, cara-cara ini tidak lazim dan hal baru. Saya belum tahu, apadasar konsepnya. Ntahlah, serahkan saja kepada masyarakat untuk menilainya, atau kalau cara-cara ini dianggap melanggar, serahkan saja kepada pemerintah untuk menanganinya.

Perilaku konsumen ini dapat menimbulkan pengaruh ekonomi masyarakat dalam mendonasikan sebagian hartanya dan demikian pula pengaruh bagi penerima donasi yang difasilitasi oleh toko-toko ritel seperti indomaret, dan kelanjutannya bagi pengaruh ekonomi, guna kesejahteraan masyarakat dengan adanya perilaku sosial yang berkaitan dengan konsumen sebagai subjek dari upaya pelaku usaha, untuk melakukan proses perekonomian yang bertujuan untuk kepentingan sosial. Subjek penelitian ini lebih berorientasikan kepada masyarakat umum di daerah Sleman, Yogyakarta, sebagai konsumen yang berpengaruh dari usaha ritel, dalam hal ini menarik perhatian masyarakat umum Sleman untuk mendonasikan uang kembalian belanja berdasarkan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat, sebagai konsumen toko ritel, korelasi yang ada dalam permasalahan ini adalah terkait dengan faktor minat masyarakat umum.

Dari banyak toko ritel yang ada di DIY salah satunya yang menerima sumbangan donasi terbesar yang terletak di DIY yaitu kabupaten sleman, di sleman sendiri banyak nya indomaret yang tersebar ada salah satunya yang

sangat menonjol karena letak dan lingkungan yang strategis memungkinkan menerima donasi terbesar. Dari kelima kabupaten yang ada mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing dan alasannya mengapa? *Pertama*, Sleman menjadi yang paling terbanyak di antara kelima, Sleman sudah sangat maju dari berbagai aspek yang ada dan di antaranya pasar modernnya yaitu indomaret, indomaret di sleman tergolong sudah sangat maju dan masyarakat yang ada sudah banyak pindah dari pasar tradisional ke pasar modern.

Kedua, Bantul jika di bandingkan dengan kabupaten sleman yang letak geografis nya agak menjulur ke pantai dimana bantul sendiri lebih menekankan kepada pasar tradisional, bupati sebelumnya lebih menekankan agar menghidupkan pasar tradisional di banding pasar modern maka dari itu kabupaten bantul membatasi pada indomaret yang mana indomaret termasuk pasar modern, juga pihak indomaret yang tidak dapat dengan mudah masuk ke setiap wilayah yang ada, karena pihak indomaret harus terlebih dahulu mengajukan kepada berbagai persetujuan antara lain, lingkungan, pedagang setempat dan juga bupati yang menjabat.

Ketiga, Gunung Kidul yang paling luas di antara kelima kabupaten akan tetapi kurangnya dalam hal ritel karena berbagai faktor antara lain bupatinya dan cakupan masyarakat yang ada.

Keempat, Kulonprogo yang wilayah nya terbesar ke dua di antara kabupaten yang ada, lalu mengapa tidak banyak indomaret disana? Karena untuk mendirikan indomaret harus ada survey dari pihak indomaret yang meliputi wilayah daerah yang akan di bangun, lingkungan, lokasi yang akan indomaret bangun dan banyak tidak nya warga yang terdapat disana (pangsa pasar berpotensi atau tidak), sedangkan fakta di lapangan yang ada di kabupaten kulonprogo pada tiap kecamatan jarak antara rumah satu dengan yang lain agak berjauhan lalu kondisi jalan yang sulit di tempuh dan budaya masyarakat yang masih memilih kepada pasar tradisional di banding pasar modern.

Kelima, Yang terakhir dan terkecil di antara kelima kabupaten yaitu kota Yogyakarta dimana banyak terdapat indomaret akan tetapi ada berbagai kendala salah satunya yaitu wilayah yang kecil tersebut, karena tiap indomaret satu dengan yang lain harus mempunyai jarak minimal yaitu 500m. maka dari kelima kabupaten yang paling menonjol yaitu sleman (Andre, 2016).

Berdasarkan pada paparan di atas dari pihak disampaikan bahwa dengan mengangkat permasalahan-permasalahan tersebut diteliti maka judul penelitian ini adalah ***"Perilaku Muslim Dalam Mendonasikan pengembalian Uang Belanja Di Indomaret Point (Studi Kualitatif Fenomenologi Pada Konsumen Di Indomaret Point Sleman Yogyakarta, Tahun 2017)"***

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana perilaku muslim dalam mendonasikan sisa uang belanja di Indomaret POINT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, ada beberapa tujuan yang dapat dicapai dari penelitian ini, antara lain :

Mengetahui bagaimana perilaku muslim dalam mendonasikan sisa uang belanja di Indomaret?

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen dalam mendonasikan sisa uang belanja di toko ritel.

2. Bagi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan bagi masyarakat yang akan datang khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pendonasian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini akan disusun dalam lima bab, yang masing-masing berisi uraian sebagai berikut:

BAB I

Pada bab 1 ini ada pendahuluan, pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, hipotesis, serta sistematika pembahasan. Dan ada landasan teori yang terdapat pada BAB II

BAB II

Pada Bab I sudah di jelaskan apa yang terdapat pada Bab I dan di lanjutkan dengan landasan teori yang ada pada Bab II ini yang berisi terkait landasan teori tentang donasi, konsumen, ritel, prespektif islam dalam perilaku konsumen, maqashid al syariah yang meliputi pengertian masing-masing dan sebagainya.

BAB III

Bab III ini menjelaskan metode yang di gunakan untuk menjawab atau menganalisa rumusan masalah pada penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional varaibel penelitan dan pengukuran, populasi dan metode penentuan sampel, metode analisis data, uji hipotesis, instrumen penelitian, dan pengujian validitas dan reliabilitas.

BAB IV

Pada Bab III menjelaskan metodenya maka pada Bab IV ini menjawab dan mendapatkan hasil, pembahasan lalu menguraikan tentang pengaruh donasi serta perilaku konsumen dalam mendonasikan sisa kembalian.

BAB V

Pada Bab V ini terdapat penutup dari semua Bab yang ada, dari Bab I sampai Bab IV yang setiap Bab terdapat makna dan fungsinya lalu dari kesemuanya Bab V merupakan bagian akhir penulisan. Bagian ini memuat kesimpulan dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.