



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Atmosfir Berbelanja Barang Halal pada Ritel Islam

Febri Rakhmawati Arsj¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi atmosfir berbelanja pada ritel muslim saat berbelanja barang halal. Produsen dan pemasar memahami bahwa setiap muslim harus memastikan bahwa semua yg dimakan berasal dari sumber yang halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif deskriptif, peneliti menggunakan kajian studi pustaka yang berasal dari buku, majalah, kajian literatur serta jurnal ilmiah yang relevan dan berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. Atmosfir toko pada Tip Top Supermarket sangat kental mencerminkan sekali nuansa Islami yang dapat dirasakan ketika memasuki area pertokoan. Tip Top Supermarket sangat memperhatikan sekali unsur Islami pada tokonya tetapi tetap tidak menutup bagi konsumen non muslim untuk datang berbelanja. Tip Top Supermarket memberikan sentuhan differensiasi yang berbeda dengan retail yang ada. Barang yang disediakan di toko semua bersertifikasi halal untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga tidak memberikan keraguan dalam mengkonsumsinya.

Kata kunci : Atmosfir toko, halal.

Abstract

This study aims to analyze the condition of the shopping atmosphere at Muslim retailers when shopping for halal goods. Manufacturers and marketers understand that every Muslim must ensure that what all of them eat comes from halal sources. The method used in this research is descriptive qualitative, the researcher uses a literature review that comes from books, magazines, literature studies and scientific journals that are relevant and related to the object being researched. The store atmosphere at Tip Top Supermarket is very thick, reflecting the Islamic nuances that can be felt when entering the shopping area. Tip Top Supermarket is very concerned about the Islamic element in its store but still does not close for non-season consumers to come shopping. Tip Top Supermarket provides a touch of differentiation that is different from existing retail. The goods provided in the store are all halal-certified to meet the needs of consumers, so there is no doubt in consuming them.

Keywords : Store atmosphere, halal.

¹ Institut Perbanas
febirakhma@gmail.com

PENDAHULUAN

Pasar yang dicirikan dengan generasi muslim adalah muslim zaman now yang mampu menyinergikan antara ilmu dan agama. Generasi yang mempunyai *worldwide* cara pandang bahwa antara keimanan dan modenitas bisa berjalan beriringan. Populasi muslim adalah salah satu kelompok demografis yang paling cepat pertumbuhannya. Tercatat lebih dari 1 Milyar muslim tinggal di Asia, terutama Indonesia yang menjadi negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia.

Permintaan produk halal meningkat dari tahun ke tahun, khususnya sektor makanan dan minuman halal, yang menjadi sector dengan potensi terbesar di Indonesia. Di negara-negara muslim, industri ini berkontribusi sebesar 16,6% dari total industri makanan dan minuma global. Menurut *State of the Global Economy Report 2020/2021*, Indonesia menempati rangking ke empat pada *Top 10 Indicator Score Rank by Sector Halal Food* setelah Malaysia, Singapura dan UAE.

Gaya hidup generasi muslim saat ini sangat memperhatikan setiap asupan yang masuk ke dalam tubuhnya harus berlabelkan halal. Label halal dilirik dan menjadi faktor penting bagi generasi muslim dalam pengambilan keputusan pembelian barang. Tak heran jika kemudian perusahaan berlomba-lomba melabelkan produknya dengan stiker halal.

Pada industri makanan dan produk berlabel halal berkembang menjadi semakin aman, higienis dan ramah lingkungan. Produk islami tesebut tidak hanya memikat hati konsumen muslim, namun juga konsumen non-muslim. Salah satu cara untuk meningkatkan produk makanan halal, dimulai dengan pemenuhan target sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mencakup produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik yang wajib bersertifikasi halal. Menurut Adhi S. Lukman, ketua umum gabungan pengusaha makananan minuman Indonesia (GAPMMI) per 17 Oktober 2019 semua makanan yang beredar di Indonesia sudah memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui lembaga sertifikasi halal yakni Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Geliat bisnis ritel islami kian meningkat seiring banyaknya mini market dan supermarket yang berlandaskan halal. Salah satu pelaku usaha yang ikut meramaikan industri makanan dan minuman halal yakni Tip Top Supermarket. Saat ini Tip Top Supermarket memiliki 7 store. Adapun peritel yang meramaikan pasar ritel islami yakni sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1 Ritel Bernuasa Islami

No.	Retail Bernuansa Islami	Lokasi
1.	212 Mart	Depok
2.	Super Mini Market (SMM)	Bandung
3.	Al Amin	Bogor
4.	Markaz	Yogyakarta, Jakarta dan Jawa Timur
5.	Al Hikmah	Jakarta
6.	Zam-zam	Salatiga
7.	LEU	
8.	Kitamart	
9.	Shodaqo	
10.	Lulu Group	Bandung, Solo, Semarang, Surabaya dan Yogyakarta
11.	Tip – Top	Rawamangun, Ciputat, Cimone, Pondok Bambu, Depok, Pondok Gede dan Tambun
12.	Podjok Halal	Jakarta
13.	Halal Butchery	

Sumber: Data diolah, 2021.

Tip Top Supermarket merupakan pioneer ritel islami di Jakarta dan sekitarnya. Tip Top Supermarket adalah jaringan toko swalayan islami yang menerapkan cara-cara yang sesuai dengan ajaran islam dalam kegiatan perdagangannya. Tip Top Supermarket dapat membaca peluang serta jeli melihat potensi pasar generasi muslim yang sangat besar. Tip Top Supermarket dibangun untuk membantu memberdayakan umat islam dan sesuai dengan apa yang menjadi misi dari Tip Top Supermarket. Selaras dengan hasil penelitian Widodo (2013), konsumen muslim lebih suka berbelanja pada retail islam.

Akhir tahun 2021 Tip Top Supermarket akan menambah satu *store* lagi di Bogor untuk mengakomodir seluruh permintaan dari muslim setempat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup generasi muslim 4.0 ketika melakukan pembelian barang halal pada retail bernuansa islami.

TINJAUAN PUSTAKA

Atmosfir Toko. Menurut Kotler & Keller (2018) mendefinisikan atmosfir toko sebagai kegiatan merancang lingkungan pembelian dalam suatu toko dengan menentukan karakteristik toko tersebut melalui pengaturan dan pemilihan fasilitas fisik toko dan aktifitas barang dagangan. Penggunaan store atmosfir mempunyai tujuan sebagai penunjang menentukan citra toko dan memposisikan toko dalam benak konsumen. Tata letak toko akan menjamin kenyamanan dan perilaku berbelanja (Solomon, 2018). Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarnya dan dapat menarik calon konsumen untuk berbelanja.

Muslim Era 4.0. Saat ini kita memasuki era generasi milenial di mana generasi ini yang paling mengerti apa yang harus dilakukan saat ini. Milenial bisa mengendalikan dan membangun kebudayaan digital, terbuka, lentur dan cepat. Sedangkan muslim era 4.0 milenial adalah generasi muda muslim yang mempunyai worldview-cara pandang bahwa antara keimanan dan modernitas bisa berjalan secara beriringan. Bahkan muslim milenial selangkah lebih maju untuk meningkatkan keimanan, ilmu keislaman dan mengikat silaturahmi (Yanuardi & Tri, 2020).

Sedangkan menurut Yuswohady (2017), generasi muslim era 4.0 memiliki empat karakteristik yang unik dan hanya ada di Indonesia, yakni:

1. *Religious*, mereka religious dan taat pada kaidah-kaidah islam.
2. *Universal Goodness*, mereka melihat islam sebagai rahmatan lil`alamin yang memberikan kebaikan universal kepada seluruh umat manusia.
3. *Modern*, mereka modern, berpengetahuan, melek teknologi dan berwawasan global.
4. *High Buying Power*, mereka makmur dengan daya beli memadai, kemampuan berinvestasi lumayan dan jiwa memberi (zakat dan sedekah) yang cukup tinggi.

Halal. Sebagai sebuah pandangan hidup, agama islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia melalui hukum atau syariat islam di dalam Al-Qur`an dan Al Hadist. Adapun istilah halal menurut Saparini et al. (2018) adalah segala sesuatu yang tidak di haramkan oleh Allah SWT sehingga mencakup segala perbuatan yang hukumnya wajib, sunnah (mandub), mubah dan makruh. Sertifikat label halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Berdasarkan pengertian di atas, sertifikat halal adalah pernyataan halal suatu produk yang telah lulus uji kriteria kehalalan.

Pengertian makanan dan minuman yang halal meliputi: (1) Halal secara zatnya; Makanan yang halal menurut zatnya adalah makanan yang dari dasarnya halal untuk dikonsumsi dan telah ditetapkan kehalalannya dalam Al-Qur'an dan Al Hadist. (2). Halal cara memprosesnya; Makanan yang semula halal dan akan menjadi haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat agama. Banyak sekali makanan yang asalnya halal, tetapi karena pengolahannya yang tidak benar menyebabkan makanan itu menjadi haram. (3) Halal cara memperolehnya; Makanan yang diperoleh dengan cara yang baik dan sah. Makanan akan menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan jalan yang batil karena itu bisa merugikan orang lain dan dilarang oleh syariat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, di mana penelitian dilakukan secara langsung datang ke lapangan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, pengamatan dan wawancara kepada manajemen Tip Top Supermarket (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan kajian studi pustaka yang berasal dari buku, majalah, kajian literatur serta jurnal ilmiah yang relevan dan berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. Penulis memperoleh data dengan penyajian data dan hasil penelitian dalam bentuk narasi dalam penjabaran deskripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gelombang pertumbuhan muslim 4.0 di Indonesia sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat, nilai-nilai islam mulai hadir dalam setiap aspek kehidupan. Sebagai umat islam, menerapkan gaya hidup syariah sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang merupakan sebuah kewajiban. Generasi muslim 4.0 melihat halal sebagai hal esensial dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan gaya hidup konsumsi mereka. Gaya hidup halal mereka lihat tak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap hukum syariah, tetapi juga didasarkan pada keyakinan bahwa produk halal mendatangkan kebaikan pribadi ataupun universal. Konsumen menilai bahwa halal telah menjadi gaya hidup. Halal menjadi hal yang paling penting saat akan membeli atau menggunakan berbagai produk konsumsi. Kalau tidak halal, maka cenderung akan menolak menggunakannya, kecuali dalam kondisi mudharat sebagaimana dibolehkan oleh ajaran agama.

Tren penggunaan produk halal dan menerapkan gaya hidup sesuai syariah dalam keseharian muslim, membentuk dirinya untuk konsisten menerapkan ajaran Islam, muslim kelas menengah berusaha memasukkan nilai-nilai Islam dalam berbagai kebutuhan hidup, padahal harus memahami makna halal dan Syariah, agar bisa meluruskan niat dalam menjalankan ajaran seutuhnya. Halal (Arab: حلال, ḥalāl; "diperbolehkan") adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Istilah ini dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Pasangan halal adalah thayyib yang berarti baik. Suatu makanan dan minuman tidak hanya halal, tetapi harus thayyib; apakah layak dikonsumsi atau tidak, atau bermanfaat bagi kesehatan. Halal sebagai salah satu dari lima hukum, yaitu: fardhu

(wajib), mustahab (disarankan), halal (diperbolehkan), makruh (dibenci), haram (dilarang). Hai Manusia, makanlah dari apa yang terdapat di bumi, yang halal dan yang thoyyib. Dan janganlah kamu menuruti jejak setan (yang suka melanggar atau melampaui batas). Sesungguhnya setan itu adalah musuh kamu yang nyata (QS Al-Baqarah:168). Secara harfiah, penggunaan kata Halal diartikan sebagai sesuatu yang diizinkan.

Halal lifestyle atau disebut juga dengan gaya hidup halal saat ini tengah menjadi tren global. Banyak negara-negara di berbagai belahan dunia tengah berupaya menerapkan sistem *halal lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari. Penggiat halal dari Indonesia Halal Watch (IHW) Ikhsan Abdullah mengatakan, gaya hidup halal merupakan gaya modern yang mesti dibarengi dengan pola konsumsi sehat. Artinya orang yang menjalankan gaya hidup modern itu hanya memilih makanan-makanan halal saja dan menghindari yang tidak halal.

Berdasarkan hasil survei Yuswohady (2017), survey dilakukan di enam kota besar di Indonesia, menemukan bahwa halal merupakan preferensi utama konsumen muslim dalam melakukan keputusan pembelian. Kehalalan mengalahkan bentuk keamanan, komposisi bahan kandungan, harga, merek dan lainnya. Artinya, mereka merasa kepatuhan pada ajaran agama atau benefit halal merupakan yang utama sebelum melihat benefit fungsional dan emosional produk. Mereka semakin sadar pentingnya mengecek status kehalalan sebelum mengkonsumsi produk. Ini terlihat dari pernyataan 95 persen konsumen yang menilai pentingnya mengecek logo halal sebelum menggunakan produk. Dalam hal menilai kehalalan makanan, konsumen mengidentifikasi tiga tahapan halal:

1. *Doubtful halal assurance*

Rumah makan menampilkan sign “*No Pork, No Lard*” ditambah interior muslim yang berlebihan (foto masjid, muslim arab, dan lain-lain).

2. *Reasonable halal assurance*

Makanan-makanan yang memang dijual di negara/area yang mayoritas Islam. Misalnya saja ketika berlibur ke Bali, muslim traveler akan lebih selektif memilih makanan dibandingkan ketika di Jogja.

3. *Strong halal assurance*

Pemilik rumah makan menggunakan label halal untuk membangun kepercayaan merek. Contohnya dengan menampilkan sertifikasi MUI di resto.

Menurut ajaran Islam mengkonsumsi makanan yang halal sangat dianjurkan bahkan wajib hukumnya sesuai dengan apa yang terdapat dalam Alqur'an dan Hadits Rasulullah saw, banyak ayat dan hadits yang menjelaskan tentang perintah minum yang halal dan baik diantaranya Q.S Al-Maidah: 88, Q.S. Al-Baqarah: 168, QS. Al-Baqarah: 172, dan QS. Al-Baqarah: 173. Adapun seruan dalam hadis sebagai berikut: “Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir r.a, saya mendengar Rosululloh SAW bersabda sesungguhnya halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas dan di antara keduanya ada hal-hal mutasyabihat (samar-samar, tidak jelas halal dan haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya, barang siapa hati-hati dari hal-hal subhat, sebenarnya dia telah menyelamatkan agamanya dan harga dirinya, dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara yang diharamkan” (HR. Bukhori & Muslim).

Pengaruh makanan yang haram:

1. Makanan haram mempengaruhi doa

Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu thayyib (baik). Allah tidak akan menerima sesuatu melainkan dari yang thayyib. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin seperti yang diperintahkan-Nya kepada para

rasul. Firmannya: wahai para rasul, makanlah makanan yang baik-baik (halal) dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (H.R. Muslim). Perbaikilah makananmu, maka doamu akan mustajab (H.R. Thabrani).

2. Rezeki dan makanan halal mewariskan amalan sholeh
Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang thayyib dan kerjakanlah yang salh. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al Mu`minun: 51).
3. Makanan halal bisa sebagai pencegah dan penawar berbagai penyakit
Tentu saja makanan yang haram menimbulkan efek samping ketika dikonsumsi. Oleh karenanya, jika kita sering mengidap berbagai macam penyakit, koreksilah makanan kita. Sesungguhnya yang baik tidaklah mendatangkan kecuali kebaikan.
4. Di akhirat, neraka lebih pantas menyantap jasad yang tumbuh dari yang haram.
Siapa yang dagingnya tumbuh dari pekerjaan yang tidak halal, maka neraka pantas untuknya (HR. Ibnu Hibban).

Menjalankan perintah agama sesuai Syariah merupakan sebuah kewajiban mutlak, alasan inilah yang menjadikan muslim kelas menengah meresidu kegiatan dan perilaku tidak sesuai syariah, dimulai dari kebutuhan pokok sehari-hari dari mulai sandang, pangan, papan. Muslim mencari berbagai produk diharapkan tidak sebatas halal dan sesuai syariah saja namun estetika dan fungsi produk tersebut. Setiap waktu varian produk halal semakin bertambah seiring meningkatnya kebutuhan pasar. Menurut Sumarwan (2011), pengetahuan mengenai makanan halal atau tidak sangat penting bagi masyarakat umum, terutama umat Islam, dan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar untuk umat islam dengan memilih produk yang telah dinyatakan halal oleh lembaga yang berwenang.

Pasar muslim era 4.0 yang diciptakan berhasil menggiring atmosfer bisnis islam menggurita, berbagai sektor usaha disentuh dengan nuansa halal dan syar'i, dari sektor makanan dan minuman saja sudah ratusan ribu varian berlabel halal, jumlah ini akan terus meningkat dengan kesadaran konsumen akan produk halal yang mendorong para produsen mengurus sertifikat halal ke LPPOM MUI. Bagi pemilik merek, edukasi konsumen akan sangat menantang. Selama ini, mereka mengkomunikasikan kehalalan hanya melalui logo halal dan kerap diungkapkan secara verbal oleh *brand ambassador*. Kini, mereka harus secara pintar mengkomunikasikan bagaimana proses kehalalan produknya, artinya mereka kian dituntut membuka secara transparan proses kehalalan produknya

Industri makanan dan minuman halal di Indonesia cukup atraktif dan paling besar porsinya dibandingkan dengan jenis lainnya. Berdasarkan *Halal Economy and Strategy Roadmap 2018*, total konsumsi barang dan jasa halal Indonesia pada 2017 sekitar US\$ 218,8 miliar. Jumlah ini diperkirakan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen dan mencapai US\$ 330,5 miliar pada 2025 mendatang. Pada 2017, Indonesia menduduki peringkat pertama *Muslim Food Expenditure* dengan nilai US\$ 170 miliar. Angka ini diproyeksikan meningkat menjadi US\$ 247,8 miliar pada 2025.

Tip Top Supermarket merupakan salah satu peritel jaringan toko swalayan islami yang secara konsisten menerapkan cara-cara berbisnis sesuai ajaran islam dalam kegiatan usahanya. Peritel pioneer retail islami di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1979 di Jakarta dengan toko pertamanya terletak di daerah Rawamangun dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional usahanya. Sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada pada perniagaan. Nabi tidak hanya mengajarkan

Atmosfir Berbelanja Barang Halal pada Ritel Islam
Febri Rakhmawati Arsj

konsep menjadi kaya, tetapi juga memberi contoh dengan berdagang atau menjadi pengusaha. Bisnis merupakan kunci perjuangan menegakkan syiar Islam (Faidatur, 2017).

Tip Top Supermarket memiliki citra positif karena sudah mempraktikkan bisnis secara islami. Dari sisi manfaat fungsional berbelanja di Tip Top Supermarket dipersepsikan lebih murah daripada supermarket konvensional. Tip Top Supermarket tidak mengejar margin keuntungan berlebih. Sesuai dengan teladan nabi Muhammad, Tip Top Supermarket tidak mengambil keuntungan berlebih yang memberatkan konsumen dalam berbelanja, keuntungan yang diambil sekitar 2-3 persen sesuai dengan kaidah islam.

Tip Top Supermarket dinilai *muslim-friendly*. Tip Top Supermarket memberdayakan umat islam di mana seluruh pegawai yang bekerja 100 persen muslim. Pramuniaga wanita memakai hijab sedangkan pramuniaga laki-laki memakai kopiah sebagai penguat unsur islaminya. Semakin nyaman berbelanja di Tip Top Supermarket dengan adanya alunan lagu-lagu muslim, suara adzan yang berkumandang ketika masuk waktu solat tiba serta menyediakan masjid bagi konsumen muslim yang ingin melaksanakan solat secara berjamaah.

Tip Top Supermarket menyediakan 200 produk makanan, minuman dan barang kebutuhan hidup sehari-hari (*convenience good*) seperti pakaian anak, pakaian dewasa, baju muslim, perlengkapan solat, hijab, buku umum, buku sekolah, buku islami, perlengkapan olahraga peralatan dapur, perlengkapan listrik, alat tulis, obat serta *furniture*. Tipe konsumen yang melakukan pembelian biasanya pembelian rutin mingguan dan ada juga belanja bulanan (*monthly buying*). Tip Top Supermarket merupakan supermarket keluarga, di mana konsumen yang datang berbelanja tidak datang seorang diri tetapi membawa seluruh keluarganya termasuk anak-anaknya. Tip Top Supermarket menyediakan fasilitas khusus untuk ibu yang membawa anaknya masih bayi berupa ruang laktasi, tempat bagi seorang ibu untuk menyusui anak bayinya. Tip Top Supermarket memberikan fasilitas pula bagi anak-anak yang menunggu orang tuanya ketika berbelanja dengan adanya arena bermain anak (*playground*). Selama terjadi pandemi covid 19 yang sudah berlangsung hampir dua tahun, arena bermain untuk anak (*playground*) ditutup untuk sementara waktu sehingga tidak terjadi kerumunan tempat bermain anak serta tidak menambah rantai jumlah penularan covid 19.

Tip Top Supermarket memberlakukan protokol kesehatan dengan menggunakan masker bagi seluruh karyawan dan konsumen yang berbelanja, satpam mengucapkan salam kepada para konsumen yang datang. Setiap yang masuk ke dalam toko terlebih dahulu dilakukan pengecekan suhu badan yang tidak melebihi 37,3 derajat Celsius serta menjaga jarak antara konsumen dengan konsumen lainnya. Pembatasan jumlah konsumen yang masuk ke dalam toko tidak melebihi 150 konsumen. Sejak adanya pandemi covid 19, konsumen yang datang ke Tip Top Supermarket kebanyakan orang dewasa. Para orang tua jarang membawa anaknya untuk ikut berbelanja supaya tidak terjadi kerumunan terutama di hari Sabtu dan Minggu, di mana konsumen yang datang jauh lebih banyak. Adapun jam operasional Tip Top Supermarket dibuka mulai pukul 10.00 hingga pukul 21.00.

Di tengah pandemi Covid-19, Tip Top Supermarket semakin gencar dalam melakukan pemasarannya. Tip Top Supermarket mengikuti permintaan pasar dengan menyediakan *store online* melalui *marketplace* di Shopee yakni Tip Top *official store* serta *offline store*. Saat pandemi Covid 19, konsumen yang biasanya berbelanja datang langsung ke toko merubah pola belanjanya dengan berbelanja secara daring melalui *marketplace* di Shopee. Terjadi lonjakan transaksi produk halal melalui e-commerce dan *marketplace* hingga tumbuh menjadi 7,25 persen. Hal ini menandakan bahwa muslim 4.0 lebih *digital minded* yang tidak bisa lepas

menggunakan gadgetnya. Lonjakan transaksi melewati online store didukung kondisi Covid-19 yang mana konsumen mengurangi intensitas dalam berkerumun di dalam supermarket.

Store atmosfir memegang peranan penting dalam toko retail. Pemilihan warna pada toko di dominasi dengan warna hijau dengan warna putih. Hukum warna dalam Islam adalah mubah alias netral. Ada beberapa warna yang disebutkan dalam Al-Quran, yaitu warna putih dan hijau. Pakaian yang berwarna putih adalah pakaian terbaik. Dikatakan dalam sabda Nabi Muhammad SAW bahwa pakaian tersebut (putih) yang lebih baik dan lebih bersih. Karena memang seseorang yang mengenakan pakaian ini terlihat indah dan bersih. Juga si pengguna akan senantiasa menjaga bajunya agar tidak terkena kotoran. Dalil yang menunjukkan warna putih, hadis riwayat Abu Daud "Pakailah pakaian putih karena pakaian seperti itu adalah sebaik-baik pakaian kalian dan kafanilah mayit dengan kain putih pula." Begitu pula Nabi Muhammad SAW memberi teladan memakai pakaian putih. Dalam hadis Abu Dzar r.a. disebutkan, "Aku pernah mendatangi Nabi SAW dan beliau dalam keadaan tidur dan ketika itu mengenakan pakaian putih." (H.R. Muslim). Islam sangat menyukai kebersihan sesuai dengan hadist dari HR Muslim yang berbunyi "kebersihan itu sebagian dari iman".

Selain putih, warna hijau juga memiliki keistimewaan dalam Islam. Ada banyak perkataan hijau di dalam ayat-ayat Al-Quran dan menjelaskan keadaan penghuni surga ataupun segala yang ada di sekelilingnya berupa kenikmatan, suasana kesenangan, dan ketenangan jiwa. Dalam surah Al-Insan: 21 ditegaskan, "Mereka di dalam surga memakai pakaian hijau yang terbuat dari sutera halus dan sutera tebal (yang berketat), serta mereka dihiasi dengan gelang-gelang tangan dari perak dan mereka diberi minum oleh Tuhan mereka dengan sejenis minuman (yang lain) yang bersih suci."

Dipetik dari beberapa ayat Al-Quran yang meletakkan warna hijau pada satu tempat yang mulia dan dipandang indah oleh Allah SWT. Warna hijau merupakan simbol kesejukan dan simbol tumbuh-tumbuhan. Anas bin Malik mengatakan, "warna yang paling disukai oleh Rasulullah SAW adalah warna hijau." Kubah Masjid Nabawi sendiri berwarna hijau. Warna hijau juga mampu menjadikan pandangan mata nyaman.

Pencahayaan pada Tip Top Supermarket dirasakan masih minim kurang terang terutama di bagian belakang toko yang terdapat banyak makanan segar seperti daging, ayam serta ikan sehingga konsumen kurang jelas terutama di jam sore sampai ke malam. Senada dengan hasil penelitian Elfan, Aksamawanti dan Machfudz bahwa ritel berbasis Islam umumnya menggunakan warna yang didominasi warna hijau, bukan merah dan kuning. Hijau, ungu, dan biru tua adalah warna-warna dingin dan mengecilkan hati orang untuk tinggal lama berbelanja di toko.

Fasilitas tempat parkir pada Tip Top Supermarket sangat dirasakan sempit, terutama Tip Top Supermarket yang terletak di daerah Rawamangun. Terasa sekali ketika berbelanja di hari Sabtu dan Minggu di akhir bulan dengan di awal bulan, di mana pada waktu tersebut merupakan waktunya berbelanja kebutuhan rutin bulanan dan konsumen baru saja mendapatkan gaji, sehingga untuk mendapatkan tempat parkir mobil kesulitan dan akhirnya parkir di pinggir jalan. Selain itu sekitar lokasi Tip Top Supermarket Rawamangun merupakan lokasi strategis pusat perbelanjaan (*shopping area*) karena selain Tip Top Supermarket terdapat rumah sakit, gereja dan terdapat banyak restoran.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Tip Top Supermarket merupakan toko swalayan yang menerapkan konsep islami, ditandai mulai awal masuk toko disambut oleh satpam yang mengucapkan assalaamualaikum kepada konsumen yang datang. Atmosfer toko yang menonjolkan unsur islami dengan perpaduan warna dominan hijau dengan putih, pramuniaga yang menggunakan jilbab dan kopiah, alunan lagu islami serta suara adzan yang berkumandang ketika masuk waktu shalat. Barang yang disediakan di toko semua bersertifikasi halal untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya generasi muslim maupun non muslim. Muslim era 4.0 sudah sangat cerdas dan selektif terhadap pembelian barang halal karena konsumen sudah jarang untuk mengecek labelisasi halal pada produk yang dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemah. (2016). Al-Qur'an Qordoba. Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia.
- Al Lu'lu Wal Marjan. (2017). *Shahih Bukhari Muslim*. Jakarta: Jabal.
- Faidatur. (2017). *Marketing Hebat Ala Rasulullah*. Jakarta: Tiga Serangkai.
- Hendri, A., & Faisal, M. (2018). *Bisnis Halal Teori dan Praktik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Kaukab, M.E, Aksamawanti & Machfud. (2019). Sharia Retail Competitiveness and Consumers Behavior: Should Sharia Retail Capitalize Islam? *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 4(3), pp.6.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Marketing Management*. 15th edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Mohamed, N. (2011). Impact of Lifestyle of Pakistani Women on Their Buying. 7(2): 292-302.
- Solomon. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being. Twelfth Edition. Global Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syafrida, A. & Eka. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetiik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 3 (1).
- Widodo, T. (2013). The Influence of Muslim Consumers Perception Toward Halal Food Production on Attitude and Purchase Intention at Retail Stores. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 1(1).
- Yanuardi & Tri. (2020). *Muslim 4.0 Menjadi Muslim Cerdas, Cinta Damai, Anti-Hoax, & No Baper di Zaman Now*. Jakarta: PT Gramedia.
- Yuswohady. (2017). *Marketing To The Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Yuswohady. (2017). *Generation Muslim: Muslim Itu Keren*. Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.