

---

## Shop at The Neighbor's Stall: Improving Community Welfare

**Nurdin Batjo**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

**Muh. Shadri Kahar Muang**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

**Luluk Maulani**, Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, Indonesia.

### **Abstract**

*The purpose of this study is to determine public knowledge about the shopping movement at neighboring stalls. The research method used in this research is qualitative research with descriptive statistical analysis approach. This research was conducted in Pong Samelung village by taking the population of Pong Samelung villagers. The sample to be used in this study amounted to 30 sources. The data collection technique was done by interview. The data analysis used is data collection, data reduction, display, and verification. The results of the study can be concluded that: 1) 24% of the respondents did not know about the shopping movement at the neighboring stalls, and 76% of the respondents knew of the movement; 2) Benefits when shopping at neighboring stalls: a) saving 14% more expenses; b) friendship and closer relationship 67%; and c) assisting the economic circulation of 19% neighbors.*

**Keywords:** Shopping, Neighbor's Stall, Economy, Prosperity, Social, Charity

## **Berbelanja di Warung Tetangga: Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat**

*Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang gerakan berbelanja di warung tetangga. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan analisis statistik deskriptif. Penelitian ini dilakukan di desa Pong Samelung dengan mengambil populasi warga desa Pong Samelung. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 30 narasumber. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Adapun analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, display, dan verifikasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) 24% narasumber tidak mengetahui adanya gerakan berbelanja di warung tetangga, dan 76% narasumber mengetahui adanya gerakan tersebut; 2) Manfaat jika berbelanja di warung tetangga: a) lebih menghemat pengeluaran 14%; b) silaturahmi dan hubungan lebih erat 67%; dan c) membantu sirkulasi ekonomi tetangga 19%.*

**Kata kunci:** Berbelanja, Warung Tetangga, Ekonomi, Karitas, Sosial, Sejahtera

Corresponding author: [Nurdin\\_batjo@iainpalopo.ac.id](mailto:Nurdin_batjo@iainpalopo.ac.id)

---

## **PENDAHULUAN**

Hakekat pembangunan merupakan upaya untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana dinyatakan pada pembukaan UUD 1945, kemerdekaan yakni memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Oleh karena itu,

pembangunan nasional didambakan agar tercapai pemerataan, kesepadanan, dan keserasian dalam kehidupan masyarakat.

Suatu negara memberlakukan sistem ekonomi didasarkan pada prinsip-prinsip yang dianut sehingga bersifat khas dan menjadi pembeda dengan sistem ekonomi negara lain. Negara Indonesia saat ini menganut sistem ekonomi kerakyatan yang bermoral Pancasila, berasas pada kekeluargaan, berkedaulatan pada rakyat dan sungguh-sungguh berpihak pada rakyat. Dalam pasal 33 UUD 1945 sistem ekonomi kerakyatan merupakan wujud dari perekonomian yang berbasis rakyat dan fokus pada kepentingan rakyat.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam sektor ekonomi dapat dilakukan melalui upaya memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada pada daerah-daerah negara Indonesia. Sektor UMKM merupakan wujud dari sistem ekonomi kerakyatan yang mampu menjalankan prinsip-prinsip ekonomi kerakyatan dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kerakyatan yang mampu menjalankan prinsip-prinsip sistem ekonomi kerakyatan dalam kegiatan ekonominya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor perekonomian nasional yang paling strategis dan mempengaruhi tujuan hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM juga terbukti menjadi kelompok ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah menjadi kunci penopang perekonomian nasional pada masa krisis ekonomi serta menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi setelah krisis. Tanpa adanya modal sosial peran signifikan UMKM yang tinggi untuk membangkitkan perekonomian tidak akan tercapai. Individu yang berempati dengan orang lain mengembangkan keterampilan sosial, memungkinkan mereka untuk membentuk komitmen yang dapat dipakai untuk mengembangkan bentuk komunikasi yang lebih menguntungkan yang dapat digunakan sebagai pendanaan di masa depan.

Hal ini sesuai dengan tuntunan Ta'awun dalam agama Islam. Ta'awun dapat digambarkan sebagai suatu bentuk kebersamaan dan keadaan batin yang menghendaki kerjasama antara dua orang, sehingga memungkinkan terciptanya suatu pergaulan yang serempak dan rukun. Selanjutnya, ini dijelaskan dalam Al-qur'an surah Al-Maidah ayat 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِنِّمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ - ٢

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”*

Ayat tersebut menjelaskan tentang anjuran untuk saling tolong-menolong terhadap sesama terutama dalam hal kebaikan. Anjuran untuk saling tolong-menolong ini dapat berupa dengan bergotong royong, maupun membantu sesama yang memerlukan. Selain itu, ayat ini juga melarang untuk tolong-menolong dalam permusuhan dan pertikaian.

Desa Pong Samelung terletak di Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan, dengan jumlah penduduk sebanyak 2.159 jiwa. Desa Pong Samelung terdiri dari

4 dusun yaitu dusun Suka Makmur, dusun Suka Damai, dusun Pong Samelung, dan dusun Salu Tallang dengan keberagaman suku dan profesi. Rasa ta'awun dan modal sosial yang dimiliki masyarakat desa pongsamelung mendorong keberhasilan pembangunan desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain itu kerukunan antar masyarakat dan rasa ta'awun yang tinggi namun peningkatan kesejahteraan masyarakat khususnya usaha kecil yang masih rendah, serta kebiasaan masyarakat Desa Pongsamelung yang masih berbelanja di waralaba, sedangkan di Desa Pongsamelung itu sendiri memiliki warung-warung kecil dan masyarakat kecil yang seharusnya disejahterakan. Sehingga, penelitian ini dilakukan sebagai rujukan untuk mengetahui peningkatan kesejahteraan masyarakat ketika seluruh masyarakat mengetahui adanya gerakan berbelanja di warung tetangga dan tidak lagi berbelanja di waralaba. Untuk itu penelitian ini bertujuan dan dirancang untuk mengetahui pengetahuan masyarakat tentang gerakan berbelanja di warung tetangga beserta dengan manfaatnya.

## KAJIAN PUSTAKA

Gerakan Belanja di warung tetangga

Gerakan belanja di warung tetangga merupakan gerakan sosial yang bertujuan untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat. Gerakan belanja ini akan membantu bisnis di bidang pangan agar berjalan lancar dan berkesinambungan. Selain itu, dengan adanya gerakan ini diharapkan tali silaturahmi antar masyarakat semakin meningkat. Berbelanja di warung tetangga akan meningkatkan taraf ekonomi sebuah keluarga. Konsumen turut serta dalam pembentukan perekonomian dan keuletan keluarga yaitu suami, istri dan anak yang serta merta mereka bertindak sebagai pedagang.

Kesejahteraan

Kesejahteraan yakni sebuah filosofi yang sukar untuk dikenali secara merata di sela-sela beragam individu, karena ialah gabungan dari faktor objektif dan subjektif. Oleh karena itu, perbedaan kesejahteraan antara satu individu dan individu lainnya sangat mencolok, dan terkadang sangat berbeda. Alhasil, pada konteks kehidupan sehari-hari, kata kesejahteraan dianggap sebagai kata non-objektif atau kiasan. Namun, bukan berarti kesejahteraan hadir dalam kehidupan sehari-hari. Seluruh kegiatan manusia di lingkungan hidup mengarah pada kehidupan yang diharapkan, yaitu kehidupan yang makmur.

Kesejahteraan berupa konsep tidak berwujud dalam ukuran kehidupan manusia, dimana dapat memberikan rasa tentang bagaimana suatu kehidupan dilalui serta bagaimana interaksi dilakukan dalam hubungan sosial dan karenanya kesejahteraan itu merupakan suatu konsep yang dinamis. Dinamis selalu bergerak sejalan dengan perubahan lingkungan (*social system change*), karenanya konsep kesejahteraan dikembangkan mencakup kesejahteraan individu, kesejahteraan sosial dan kesejahteraan lingkungan sebagai tujuan akhir kehidupan manusia. Pencapaian kesejahteraan subjektifitas (persepsi manusia) juga ikut berkembang sejalan dengan perkembangan peradaban. Perkembangan kesejahteraan subjektifitas sangat berhubungan dengan kondisi kehidupan atau sering disebut dengan kualitas hidup.

### Ekonomi

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata, yaitu *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga dan *nomos* berarti, tata, aturan. Dengan demikian secara sederhana ekonomi dalam pengertian bahasa berarti. Ekonomi atau tata aturan rumah tangga. Ekonomi menurut kamus Bahasa Indonesia berarti segala hal yang bersangkutan dengan penghasilan, pembagian dan pemakaian barang-barang dan kekayaan (keuangan). Ekonomi berkenaan dengan setiap tindakan atau proses yang harus dilaksanakan untuk menciptakan barang-barang dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia.

### Kebutuhan

Kebutuhan adalah konstruk mengenai kekuatan otak yang mengorganisir berbagai proses seperti persepsi, berfikir, berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungan, biasanya Need di barengi dengan persaan atau emosi khusus, dan memiliki emosi khusus, dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai permasalahan. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan dan kemakmuran kepada manusia itu sendiri, baik kepuasan jasmani maupun kepuasan rohani.

### Charity

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan amal, atau karitas sebagai tekad untuk membantu orang lain untuk tujuan amal, kebaikan, amal, kasih sayang dan kemurahan hati. Badan amal umumnya focus pada layanan jangka pendek. Dalam hal ini, konsep charity dapat dibedakan menjadi community charity dan market-oriented charity atau filantropi modern. Menurut peneliti berpendapat bahwa implementasi kedermawanan komunal merupakan generasi baru dalam kebiasaan kedermawanan islam di Indonesia. Di satu sisi, mereka mempertahankan identitas filantropi komunitas mereka atau menyebutnya gerakan sedekah jalanan, sementara di sisi lain mereka berusaha mengadopsi beberapa aspek filantropi modern.

Charity, atau juga dikenal sebagai karitas adalah salah satu jenis kedermawanan yang biasa disebut kedermawanan tradisional. Charity pada umumnya dalam bentuk sumbangan untuk kepentingan pelayanan sosial seperti memberikan sumbangan atau derma kepada fakir miskin untuk menolong keperluan sandang, pangan, papan dan keperluan lainnya. Dalam hal ini, dari sudut pandang kebijakan, amal tradisional dan amal akan menjadi lebih individual.

### Sosial

Kata sosial diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu sebagai suatu hal yang berkaitan dengan masyarakat atau ciri-ciri sosial yang memperhatikan kepentingan umum. Arti kata sosial menunjukkan bagaimana orang memperlakukan satu sama lain. Sosial adalah sekumpulan orang yang secara pribadi terlibat dalam beragam aktivitas atau

kegiatan bersama. Masyarakat dengan demikian ialah perilaku manusia yang berhubungan satu sama lain atau bekerja sama dalam kehidupan sosial untuk memenuhi kebutuhan sandang, papan, dan pangan serta kebutuhan dan keinginan vitalnya.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan digunakan penelitian kualitatif. Dimana jenis kualitatif menggunakan pendekatan penelitian statistic deskriptif. Adapun analisis data yang digunakan yaitu uji kredibilitas dengan triangulasi. Populasi yang digunakan merupakan konsumen dan pemilik warung dari setiap dusun yang ada di Desa Pongsamelung dengan jumlah sampel sebanyak 25 orang konsumen dan 5 orang pemilik warung, yang terdiri dari 4 orang laki-laki dan 26 orang perempuan. Adapun dalam penentuan sampel yaitu berusia 20-80 tahun dan aktif berkomunikasi dengan masyarakat lingkungan sekitar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengetahuan Tentang Gerakan Berbelanja di Warung Tetangga

Gerakan belanja di warung tetangga merupakan gerakan sosial yang bertujuan untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat di sekitar lingkungan dengan mudah dan harga normal langsung dari BUMN. Gerakan ini juga akan membantu usaha di sektor pangan agar lancar dan terus berjalan. Selain itu, melalui gerakan ini diharapkan juga dapat meningkatkan tali silaturahmi antar masyarakat. Gerakan ini telah didukung oleh Kementerian koperasi dan UKM yang bekerjasama dengan 9 BUMN Klaster Pangan dan kelompok masyarakat menyerukan gerakan belanja di warung tetangga sebagai salah satu langkah penanganan dampak pandemi yang terjadi di tanah air.

Terdapat beberapa hasil penelitian sebelumnya tentang gerakan berbelanja di warung tetangga, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Kaona Cahya Susena di tahun 2020, dimana hasil penelitian menjelaskan bahwa pembangkitan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan secara sederhana terlebih dahulu yaitu gerakan berbelanja di warung tetangga. Selain itu, Nurdin Batjo dan kawan-kawan di tahun 2021 juga telah melakukan penelitian tentang pemahaman masyarakat tentang gerakan berbelanja di warung tetangga, dan penelitian tersebut sesuai dengan apa yang dilakukan dalam peneliti, dimana peneliti ingin mengetahui pengetahuan masyarakat tentang gerakan berbelanja di warung tetangga sekaligus mensosialisasikan gerakan ini yang berfungsi membantu mensejahterakan masyarakat.

**Tabel 1. Pengetahuan Narasumber Tentang Gerakan Belanja di Warung Tetangga**

NO	Pengetahuan Tentang Gerakan Belanja	Responden Laki- laki		Responden Perempuan		Sub Total	%
		Jumlah	%	Jumlah	%		
1	Tahu	1	25	6	23	7	24
2	Tidak Tahu	3	75	20	77	23	76
	Jumlah	4	100	26	100	30	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dengan mengambil sampel sebanyak 30 orang narasumber yang terdiri dari 25 orang narasumber konsumen dan 5 orang narasumber lainnya ialah pemilik warung, serta dapat dilihat pada tabel 4.56 diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa 24% narasumber mengetahui adanya gerakan berbelanja di warung tetangga melalui media sosial dan 76% narasumber tidak mengetahui adanya gerakan berbelanja di warung tetangga. Hasil ini merupakan harapan dan tantangan dimana 76% narasumber merupakan harapan untuk menyukseskan gerakan belanja di warung tetangga, dan 24% narasumber merupakan tantangan sebagai sasaran awal sosialisasi gerakan berbelanja di warung tetangga.

Hasil penelitian ini tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nurdin Batjo, dengan jumlah tantangan sosialisasi gerakan berbelanja di warung tetangga sebesar 33%, dan 67% merupakan harapan penyukseskan gerakan belanja di warung tetangga. dengan jumlah persentase lebih dominan masyarakat yang telah mengetahui gerakan berbelanja di warung tetangga.

Adapun perbedaan yang signifikan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Nurdin Batjo di tahun 2021, yaitu lebih dominannya narasumber yang telah mengetahui gerakan berbelanja di warung tetangga pada hasil penelitian Nurdin Batjo, sedangkan pada penelitian ini jumlah sosialisasi gerakan lebih besar daripada jumlah masyarakat yang telah mengetahui gerakan berbelanja di warung tetangga. Dengan demikian, pelaksanaan sosialisasi gerakan belanja di warung tetangga dapat di dukung oleh hadist berikut.

حَدَّثَنَا أَبُو عَاصِمٍ الضَّحَّاكُ بْنُ مَخْلَدٍ أَخْبَرَنَا الْأَوْزَاعِيُّ حَدَّثَنَا حَسَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ عَنْ أَبِي كَبِيْشَةَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ يَلْغُوا عَلَيَّ وَلَوْ آيَةً وَحَدَّثُوا عَنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرَجَ وَمَنْ كَذَّبَ عَلَيَّ مُتَعَمِّدًا فَلْيَتَّبِعُوا مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ

*“Telah bercerita kepada kami Abu ‘Ashim adl-Dlahhak bin Makhlad telah mengabarkan kepada kami Al Awza’iy telah bercerita kepada kami Hassan bin ‘Athiyah dari Abi Kabsyah dari ‘Abdullah bin ‘Amru bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Sampaikan dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar) dari Bani Isra’il dan itu tidak apa (dosa). Dan siapa yang berdusta atasku dengan sengaja maka bersiap-siaplah menempati tempat duduknya di neraka.”*

Hadist diatas jelas memerintahkan untuk menyampaikan pengetahuan ataupun informasi yang telah diketahui walaupun hanya sedikit, terutama jika informasi tersebut merupakan suatu kebaikan untuk kemaslahatan umat. Salah satu contohnya yaitu informasi tentang gerakan berbelanja di warung tetangga. Dengan sosialisasi dan penyebaran informasi yang gencar maka gerakan ini akan dapat di ketahui oleh masyarakat secara luas.

### Manfaat Berbelanja di Warung Tetangga

Ketika berbelanja di warung tetangga akan terjadi interaksi sosial antara penjual dan pembeli. Intraksi sosial inilah yang mendorong kesempatan untuk membangun hubungan sosial yang lebih erat. Jika ada kesulitan yang dialami oleh salah satu pihak, maka pihak lain akan menolong. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-qur'an surah An-Nahl ayat 90.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ ..

“*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat...*”

Tabel 2. Manfaat berbelanja ke warung tetangga

NO	Manfaat Berbelanja di Warung Tetangga	Narasumber Laki-laki		Narasumber Perempuan		Sub Total	%
		Jumlah	%	Jumlah	%		
		1	Lebih Menghemat Pengeluaran	-	-		
2	Membantu Sirkulasi Perekonomian Tetangga	-	-	4	19	4	16
3	Silaturahmi dan Hubungan Lebih Erat	4	100	14	67	18	72
Jumlah		4	100	21	100	25	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2022

Beberapa manfaat lain dari berbelanja di warung tetangga yaitu menggerakkan ekonomi kecil dan mendukung pemerataan pendapatan dan meningkatkan perekonomian tetangga. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan: *pertama* bahwa 14% narasumber menjawab manfaat berbelanja lebih menghemat pengeluaran dengan alasan tidak memerlukan biaya transportasi dan harga cukup terjangkau, 19% narasumber menjawab manfaat berbelanja di warung tetangga untuk membantu sirkulasi perekonomian tetangga, dan 67% narasumber menjawab manfaat berbelanja di warung tetangga dapat mempererat tali silaturahmi sehingga hubungan lebih erat karena sering bertemu dengan tetangga lain dan bertegur sapa.

Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa lebih menghemat pengeluaran ketika berbelanja di warung tetangga sebesar 14% berada di peringkat pertama. Kemudian 19% di peringkat selanjutnya pemahaman masyarakat akan pentingnya berbelanja di warung tetangga membantu sirkulasi perekonomian, dan 67% berada di peringkat selanjutnya

Manfaat *pertama*, berbelanja di warung tetangga sebesar 14% adalah lebih menghemat pengeluaran sehingga tidak terjadi pemborosan. Masyarakat merasa menghemat pengeluaran dengan alasan tidak memerlukan biaya transportasi karena jarak antara warung dan pemukiman hanya 100-200 meter, sedangkan jarak antara pemukiman dan waralaba sekitar 1.000-3.000 meter. Adapun terkait dengan harga diwarung, tidak

jauh berbeda dengan harga di waralaba. Berdasar paparan tersebut, ayat yang mendukung untuk tidak melakukan pemborosan yaitu sebagai berikut.

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا - ٢٧

*“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (QS. Al-Isra: 27)*

Manfaat *kedua*, yaitu membantu sirkulasi perekonomian tetangga. Hal ini juga dilandaskan oleh perkataan Ketua Tim Penggerak PKK Kabupaten Banyumas, Erna Husein yang mengatakan bahwa dengan berbelanja di warung tetangga dapat memberdayakan ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah. Dengan berbelanja di warung tetangga tidak hanya membantu perekonomian lokal dan ekonomi secara luas, tetapi juga membantu sirkulasi ekonomi antara pemilik warung dan distributor. Sehingga tetap terjadi sirkulasi ekonomi. Hal ini juga bermaksud agar perputaran uang akan banyak beredar di kalangan masyarakat kecil, tidak hanya beredar pada waralaba atau masyarakat besar saja. Kementrian Koperasi dan UKM ibu Teten Madzuki juga mengatakan hal serupa bahwa dengan berbelanja di warung tetangga dapat menyetok bahan pokok agar tetap tersedia di warung tetangga, sekaligus memperkuat ekonomi pelaku UKM khususnya warung tradisional.

Manfaat *ketiga*, berbelanja di warung tetangga berhubungan dengan sosial silaturahmi, hubungan lebih erat dan ukhuwah sebesar 67%. Hal ini juga sesuai dengan perkataan Ketua TIM Penggerak PKK ibu Erna Husein yang mengatakan bahwa manfaat terbesar dari berbelanja di warung tetangga yakni menjaga silaturahmi. “Melalui belanja ke warung tetangga, dapat meningkatkan tali silaturahmi dengan tetangga lain, tidak hanya terhadap pemilik warung saja. Karena saat belanja, ada tetangga sekitar yang kebetulan juga belanja. Saling sapa, atau sekadar menanyakan kabar, setidaknya terjadi ketika berjumpa. Komunikasi semacam ini juga berimbas terhadap tali persaudaraan, kerukunan, dan kebersamaan dalam lingkungan sekitar,” jelasnya. Hal ini sangat didukung oleh ayat di bawah ini.

وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنْبِ وَالصَّاحِبِ  
بِالْجُنْبِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ ۗ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا - ٣٦

*“Dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri.” (Q.S. an-Nisa’ 4:36)*

Ayat ini dapat dijadikan penjelasan untuk berbuat baik kepada tetangga jika berjualan mengutamakan belanja di tetangga yang merupakan karib kerabat, miskin,

kemudian ke tetangga yang dekat lalu ke tetangga jauh. Sehingga hal ini termasuk sedekah kepada tetangga sekaligus membantu mensejahterakan ekonomi dan sosial.

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat bahwa telah berada pada kondisi sejahtera. Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang tercermin dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.

Indikator kesejahteraan masyarakat dalam Islam terdapat di dalam Al-qur'an pada beberapa surah dan ayat berikut.

a) QS. Quraisy ayat 3-4

لِيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ - ٣ الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ - ٤

*“Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka’bah), yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa ketakutan.”*

Berdasarkan ayat diatas, maka kita dapat melihat indikator kesejahteraan ada tiga, yaitu: 1) menyembah Tuhan (pemilik) Ka’bah, 2) menghilangkan lapar, dan 3) menghilangkan rasa takut atau dengan kata lain menjaga kedamaian dan ketentraman.

b) QS. An-Nahl ayat 97

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ - ٩٧

*“Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.”*

Berdasarkan ayat diatas, yang dimaksud dengan kehidupan yang baik adalah beribadah kepada Allah disertai memakan dengan rizki yang halal dan memiliki sifat qona’ah dan memiliki hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar.

## KESIMPULAN

Dengan melihat hasil penelitian, pembahasan dan teori diatas, jika gerakan berbelanja di warung tetangga terlaksana dengan baik maka akan terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini didasarkan pada indikator kesejahteraan yang bukan hanya dapat diukur melalui kesejahteraan material saja, namun juga diukur dari kesejahteraan sosial. Keeratan hubungan atau silaturahmi yang terjalin dengan baik akan menciptakan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti. "Kontribusi Kegiatan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar," no. 3790 (2019): 1–82.
- Batjo, Nurdin, Muhammad Alwi, Nasrullah Nursam, and Nadya Mulyasari. "Gerakan Belanja Di Lingkungan : Solusi Terbaik Untuk Meningkatkan Zakat Perdagangan Di Indonesia." *Internasional*, no. 2 (2021): 75–88.
- Batjo, Nurdin, and Palopo State. "South Asian Review of Business and Administrative Studies The Shopping Movement at the Neighborhood: The Best Solution to Increase Zakat of Trade in Indonesia" 3, no. 2 (2021).
- Fuzia, Amelia. *Filantropi Untuk Keadilan Sosial Menurut Tuntunan Al-Qur'an*. 1st ed. Jakarta: Pusat Bahasa dan Budaya Univerersitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, 2003.
- Gunawijaya, Rahmat. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam." *Al-Maslahah*, 2546, 131–50.
- HIJRATI, RAHMATUL. "Konsep Ta'awun Menurut Al- Qur'an Dan Pengembangannya Dalam Konseling Islam." *Bimbingan Konseling Islam*, 2020, 1–82. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14790/1/Rahmatul Hijrati%2C160402057%2CFDK%2CBKI%2C085262610576.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14790/1/Rahmatul_Hijrati%2C160402057%2CFDK%2CBKI%2C085262610576.pdf).
- Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Anissya Fitratun and Sukarno. Semarang: Lemabaga Perndidikan Sukarno Pressindo, 2019.
- Manik, Umi. *Interaksi Sosial Masyarakat Plural Agama*. Edited by A Zahid. Yogyakarta: Kelompok CV. Penerbit Kutub, 2019.
- Mulyadi. "Kesejahteraan, Kualitas Hidup Dan Kaitannya Dengan Lingkungan Hidup" 2 (2018): 1–9.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Abu el Mazwa Zyan. 3rd ed. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021.
- Putra, Rian Adi. "Pengaruh Kebutuhan, Minat Dan Media Massa Terhadap Keputusan Mengikuti Pelatihan Kerja Di Unit Pelaksanaan Teknis Pelatihan Kerja Tulungagung," 2018, 18–56.
- Rahman, Muhammad Faidur. "Motivasi Silaturahmi Pengantin Baru Kepada Kerabat Dekat Dalam Tradisi Masyarakat Banjar Kota Palangka Raya," 2021, 1–178.
- Ramadhan, Dianti. "Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Keluarga Melalui Usaha Kerajinan Tangan Khas Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pekon Banjar Agung Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus)." *Skripsi*, 2016, 1–134.
- Ridho, Miftahur. "Pandangan Islam Tentang Kesejahteraan Sosial Bagi Penyandang Disabilitas." *Al-Bayan* 23, no. 1 (2017): 105–23.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

- Rohman, Raveno Hikmah Indah Nur. "Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal Di Pasar Kuna Lereng Desa Petir Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas," 2019, 1–179.
- Safri, Hendra. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Edited by Dodi Ilham. 1st ed. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo Jalan Agatis, Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo Dilarang, 2018.
- Sholikhah, Amirotnun. "Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10, no. 2 (2016): 342–62. <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>.
- Sodogoro, Harahap. Iwan. "Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) Di Desa Hanopan Kecamatan Arse Kabupaten Tapanuli Selatan." *JURNAL MUQODDIMAH: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummaniora* 2, no. 2 (2018): 101–15. <https://doi.org/10.31604/jim.v2i2.2018.101-115>.
- Styaningrum, Farida. "Konsep Sistem Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Indonesia." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10, no. 8 (2021): 565. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i08.p01>.
- Sugianti, Sri. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mensejahterakan Karyawan Di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat," 2019, 1–85. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id).
- Sukmasari, Dahliana. "Konsep Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Al-Qur'an." *At-Tibyan* 3, no. 1 (2020): 1–16. <https://doi.org/10.30631/atb.v3i1.15>.
- Susena, Karona Cahya dkk. "New Normal: Membangkitkan Ekonomi Warga Di Rt 34 Komplek Green Palm Melalui Gerakan Belanja Di Warung Tetangga." *Jurnal Indonesia Raya* 2, no. 2 (2021): 41–44.
- Sutra, Meri. "Praktik Sosial Dalam Arena Derma (Charity) Model Kopi Dinding Di Kota Padang," 2020, 1–34.
- Zainur, H. "Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *An-Nahl* 09 (2017): 32–43.