IMPLEMENTASI STRATEGI 6R PADA BISNIS RITEL UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI MINIMARKET BENGKULU INDAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E) Pada Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah

Oleh :

Mawaddah

Nim 3720088

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2024 M / 1445 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Yang Berjudul **"Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah",** Yang ditulis oleh **Mawaddah** NIM 3720088 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 29Januari 2024

Pembimbing,

Yenty Astarie Dewi,S.E,M.M

NIP 2007037602

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibbawah ini :

Nama : Mawaddah

NIM : 3720088

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) / Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul di atas adalah hasil karya saya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka saya bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku. dan gelar sarjana saya dicabut sampai batas waktu yang ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Bukittinggi, 29 Januari 2024

Mawaddah

NIM 3720088

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan pendidikan di Universitas Islam Negri (UIN) Sjeh Mdjamil Djambek Bukittinggi. Kemudian shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beliau adalah pemimpin yang mampu merubah masyarakat menjadi lebih baik dan beliau adalah ekonom sekaligus pedagang yang sukses dan jujur.

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, termasuk daam penuisan skripsi ini. Oeh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari berbagai pihak demi penulisan skripsi yang lebih baik lagi untuk yang akan datang.

Penghargaan dan cinta terbesar penulis tujukan kepada **Ayah Khairullah** dan **Umak Erdina ,** yang telah dengan ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, waktu, materi, pengetahuan serta kata-kata yang luar biasa dalam mendidik penulis. Kasih sayang tidak ternilai pula penulis berikan kepada adik-adik ku **Marhamah** dan **Maimanah** yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam menggapai cita-cita dan

diselingi dengan senyuman yang menenangkan untuk penulis. Serta tak lupa juga penulis berterimakasih kepada keluarga besar yang selalu memberikan dukungan demi kelanjutan pendidikan penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M. Hum,** selaku Rektor Universitas Isam Negri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
2. Ibu **Dr.Hesi Eka Putri, S.E,M.Si** selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
3. Bapak **Andis Febrian, S.E,M.M** selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
4. Ibu **Yenty Astarie Dewi,S.E,M.M** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu **Khadijah Nurani,M.Si** selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen UIN Sjeh Mdjamil Djambek Bukittinggi yang juga memberikan masukan dalam penyelesaian penulisan

skripsi.

7. Bapak kepala beserta staf perpustakaan UIN Sjeh Mdjamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi.
8. Sahabat-sahabat penulis yang telah mensuport penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Selanjutnya kepada masyarakat Jorong Salido-Saroha yang telah membantu penulis dalam penelitian, sehingga dapat menyelesaikan skripsi pada tahap ini. Atas segala batuan yang telah diberikan, ,penuis juga mengucapkan terimakasih semoga amalan dan jasa baik yang telah diberikan mendapat balasan pahala di sisi Allah SWT dan bernilai ibadah dihadapan-Nya. Aamiin.

Bukittinggi,29 Januari 2024

Penulis

Mawaddah

NIM 3720088

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta . Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi kita yakni Rasulullah Muhammad SAW.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Skripsi ini kupersembahkan kepada sepasang malaikat pelindungku Ibu (Erdina) dan Ayah (Khairullah) yang telah memberikan kasih sayang serta dukungan, ridho dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena ku sadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, terimakasih my world, ayah ibu.

Adik

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk Adikku Marhamah dan Maimanah yang telah memberikan semangat dan menjadi inspirasiku dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikanku orang yang baik pula.

By: Mawaddah boru sinaga

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah"** disusun oleh Mawaddah NIM 3720088 Program Studi (S1) Manajemen Bisnis Syariah,Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penelitian ini bertujuan unuk mengetahui implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di bengkulu indah.Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara terstruktur dan studi kepustakaan, dalam penelitian ini yang menjadi informan sebanyak 20 informan. Teknik analisis data yan digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif- normatif. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian disajikan dalam bentuk tulisan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi 6R sudah terlaksana mulai dari strategi produk, strategi kuantitas,strategi waktu, strategi tempat, strategi promosi, strategi harga sehingga mampu memasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Namun strategi promosi yang dilakukan di Bengkulu Indah belom maksimal, belom memanfaatkan media sosial sepenuhnya dalam promosi produk sehingga diharapkan untuk kedepannya produk yang dipasarkan dapat diminati dan diketahui oleh masyarakat luas.

Kata Kunci : Implementasi, Strategi 6R, Bisnis Ritel, Etika Bisnis Islam

DAFTRA ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN ORISINALITAS..... iii

KATA PENGANTAR iv

PERSEMBAHAN..... vii

ABSTRAK..... viii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABEL..... xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN.....xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latarbelakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah.....12

C. Batasan Masalah 12

D. Rumusan Masalah.....13

E. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....13

F. Penjelasan Judul 14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Implementasi.....21

B. Strategi Bisnis 25

C. Bisnis Ritel.....29

1. Pengertian Bisnis Ritel 29

2. Strategi 6R Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.....30
D.Bisnis Retail Syraiah.....39
E.Jenis Bisnis Retail 41
F.Faktor Pendukung Pertumbuhan Bisnis Retail.....44
G.Faktor Penghambat Bisnis Retail.....45
H.Etika Bisnis Islam 47
I. Bisnis Retail Dalam Etika Bisnis Islam 59
J .Manfaat Etika Bisnis Islam.....61
K. .Persaingan Usaha.....63
L. .Kajian Terdahulu.....68
BAB III METODE PENELITIAN
A.Jenis Penelitian 73
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian 73
C. Jenis Dan Sumber Data.....73
D.Informan Penelitian.....74
E.Teknik Pengumpulan Data.....75
F.Teknik Analisis Data.....76
BAB IV PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Lokasi Peneliian.....79
1. Geografis Dan Demografis Jorong Salido Saroha.....79
2. Pendidikan Dan Kehidupan Beragama.....80
3.Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat 82
B. Pembahasan Penelitian.....83

1. Implementasi Strategi 6R diBengkulu Indah.....83

2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Implementasi Strategi 6R di Minimarket Bengkulu Indah.....93

C. Pandangan Penulis 100

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 102

B. Saran.....103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Minimarket Bengkulu Indah Tahun 2018-2022

Tabel 1.2 Nama Dan Lokasi Minimarket Di Kec.Lembah Melintang, Ujung Gading

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Jorong Ranah Salido Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Klasifikasi Penduduk Jorong Ranah Salido Berdasarkan Pendidikan

DAFTAR GAMBAR

2.1 Generic Structure

2.2 Hubungan Etika Bisnis Strategi Bisnis,Dan Tujuan Bisnis

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Informan

Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Surat Keterangan Pembimbing

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang berkembang pesat menimbulkan persaingan dunia bisnis termasuk pada bisnis retail. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya pengusaha ritel yang bermunculan untuk menarik perhatian konsumen. Bisnis ritel merupakan salah satu usaha yang popular di masyarakat karena bisnis ini memberikan keuntungan yang banyak.Sebagaimana diungkapkan oleh Karwur bahwa pasar ritel merupakan suatu bisnis dan suatu tempat yang menjual barang eceran khusunya menjual barang langsung kepada konsumen langsung tanpa menjual kembali kepada orang lain.[1]

Konsumen pada industri ritel merupakan konsumen akhir yang menikmati manfaat dari suatu barang, sementara barang yang dijual dalam bentuk bagian terkecil (eceran) dan bukan barang borongan (grosiran). Seperti ritel modern lainnya, Pasar ritel modern umumnya memiliki posisi tawar yang relatif kuat terhadap pemasok-pemasoknya. Ini karena peritel modern, umumnya adalah perusahaan dengan skala yang cukup besar dan saluran distribusi yang luas, sehingga pembelian barang ke pemasok dapat dilakukan dalam jumlah yang besar.

[1] Karwur,*Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Paniki. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2021,), 196–206.

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan yang menjual barang dan jasa kepada konsumen yang paling akhir. Bisnis ritel seringkali disebut dengan bisnis eceran. Pengusaha eceran merupakan mata rantai yang paling akhir dalam penyaluran barang. Bisnis ritel terbagi dalam berberapa jenis berdasarkan klasifikasi menurut bentuk, ukuran, dan tingkat modernitasnya.

Di indonesia sendiri, usaha ritel mengalami perkembangan cukup pesat di beberapa kota. Dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbesar di dunia, maka hal inilah yang menjadi salah satu faktor daya tarik bagi para pengusaha ritel untuk mendirikan bisnis ritel di Indonesia. Selain itu, perkembangan ritel yang semakin pesat disebabkan karena terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha industri, dan usaha pemerintah dalam mengembangkan usaha ritel. Perkembangan inilah yang nantinya akan membawa berbagai dampak bagi para pengusaha eceran.

Pertumbuhan industri ritel modern di Indonesia terus menunjukkan tren positif sejak 2018[2]. Industri ritel ditopang oleh pertumbuhan konsumsi barang kebutuhan sehari-hari (*fastmoving consumer goods*) yang mengalami peningkatan yang positif dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ekonomi negara ditandai dengan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat yang diikuti dengan peningkatan jumlah konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa. Konsumsi masyarakat yang tinggi merupakan

[2] John," Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Strategi Pemasaran Industri Ritel Minimarket Di Kota Bandung",2020.

pasar potensial terhadap sector produksi untuk terus meningkatkan kapasitas produksi. [3]

Bedasarkan data terakhir Kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah RI tentang perkembangan UMKM menunjukkan bahwa pada tahun 2022 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 65,46 juta dengan kontribusi UMKM mencapai 60,3 persen terhadap PDB dan mampu menyerap 97% tenaga kerja nasional. [4]Angka inilah yang menunjukkan bahwa usaha ritel terus berkembang di masyarakat, baik itu usaha ritel yang bersifat tradisional, ataupun ritel dengan manajemen usaha yang dengan sistem yang modern.

Ritel merupakan upaya memecah barang atau produk yang dihasilkan manufaktur atau perusahaan dalam jumlah besar dan massal sehingga dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannnya.. Ritel adalah segala bentuk kegiatan manajerial yang memfokuskan seorang pedagang eceran dalam menentukan kebutuhan target pasar dan memuaskan kebutuhan mereka lebih efektif dan efisen dari yang dikerjakan oleh pesaing[5]. Pemilihan target pasar mengkonsentrasikan pedagang eceran pada kelompok konsumen yang akan dipenuhi kebutuhannya, dan pemilihan model bisnis ritel didasarkan efektifitas dan efisiensi dalam melayani target pasar yang telah ditentukan

[3] Ong, “Strategi Inovasi Model Bisnis Ritel Modern Di Era Industri 4.0, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis”, Volume 6, No. 02, Juni 2020,hal.201.

[4] Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, Diakses 19 November 2023

[5] Sunyoto, dkk,”Manajemen Bisnis Ritel”, 2022.

Dalam era revolusi industri, keunggulan daya saing suatu entitas usaha ditentukan oleh efisiensi dalam alokasi sumber daya atau asset berwujud (*tangible resources/assets*) yang mudah dijabarkan dalam dimensi keuangan. Sebaliknya, dalam era revolusi informasi, keunggulan daya saing suatu entitas usaha sangat tergantung pada kemampuannya untuk memobilisasi dan mengeksploitasi sumber daya atau asset tak berwujud (*intangible resources/assets*) yang tidak mudah dijabarkan dalam dimensi keuangan.[6]

Dalam Islam umat manusia dianjurkan untuk bekerja keras agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satu contoh dengan berbisnis, sebagaimana yang sudah dijelaaskan dalam Alqur'an yakni:

فَاِذَا قُضِيَتِ الصَّلٰوةُ فَانْتَشِرُوْا فِى الْاَرْضِ وَابْتَغُوْا مِنْ فَضْلِ اللّٰهِ وَاذْكُرُوا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

Artinya : "Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung"(QS.Al-Jumuah/62:10)

Umat Islam boleh bertebaran di muka bumi untuk melaksanakan urusan duniawi, dan berusaha mencari rezeki yang halal, sesudah menunaikan yang bermanfaat untuk akhirat. Firman Allah tentang perintah berusaha dengan cara berbisnis untuk mendapatkan rezeki terdapat juga dalam QS. Al-Isra'/17: 66.

رَبُّكُمُ الَّذِيْ يُزْجِيْ لَكُمُ الْفُلْكَ فِى الْبَحْرِ لِتَبْتَغُوْا مِنْ فَضْلِهٖۗ اِنَّهٗ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

[6] Yuliani, "Pentingnya Strategi Bisnis Yang Tepat Dalam Mempertahankan Eksistensi Suatu Usaha (Studi Kasus: Penutupan Sevel)". *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2019, 3.1.

Artinya : “Tuhan-mu adalah yang melayarkan kapal-kapal di lautan untukmu, agar kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Dia adalah Maha Penyayang terhadapmu”.

Sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh ayat diatas umat muslim dianjurkan untuk bersungguh-sungguh dalam mencari rezeki, Setiap muslim dilarang untuk menjadi pengangguran dan sangat dianjurkan untuk bekerja keras. Setiap muslim dilarang untuk meminta-minta, karena termasuk salah satu perbuatan yang merendahkan martabatnya sendiri. Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh setiap muslim dapat menunjang perekonomian masyarakat dan merupakan salah satu kewajiban setiap muslim supaya menjadi manusia yang produktif dan melalui cara yang baik dan halal. [7]

yang modern.

Sekarang ini muncul banyak sekali paritel besar di Indonesia, seperti *hypermarket, supermarket, department store*, dan lain-lain. Perkembangan yang sangat pesat di dunia ritel ini tentunya menimbulkan munculnya suatu masalah. Banyaknya pengusaha dalam bisnis ritel membuat persaingan ritel menjadi begitu ketat. Para pengusaha ritel besar terutama yang berasal dari perusahaan asing, semakin gencar dalam menjalankan bisnis ritelnya di Indonesia. Hal ini membuat para usaha ritel tradisional bahkan pengusaha ritel modern kecil akan menjadi pihak yang tidak diuntungkan.

[7] Mardani, Hukum Bisnis Syariah (Jakarta: Prenadamedia Grou, 2014

Pada hakikatnya bisnis eceran modern dan tradisional memiliki perbedaan, bisnis retail modern mengggunakan fasilitas AC (pendingin ruangan), eskalator, lift, kasir yang menggunakan cash register, kamar pas dan fasilitas-fasilitas lainnya. Sedangan pada bisnis retail tradisional fasilitasnya lebih sederhana, terbalik jauh dengan bisnis eceran modern. Ritel tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas, barang yang dijual terbatas jenisnya. Sistem yang sederhana memungkinkan adanya proses tawar menawar harga. Bentuknya bisa berupa warung, toko dan pasar.

Salah satu bentuk ritel yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat adalah bisnis ritel yang menjual segala kebutuhan harian masyarakat dan dapat dengan mudah dijangkau, dan memiliki pelayanan yang prima, sehingga proses pemenuhan kebutuhan masyarakat akan tersaji secara cepat dan memuaskan. seperti halnya ritel milik perseorangan di Ujung Gading yaitu Bengkulu Indah. Lahirnya Bengkulu Indah berkat gagasan salah satu Pimpinan Bapak Ipni. Ia melihat peluang sangat baik karena belum ada minimarket yang berdiri di daerah Ujung Gading.

Kecamatan Lembah Melintang, Kabupaten Pasaman Barat, Provinsi Sumatra Barat adalah Nagari yang sangat luas dan padat penduduknya, sumber utama penghasilan masyarakatnya adalah bertani, hasil pertaniannya meliputi kelapa sawit, jagung, karet. Bahasa sehari - hari yang digunakan masyarakatnya adalah mandailing dan melayu,

adapun pasar tradisional masyarakat Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang diadakan pada hari senin, di saat inilah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli yang menyediakan kebutuhan pokok seperti beras, ikan, daging, sayuran dan berbagai jenis kebutuhan pokok lainnya, sedangkan di hari lainnya masyarakat lebih sering mengunjungi Bengkulu Indah hanya untuk memenuhi kebutuhan sekunder seperti sabun, alat kosmetik dan berbagai jenis makanan ringan lainnya.

Secara geografis, Ujung Gading merupakan wilayah yang strategis, karena merupakan daerah yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Mandailing Natal, Propinsi Sumatera Utara. Hal inilah yang menjadikan Ujung Gading menjadi sasaran atau target bagi para produsen dari berbagai produk. Semua jenis produk atau ciri khas dari semua daerah bisa diterima oleh masyarakat Ujung Gading. Terdapat pasar yang dominan belanja ke daerah Ujung Gading. Selain itu, budaya yang ada di Ujung Gading dan Kecamatan Lembah Melintang masih begitu kental. Seperti halnya dalam hajatan pernikahan, masih menggunakan sistem bayar. Sehingga masyarakat dominan belanja borongan di pasar induk Ujung Gading.

Pertumbuhan sektor industri perdagangan dan eceran di Ujung Gading menyebabkan persaingan bisnis eceran semakin meningkat. Penerapan strategi yang tepat menjadikan perusahaan mampu untuk bersaing dengan pengecer- pengecer tradisional dan pesaing ritel besar lainnya. Strategi tersebut merupakan salah satu senjata yang ampuh bagi

perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha bagi Bengkulu Indah.Inilah yang menjadi pemicu berdirinya Bengkulu Indah mengingat pentingnya kebutuhan masyarakat yang tidak tersedia pada pasar tradisional. Letak geografis Pasaman Barat yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Agam, Sumatera Barat.

Bengkulu Indah adalah salah satu bentuk toko retail yang menawarkan berbagai macam komoditi, baik sembako, pakaian, minuman dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Bengkulu Indah ini merupakan salah satu minimarket yang ada di Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat yang lebih tepatnya terletak pada Sijanih, Ujung Gading yang berdiri sejak tahun 2012.

Nagari Ujung Gading ,walaupun daerahnya tidak terlalu besar namun banyak bermunculan bisnis ritel baru, baik dalam skala besar maupun skala kecil. Dengan melihat kondisi tersebut, sebuah pengusaha ritel harus lebih teliti dalam menciptakan sebuah keunggulan. Dalam menjalankan usaha ritel, sebuah usaha ritel harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal, memiliki loyalitas yang tinggi serta dedikasi terhadap kelangsungan perusahaan tersebut karena bisnis ritel berbeda dengan bisnis pada umumnya dalam hal cara pengelolaannya.

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung Minimarket Bengkulu Indah Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Kunjungan	% kenaikan/penurunan
2018	68.103	-
2019	72.651	6,6%
2020	70.933	4,1%
2021	78.497	15%
2022	77.928	14,4%

Sumber Bengkulu Indah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2018 hingga tahun 2022 jumlah konsumen yang berbelanja mengalami kenaikan dan penurunan, jika dilihat dari persentase pertumbuhan terjadi fluktuasi yaitu pada tahun 2018 jumlah konsumen yang berbelanja di Bengkulu Indah berjumlah 68.103 orang dan pada tahun 2019 jumlah konsumen mengalami kenaikan yaitu berjumlah 72.651 orang dengan persentase 6,6% pada tahun 2020 jumlah konsumen mengalami penurunan menjadi 70.933 orang dan pada persentase pertumbuhannya mengalami penurunan yaitu 4,1%

Selanjutnya pada tahun 2021 swalayan mengalami kenaikan jumlah konsumen sebanyak 7.564 orang menjadi 78.497 orang dan dari sisi persentase pertumbuhannya mengalami kenaikan signifikan yaitu sebesar 15% dan pada tahun 2022 swalayan mengalami penurunan jumlah konsumen sebanyak 77.928% orang dan dari sisi persentase pertumbuhannya juga mengalami penurunan dengan persentase 14,4%. Ini menunjukkan bahwa dari sisi jumlah konsumen yang berbelanja di Bengkulu Indah mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya dan terjadi naik turun dari segi persentase pertumbuhannya pada beberapa tahun.

Tabel 1.2

Nama dan Lokasi Minimarket di Kec.Lembah Melintang, Ujung Gading

No	Nama Minimarket	Lokasi	Keterangan
1.	Bengkulu Indah	Jl.Sijanih,Ujung Gading	Sudah beroperasi
2.	Indah Putra	Jl. Nusantara Barat,Ujung Gading,Pasaman Barat	Sudah beroperasi
3.	Bana Swalayan	Jl. Flores Kuamang,Ujung Gading,Pasaman Barat	Sudah beroperasi

Sumber Minimarket di Ujung Gading,2022

Dari tabel terlihat bahwa ada 3 Minimarket yang ada di Ujung Gading yaitu, Bengkulu Indah yang terletak di Jl.Sijanih,Ujung Gading,

Indah Putra yangterletak di Jl. Nusantara Barat,Ujung Gading,Pasaman Barat, dan Bana Swalayan,Jl.Flores,Kuamang,Ujung Gading,Pasaman Barat .

Dalam menghadapi persaingan pada bisnis ritel, tak jarang para pelaku usaha ritel menggunakan cara-cara yang tidak dibenarkan dalam agama. Beragam penipuan serta kecurangan dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. [8]Tindakan seperti ini yang dapat menyebabkan terjadinya pelanggaran norma dan dapat menghilangkan nilai-nilai moral masyarakat dalam menjalankan usahanya. Rasulullah SAW telah menganjurkan kepada masyarakat agar selalu amanah dalam menjalankan bisnis. Salah satunya dengan menjalankan etika bisnis dalam Islam

Pada usaha ritel, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan pada bisnis ritel adalah strategi 6R. Strategi ini terdiri dari *right product , right price, right quantity, right time, right in place* dan *right appeals promotion.* Segala macam usaha ritel dapat menerapakan strategi ini.

Minimarket Bengkulu Indah sudah lama berdiri. Unit usaha minimarket ini adalah unit usaha yang menjual beberapa macam barang kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, perlengkapan dapur, perlengkapan kantor, alat-alat elektronik,furniture dan lain-lain. Namun untuk pelanggan dari masyarakat sekitar pada Minimarket ini cukup sedikit. Padahal dari segi harga, pelayanan, dan kenyamanan di Minimarket Bengkulu Indah

[8] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2019), hal. 1

cukup baik daripada toko-toko ritel di sekitarnya. Untuk itu, minimarket ini perlu menerapkan strategi 6R *retailling* agar dapat bersaing dengan usaha-usaha ritel di sekitarnya.

Penerapan strategi ini, tidak hanya sekedar diterapkan seperti strategi yang digunakan para pengusaha ritel lainnya yang hanya berfokus mencari keuntungan semata. Namun di dalam penerapannya masih berada pada prinsip dan aturan syariah yang berorientasi agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Hal inilah yang dapat memberikan nilai tambah bagi minimarket ini. Untuk itu, strategi 6R yang diterapkan di Minimarket Bengkulu Indah akan ditinjau dari sisi etika bisnis Islam.

Dari latar belakang masalah di atas tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan, maka dapat di identifikasi masalahnya yaitu kurangnya penerapan strategi 6R dalam bisnis retail untuk menghadapi persaingan usaha.

C. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan terfokusnya permasalahan tersebut maka penulis membatasi masalah hanya pada "Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah"

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka masalah pokok yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah**:**

1. Bagaimana implementasi strategi 6R pada bisnis retail yang digunakan minimarket Bengkulu Indah ?
2. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di minimarket Bengkulu Indah?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas maka tujuan penenlitian ini adalah untuk mengetahui iImplementasi strategi 6R pada bisnis retail yang digunakan Bengkulu Indah Kec.Lembah Melintang Kab. Pasaman Barat dalam menghadapi persaingan di Ujung Gading,Pasaman Barat.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Bagi Praktis

Dapat memberikan informasi-informasi mengenai pengaruh- pengaruh strategi bisnis yang digunakan dalam usaha Bengkulu Indah.

c. Bagi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan oleh pihak-pihak terkait untuk menjaring investor mahasiswa untuk perkembangan strategi bisnis.

d. Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah Masyarakat Ujung Gading, Kec. Lembah Melintang, Kab. Pasaman Barat.Untuk mengetahui Implementasi strategi 6R pada bisnis retail di Bengkulu Indah.

F. Penjelasan Judul

Untuk mengetahui suatu gambaran yang jelas dan untuk menghindari pengertian yang salah, maka penulis mencoba menjelaskan judul penelitian tentang "Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah".

Implementasi : Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang disusun secara matang dan terperinci. Implementasi biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap sempurna. Grindle, menyatakanimplementasi merupakan proses umum tindakan administratif

yang dapat diteliti pada tingkat program tertentu[9].

Strategi 6R : Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*. Strategi merupakan sebuah rencana permainan untuk mencapai suatu tujuan yang dituju oleh suatu perusahaan. Sedangkan strategi bersaing adalah sebuah konsep yang dianggap akan mampu membawa sebuah perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar.

Strategi merupakan sebuah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen paling atas dan sumberdaya yang ada di perusahaan. Sedangkan strategi bisnis 6R adalah suatu kemampuan perusahaan dalam melakukan analisis lingkungan baik internal maupun eksternal dalam perusahaan, merumuskan strategi, melaksanakan

[9] Mulyadi, *Study Kebijakan Publik Dan Pelayanan Publik*, (Bandung : Alfabeta,2015),hal.47.

rencana-rencana yang sudah dirancang untuk mencapai semua sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi dimasa yang akan datang, dengan *right product* , *right price, right quantity, right time, right in place* dan *right appeals promotion.*

Bisnis Retail : Bisnis dapat didefenisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Tujuan bisnis, umumnya adalah untuk dapat berperan secara dominan dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka pebisnis harus mampu meningkatkankeunggulan bersaingnya, strategi bisnis merupakan keputusan untuk

mengarahkan agar pebisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya dengan terus berupaya melakukan perbaikan. [10]Ritel merupakan mitra dari pedagang besar/agen/ distributor yang memiliki jalur distribusi masing-masing barang dagangan. Ritel adalah kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Bisnis retail sering juga disebut dengan retailer. Pengecer merupakan mata rantai terakhir dalam pendistribusian barang. Toko retail terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan klasifikasi berdasarkan bentuk, ukuran dan tingkat modernitas.

Persaingan Usaha :Persaingan merupakan suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang tertentu (kelompok sosial), agar memperoleh kemenangan

[10] Sofjan Assauri, Strategic Management, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 22.

memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, maupun persenjataan.Usaha dalam kehidupan sehari-hari dapat diartikan sebagai upaya manusia untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan tertentu, Persaingan usaha adalah kondisi dimana terdapat dua pihak (pelaku usaha) atau lebih berusaha untuk saling mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama dalam suatu usaha tertentu.[11]

Perspektif Etika Bisnis Islam : Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua halpengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani ethos yang artinya kebiasaan atau karakter. [12]Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik,baik pada diri seseorang maupun pada suatu

[11] Malaka, Mashur. Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha. Al-'Adl, 2014, 7.2: 39-52.
[12] Irham Fahmi, Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi, (Bandung:Alfabeta, 2014), 199.

masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tingkah laku konsep nilai,baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikan atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Bengkulu Indah : Adalah salah satu bentuk toko retail yang menawarkan berbagai macam komoditi, baik sembako, pakaian, makanan, minuman dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Bengkulu Indah merupakan salah satu minimarket yang ada di Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat yang lebih tepatnya terletak di Sijanih, Ujung Gading

yang didirikan oleh Bapak Ipni pada tahun 2012.

Berdasarkan penjelasan judul diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud judul yaitu:“ Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Minimarket Bengkulu Indah” adalah usaha yang dilakukan untuk memaksimalkan implementasi strategi bisnis di Minimarket Bengkulu Indah Kec. Lembah Melintang Kab. Pasaman Barat dalam memasarkan produknya sehingga Bengkulu Indah masih ramai pengunjung ditengah maraknya persaingan di era ekonomi baru yang mengitensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide, pengetahuan serta pemanfaatan teknologi yang meningkat setiap tahunnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Implementasi

1. Pengertian Implementasi

Secara bahasa implementasi berarti pelaksanaan, penerapan.[13] Secara Umum, implementasi adalah tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang telah disusun dengan matang, cermat dan terperinci. Jadi, implementasi dilakukan jika sudah ada perencanaan yang baik dan matang, atau sebuah rencana yang telah disusun jauh jauh hari sebelumnya, sehingga sudah ada kepastian dan kejelasan akan rencana tersebut. Implementasi merupakan penyediaan sarana untuk melaksanakan sesuatu yang menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu. Yaitu suatu kegiatan yang direncanakan serta dilaksanakan dengan serius dan mengacu pada norma-norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan[14]. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan. Implementasi dapat diartikan sebagai perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan, sebagaimana yang dikemukakan oleh Browne dan Wildavsky dalam bukunya Arinda Firdianti.[15]

---

[13] "Implementasi" KBBI, diakses pada 19 November 2023. http://kbbi.web.id/implementasi.html.

[14] Zakky, "Pengertian Implementasi menurut Para Ahli, KBBI dan Secara Umum" Agustus 27, 2018. https://www.zonareferensi.com/pengertianimplementasi/html.

[15] Arinda Firdianti, Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa, (Yogyakarta: GRE Publishing, 2018), 19.

Ekawati menyatakan, “bahwa definisi implementasi secara eksplisit mencakup tindakan oleh individu/kelompok privat (swasta) dan publik yang langsung pada pencapaian serangkaian tujuan terus menerus dalam keputusan kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya”[16]. Menurut Widodo, “implementasi berarti menyediakan sarana untuk melaksanakan suatu kebijakan dan dapat menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu”.[17]

Implementasi bukan hanya sekedar aktivitas atau tindakan. Akan tetapi merupakan suatu kegiatan yang terencana atau sistematis dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan norma-norma tertentu sehingga dapat mencapai tujuan kegiatan. Implementasi menurut teori Jones bahwa:“*Those Activities directed toward putting a program into effect*”(Proses mewujudkan program hingga memperlihatkan hasilnya). Selanjutnya Kapioru menyebutkan, ada empat faktor yang mempengaruhi kinerja implementasi,[18] yaitu: a. Kondisi lingkungan (environmental conditions). b. Hubungan antar organisasi (inter-organizational relationship).c.Sumberdaya (resources). d. Karakter institusi implementor (characteristic implementing agencies).

---

[16] Taufik, dkk, *Implementasi Peraturan Daerah Badan Permusyawaratan Desa.,(Jurnal Kebijakan Publik*, ,2013), Volume 4, Nomor 2

[17] Syahida, *Implementasi Perda Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Sampah Di Kota Tanjungpinang (Study Kasus Di Kelurahan Tanjung Unggat),*2014.

[18]Kapioru, *Implementasi Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 15 Tahun 2011 Tentang Retribusi Pelayanan Parkir Di Tepi Jalan Umum.* (Jurnal Nominal/Volume III Nomor 1,2014)

Menurut Purwanto,beberapa faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu proses implementasi yaitu:[19]

1. Kualitas kebijakan itu sendiri.

2. Kecukupan input kebijakan (terutama anggaran).

3. Ketepatan instrumen yang dipakai untuk mencapai tujuan kebijakan(pelayanan, subsidi, hibah, dan lainnya).

4. Kapasitas implementor (struktur organisasi, dukungan SDM, koordinasi, pengawasan, dan sebagainya).

5. Karakteristik dan dukungan kelompok sasaran (apakah kelompok sasaran adalah individu atau kelompok, laki-laki atau perempuan, terdidik atau tidak)

6. Kondisi lingkungan geografi, sosial, ekonomi, dan politik dimana implementasi tersebut dilakukan.

Jadi Implementasi adalah tindakan yang dilakukan setelah suatu kebijakan ditetapkan. Implementasi merupakan cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya[20]

a. Tahapan Implementasi

Menurut Van Meter dan Van Horn dalam tahapan implementasi ada tiga yaitu perencanaan, keteladaan, dan

[19] Syahida, *Implementasi Perda Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Sampah Di Kota Tanjungpinang (Study Kasus Di Kelurahan Tanjung Unggat)*,2014

[20] Mulyadi,*Implementasi kebijakan*(Jakarta:Balai Pustaka,2015),45

pelaksaan itu sendiri. Pertama, perencanaan *(Planning*) merupakan proses penetapan tujuan, mengembangkan strategi, dan menguraikan tugas dan jadwal untuk mencapai tujuan yang terarah dan sistematis agar tujuan dapat dicapai secara efektif dan efesien. Kedua, keteladanan *(Explary*) merupakan mensyaratkan komitmen untuk memberikan contoh terbaik dalam setiap tingkah laku seorang yang mau jujur dengan tidak dibuat-buat, tetapi asli muncul kepermukaan sebagai sebuah kepribadian. Keteladanan juga menuntun seseorang untuk menyikapi sebuah persoalan dengan bijak serta dengggan kesadaran penuh berusaha untuk tetap selalu konsisten. Ketiga, pelaksanaan merupakan suatu tindakan dari sebuah rencana yang disusun secara matang dan terperinci

b. Tujuan Implementasi

Implementasi merupakan kegitan yang dilakukan oleh seseorang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dari pengertian tersebut, maka ada beberapa tujuan dari implementasi itu sendiri. Tujuan-tujuan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Melaksanakan rencana yang sudah disususn oleh individu maupun kelompok
b. Menguji prosedur didalam penerapan rencana yang sudah dibuat
c. Mendokumentasikan suatu prosedur didalam penerapan rencana dan kebijakan

d. Mewujudkan tujuan-tujuan yang akan dicapai di dalam perencanaan atau kebijakan yang sudah dirancang
e. Mengetahui kemampuan masyarakat dalam menerapkan kebijakan atau rencana dengan yang diharapkan
f. Mengetahui tingkat keberhasilan suatu kebijakan atau rencana yang sudah dibuat untuk perbaikan dan peningkatan mutu..

B. Strategi Bisnis

Seiring dengan perkembangan zaman era persaingan bisnis juga semakin ketat yang mengharuskan pelaku usaha untuk menemukan cara dan strategi agar bisa unggul menghadapi persaingan bisnis. Tentunya tujuan akhir agar bisa memenangkan persaingan ini adalah perusahaan tersebut tetap bisa *survive* mempertahankan kelangsungan hidupnya,demgan memperoleh keuntungan laba(profit) secara optimal[21]. Dalam memilih model dan konsep bisnis yang akan digunakan, idealnya para pelaku bisnis atau suatu perusahaan harus mengkombinasikan antara factor internal terutama *resource*s atau sumber daya dan melihat struktur industri secara eksternal, kemudian menyiapkan strategi–strategi untuk bisa mencapai tujuan. [22]

[21] Lucky,Maskarto, *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19,* Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021

[22] Ade Bastian, (2015). Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus : Universitas Majalengka). Infotech Journal, 1(1), 55-61.

Strategi yang dimaksud adalah langkah perencanaan yang lebih terukur dan sistematis yang memiliki perbedaan dan ciri khas tersendiri baik dari sisi produk atau jasa yang dihasilkan maupun kompetensi dari sumber daya manusia.[23] Sedangkan definisi strategi sendiri adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya.[24] Strategi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan rencana mengenaipenggunaan sumber daya-sumber daya untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan sehingga perusahaan benar – benar bisa mencapai tujuan yang diinginkannya.

Menurut Porter ada dua jenis dasar *competitive advantage* yang bisa dimiliki oleh perusahaan yaitu *low cost dan differentiation* . Atas dasar itu adatiga strategi generik untuk bisa mencapai hasil yang lebih baik dari rata-rata didalam suatu industri. Ketiga strategi generik itu terdiri dari: cost leadership,differentiation dan focus. Ditambah dengan dua variasi dari strategi focus yaitu: *cost focus* dan *differentiation.*[25]

Gambar 1.1 Generic Structure

[23] Widyaningrum, Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. Jurnal Al Tijarah,(2016), 2(2), 230-257.

[24] Rahman, Manajemen Strategi, Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,2017,Hal .19

[25] Pamungkas,Darma Purba, Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id), Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO), Volume 1, Nomor 2, Mei 2016



Kompetisi merupakan karakteristik positif dalam bisnis, terutama dalam era saat ini dimana internet telah mampu memberikan berbagai perubahan dalam dunia bisnis. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan competitive forces dan competitif strategies untuk dapat bertahan dalam bisnisnya.[26]

Menurut Griffin dan Ebert bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Menurut Sukirno bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Suhendi dan Indra Sasangka, bisnis adalah suatu usaha individu atau kelompok yang mengembangkan dan mentransformasikan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga mendapatkan keuntungan atau laba dengan kegiatan itu. [27]

---

[26] Badalamenti, Business strategy recommendation for Que Rico Hamburquesa Restaurant. The Indonesian Journal of Business Administration, (2013)Vol.2, No.4, 2013:500-508.

[27] Suhendi dan Indra Sasangka, Pengantar Bisnis (Bandung: CV. ALFABETA, 2014), hlm. 2.

Setiap bisnis mengadakan transaksi dengan orang-orang. Orang-orang itu menanggung akibat bisnis tersebut. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama . [28]Dari pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba / keuntungan yang sebesar-besarnya.

Kegiatan bisnis merupakan proses kegiatan oleh individu atau kelompok melalui proses penciptaan, pertukaran kebutuhan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan khususnya secara finansial. [29]Organisasi bisnis merupakan suatu system yang terdiri berbagai subsistem yang terdiri dari input, proses, dan output. Organisasi bisnis juga tidak dapat dipisahkan dari sistem yang lebih besar yang berupa sistem ekonomi yang berkembang yang secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh terhadap organisasi bisnis.[30]

[28] Irham,Fahmi,*Manajemen Strategis* . (Bandung : Alfabeta,2018)

[29] Fadilah, Kontribusi Nilai Islam Dalam Ranah Bisnis Dan Pemasaran. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 2021, 2.1: 214-239.

[30] Stenly. S,Manajemen Bisnis. 2021.

Dalam organisasi bisnis terdapat stakeholder yaitu pihak – pihak yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan suatu organisasi. Stakeholder primer merupakan pihak – pihak yang secara langsung dipengaruhi oleh kebijakan, ataupun aktivitas organisasi. Sedangkan stakeholder sekunder merupakan pihak – pihak yang tidak secara langsung terpengaruh kegiatan organisasi.

C. Bisnis Retail

1. Pengertian Bisnis Retail

Kata Ritel awalnya berasal dari bahasa Perancis yaitu *riteller* atau berarti memotong atau memecah sesuatu.[31] Kata ritel dapat diartikan sebagai perdagangan eceran, sedangkan peritel diartikan pengusaha perdagangan eceran. Ritel atau *retail* merupakan jenis usaha bisnis yang mengarahkan kemampuan pemasarannya secara langsung untuk memuaskan konsumen akhir.[32] Sopiah dan Syihabudhin menjelaskan bahwa bisnis ritel adalah kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir.

Pada saat ini bisnis ritel telah mengalami banyak perubahan. Toko-toko ritel yang awalnya berkonsep toko lokal atau toko di jalan utama, sekarang menjadi toko yang berskala nasional bahkan internasional. Biasanya berbentuk pusat perbelanjaan modern

[31] Pinto Jaya,dkk, *Analisis Strategi Usaha Ritel UKM dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Studi Kasus Pada UKM Toko Mojang Fashion,* 201.

[32] Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta:CAPS,2020),1.

seperti *supermarket*, pasar swalayan, *hypermarket* dan sebagainya. Pengelolaan bisnis ritel sekarang ini harus melihat serta mengikuti perkembangan zaman. Teknologi pemasaran bisnis ritel juga harus mengikuti perkembangan supaya dapat memiliki keunggulan bersaing.[33]

2. Strategi 6R Retailling dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Ritel merupakan salah satu rantai saluran distribusi yang memegang peranan yang penting dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen akhir. [34]Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.[35]Sebagaimana yang sudah diungkapkan oleh Kotler mendefinisikan sebagai berikut: "Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis."[36]Retail dapat diartikan juga sebagai semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Atau ritel

[33] Danang Sunyoto, *Manajemen Bisnis Ritel*,1-2

[34] Septiana, Cindy. *Analisis Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Unilever Pada Pt. Plambo Pratama Joyosantoso*. Diss. Politeknik Harapan Bersama Tegal, 2021.

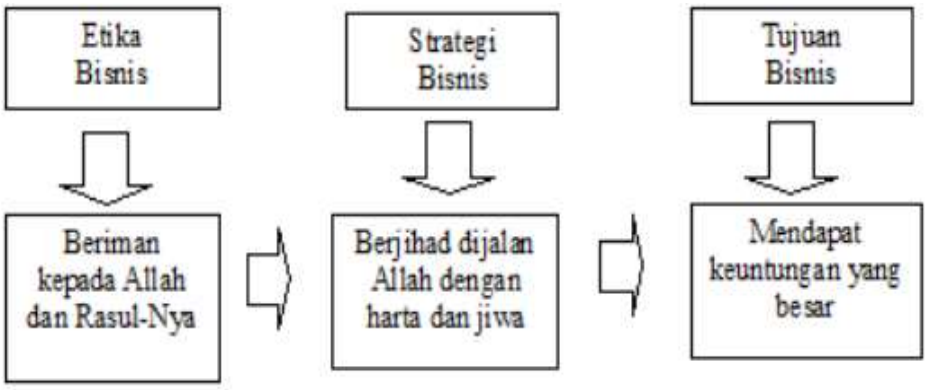
[35] Hariyadi, Guruh Taufan. "Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang)." *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 1.1 (2016): 16-32.

[36] Rahman, Beryanza Tri. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Unkl347 Bandung*. Diss. Universitas Widyatama, 2014.

adalah suatu kegiatan yang terdiri dari aktivitas-aktivitas bisnis yang terlibat dalam menjual barang dan jasa kepada konsumen untuk kepentingan sendiri, keluarga ataupun rumah tangga.[37]

Gambar1.2 Hubungan Etika Bisnis

Strategi Bisnis,dan Tujuan Bisnis



Etika bisnis yang sesuai syariah berlandaskan iman kepada Allah dan Rasul-Nya atau menjalankan segala perintah Allah dan Rasul-Nya dan menjauhi larangan Allah dan Rasul-Nya. [38]Dengan demikian perilaku dalam bisnis hendaknya sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dan Rasul-Nya, mengindari yang dilarang Allah dan Rasul-Nya serta menjauhi produk yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya. Strategi bisnis yang sesuai syariah berupaya dengan sungguh-sungguh di jalan Allah dengan mengelola

[37] Areadi, dkk. "Pengaruh Hedonic Shopping terhadap Pembelian Impulsif pada Ritel Modern (Studi Kasus pada Pelanggan Swalayan Gelael, Candi Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5.4 (2016): 620-628.

[38] Rahmawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam Agen HPAI dalam Transaksi Jual Beli Produk Herbal Penawar Al Wahida Indonesia." *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan* 16.1 (2019): 51-58.

sumberdaya secara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik di sisi Allah, baik di dunia maupun di akhirat. Sedangkan tujuan bisnis yang sesuai syariah adalah mendapat keuntungan yang besar baik di dunia maupun di akhirat.[39]

Dalam melaksanakan strategi ritel manajemen mengembangkan sebuah retail mix untuk memuaskan kebutuhan pasar sasarannya lebih baik dari pesaing. Bauran Ritel *(Retail Mix*) adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel, dimana peritel dapat meengkombinasikan variabel-variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya menarik konsumen.. Utami mendefinisikan retail mix atau bauran ritel adalah kombinasi elemen-elemen produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, atau tampilan untuk menjual barang dan jasa pada konsumen akhir yang menjadi pasar sasaran.[40]

Strategi 6R yaitu suatu kemampuan perusahaan dalam melakukan analisis lingkungan baik internal maupun eksternal dalam perusahaan, merumuskan strategi, melaksanakan rencana-rencana yang sudah dirancang untuk mencapai semua sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi dimasa yang akan datang, dengan

[39] Hadi, Nurkhozin S. "Wirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Penjualan Bunga Anugerah Baru Di Kota Pekanbaru." *Jurnal An-Nahl* 7.1 (2020): 76-84.

[40] Utami, Pengaruh disiplin kerja dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan (Studi pada Karyawan Divisi Marketing PT. Victory International Futures Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, (2017),50(6), 58–67.

right product , *right price, right quantity, right time, right in place* dan *right appeals promotion.* Menurut Hutagalung dan Baruna yang dikutip dari bukunya Sopiah dan Syihabudhin, [41]strategi 6R pada *retailling* yang dapat membantu keberhasilan bisnis ritel terdiri dari:

a. *Right Product*

Di dalam syarat jual beli dalam Islam, ada beberapa ketentuan-ketentuan yang terkait dengan barang yang boleh diperjualbelikan yaitu sebagai berikut:

1. Barang yang diperjualbelikan ada ditempat. Jika barang tersebut tidak ada, akan tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut maka diperbolehkan.
2. Barang dijual harus dapat dimanfaatkan atau bermanfaat bagi manusia. Maka dari itu, sejenis *khamar* dan darah tidak sah untuk dijual kepada manusia karena menurut syari‘at Islam, barang-barang atau benda-benda seperti ini tidak dapat bermanfaat bagi manusia.
3. Barang yang akan dijual harus milik seseorang. Apabila barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang maka

[41] Syarif, Andi Athirah. *Analisis Strategi Persaingan Usaha Antara Indomaret Dan Alfamidi Di Kecamatan Ranomeeto Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999*. Diss. IAIN KENDARI, 2023.

tidak boleh diperjualbelikan. Contohnya memperjualbelikan ikan yang ada di laut dan menjual emas yang ada dalam tanah.

4. Barang yang dijual dapat diserahkan pada saat akad berlangsung. Jika tidak pada waktu tersebut, maka dapat diserahkan pada waktu yang sudah disepakati bersama ketika transaksi sedang berlangsung.

Selain ketentuan yang ada diatas, barang yang diperjualbelikan atau objek jual beli serta jumlah pembayarannya harus diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak yaitu pihak penjual dan pembeli agar terhindar dari *gharar* atau penipuan.

b. *Right Quantity*

Ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam merencanakan persediaan yaitu jumlah pembelian dan waktu pemesanan harus sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Hal tersebut berkaitan dengan keuangan perusahaan. Apabila perencanaan persediaan perusahaan dilakukan tidak sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak maka hal tersebut akan merugikan salah satu pihak.[42]

[42] Sani, Nur Miladiyah. *Implementasi Strategi 6R pada Bisnis Ritel untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus)*. Diss. IAIN KUDUS, 2020.

Selain melakukan perencanaan persediaan, perusahaan juga harus melakukan pengendalian persediaan. Pengendalian persediaan yaitu suatu fungsi didalam organisasi yang bertanggungjawab atas pengelolaan bahan baku dan persediaan pada umumnya. Perusahaan perlu menentukan besarnya *safety stock.* Perusahaan harus menentukan jumlah minimum, dan maksimum persediaan pada waktu pemesanan. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi pemborosan dalam persediaan. Sebagaimana Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur‘an surat Al-Isra‘ ayat 27 yaitu sebagai berikut:

اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ ۗوَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا

Artinya: Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.(Q.S Al-Isra’:27).[43]

Di dalam melakukan manajemen persediaanbarang, Allah SWT melarang adanya kegiatan menimbun barang atau *ihtikar.* Penimbunan barang dilakukan dengan membeli sesuatu dengan jumlah yang besar, sehingga barang tersebut berkurang dipasaran, yang nantinya akan membuat harganya (barang yang ditimbun tersebut) menjadi naik dan pada waktu harga sudah naik kemudian

[43] Alquran, Al-Isra‘ ayat 27, *Alquran dan Terjemahnya*, (Bandung: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2013), 25.

barang tersebut baru dijual ke pasar, sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.[44]

c. *Right Price*

Para ulama fiqh mengatakan bahwa ketentuan penetapan harga tidak dijumpai di dalam al-Qur_an. Tetapi di dalam hadits dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu diperbolehkan dalam kondisi tertentu. Ada beberapa konsep penetapan harga dalam Islam menurut pendapat cendekiawan atau ulama Islam. Menurut Al-Ghazali, laba seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang. Sedangkan cendekiawan Ibnu Khaldun, harga merupakan hasil dari hukum permintaan dan penawaran kecuali harga emas dan perak karena harga emas dan perak merupakan standar moneter.

Bila suatu barang mengalami kelangkaan dan banyak permintaan, maka harga suatu barang akan menjadi tinggi. Tetapi jika suatu barang berlimpah dipasaran maka harganya akan menjadi rendah. Menurut syari‘at Islam, dalam menentukan harga harus ada perjanjian (akad). Perjanjian (akad) adalah suatu perjanjian yang ditandai dengan adanya ikatan (*qabul*) yang sesuai

[44] Riska Ariska dan Abdul Aziz, *Penimbunan Barang Perspektif Hukum Ekonomi Islam, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* Volume 3 Nomer 2 (2015): 96.

dengan syari'at Islam. Dalam menentukan sebuah harga, setiap perusahaan harus mengutamakan nilai-nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, maka harga yang ditawarkan bisa tinggi. Akan tetapi, jika produk yang ditawarkan memiliki keburukan atau kerusakan, maka harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut.

Apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas produk yang dijualnya, maka hal tersebut akan bertentangan dengan syariat Islam,sebagaimana yang telah dijelaskan Allah sebagaiberikut:[45]

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu[46]

d. *Right Time*

Seorang pengusaha ritel harus mengetahui kapan

[45] Alquran, An-Nisa' ayat 29, *Alquran dan Terjemahnya*, (Bandung: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2013),

[46] Alquran, An-Nisa' ayat 29, Alquran dan Terjemahnya, (Bandung: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 2013), 65.

konsumen bersedia membeli barang yang dibutuhkannya. Waktu berbelanja konsumen dibagi menjadi empat macam pola yaitu waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus dalam kehidupan seseorang, dan waktu pribadi. Pengusaha ritel juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

e. *Right in Place*

Pemilihan lokasi usaha dalam Islam harus dipertimbangkan dengan baik. Pengusaha ritel harus menentukan lokasi usaha yang sekiranya dapat membuat bisnis tersebut mudah dikunjungi konsumen. Proses menentukan lokasi usaha dalam Islam dikenal dengan al- makanu yang berarti tempat.[47]

f. *Right Appeals Promotion*

Promosi yang dianjurkan oleh Rasullulah SAW adalah menjelaskan produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan jelas dan benar. Pedagangan tidak hanya menjelaskan keunggulannya saja akan tetapi juga menjelaskan kekurangan produk tersebut serta efek samping dalam penggunaan produk tersebut. Salah satu contoh promosi yang dilarang oleh agama yaitu penjual menawarkan produk kepada konsumen hanya dengan menjelaskan barang tersebut tanpa memberitahu kekurangan produk tersebut. Kemudian penjual bersumpah bahwa

[47] Didin Burhanuddin Rabbani, ‖*Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Studi Pada Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang"*, (tesis: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018), 38.

produk tersebut sangat bagus padahal kualitas produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang dijanjikannya.

D. Bisnis Ritel Syariah

Bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur‘an dan hadis di mana terdapat kesesuian kegiatan bisnis dengan syariah islam sebagai ibadah kepada Allah Ta‘ala untuk menapdat ridha-nya. Dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan syariah islam, di mana semua kegiatan bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan aturan agama islam (halal dan haram). Dalam bisnis islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah Ta‘ala.[48] Selain itu bisnis syariah juga meiliki arti yaitu serangkaian aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya.[49] Artinya, dalam mendapatkan harta dan mengunakannya tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan Allah.

Bisnis ritel syariah adalah suatu bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir yang kegiatannya adalah mendistribusikan barang ataupun jasa kepada perseorangan maupun rumah tangga, dimana cara menggunakan harta dan cara memperoleh harta yang mereka dapatkan sesuai dengan syariat

[48] Hamdi Agustin, Studi Kelayakan Binis Syariah (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h. 07

[49] Asmuni dan siti Mujiatun, Bisnis Syariah (Medan: Perdana Publishing, 2015), h. 11.

Islam yaitu Al-Qur‘an dan As-Sunnah.[50] Konsumen akhir berkedudukan sebagai pengguna akhir seperti individu atau rumah tangga. Herman Kertajaya mengutip buku dari Buchari Alma dan Donni Juni Priansa menjelaskan bahwa ritel Islam menggunakan sebuah strategi bisnis yang dapat memadai seluruh aktivitas yang terdapat dalam perusahaan, baik dari proses menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen maupun perorangan dengan menggunakan cara yang dibenarkan dalam ajaran Islam.[51]

Sebenarnya di dalam agama Islam tidak di jelaskan secara detail mengenai konsep ritel, tetapi Rosulullah SAW melarang penjualan barang yang belum di miliki sepenuhnya. Di salah satu riwayat dari sahabat Rasullah bahwa ada seorang sahabat bernama Hakim bin Hazam Radhiyallahu 'anhu pernah berkata kepada Rasulullah SAW : Wahai, Rasulullah. Seseorang datang kepadaku. Dia ingin membeli sesuatu dariku, sementara barang yang dicari tidak ada padaku. Kemudian aku pergi ke pasar dan membelikan barang itu‖. Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ يَأْتِينِى الرَّجُلُ فَيُرِيدُ مِنِّى الْبَيْعَ لَيْسَ عِنْدِى أَفَأَبْتَاعُهُ لَهُ مِنَ السُّوقِ فَقَالَ : لاَ تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

[50] Andriani, Rika. "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Di Minimarket Sakinah 212 Mart Wonorejo Tandes Surabaya." *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya* (2019).

[51] Mubarok, Nurul. "Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3.1 (2017): 73-92.

Islam tidak melarang jual beli jika segala sesuatunya tidak bertentangan dengan syariah, baik itu barang yang di jual, cara pelayanan maupun penetapan harga dan pengambilan keuntungan. Perusahaan ritel dalam Islam seharusnya menjual barang-barang yang halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.[52]

E. Jenis Bisnis Retail

Bisnis ritel dapat dibedakan dalam beberapa macam berdasarkan ukuran, kepemilikan, operasional, dan lain sebagainya. Kotler membedakan bisnis ritel menjadi pengecer toko, penjualan eceran tanpa toko, dan berbagai organisasi eceran.

Menurut Kotler jenis-jenis pengecer toko utama dapat dibedakan menjadi [53]:

1. Khusus (*Specialy Store),* yaitu toko yang menjual lini produk yang sempit dengan ragam pilihan yang dalam, seperti toko pakaian, toko alat-alat olah raga, toko bunga dan toko buku. Contohnya adalah *The Limited* dan *The Body Shop*
2. Toko Serba Ada (*Departement Store),* yaitu toko yang menjual beberapa lini produk (biasanya pakaian dan perlengkapan rumah tangga), dan tiap lini produk tersebut beroperasi sebagai department tersendiri yang dikelola olehpembeli spesialis atau

[52] Erni Tisnawati Sule, dkk., *Manajemen Bisnis Syariah,* (Bandung: Refika Aditama, 2021), 32-44.

[53] Philip,Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran,(Jakarta: Bumi Aksara,2016),hal.551

padagang khusus. Contohnya adalah JCPenney dan Bloomingdale’s

3. Pasar swalayan (Supermarket), yaitu toko dimana usaha/operasi penjualan yang dilakukan relatif besar, berbiaya rendah, bermargin rendah, bervolume tinggi, swalayan, yang dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seprti makanan, pencucian dan produk perawatan rumah tangga. Contohnya adalah Kroger dan Safeway

4. Toko Kelontong, kebutuhan sehari-hari (Convinience Store), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak didaerah pemukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual lini produk bahan yang terbatas dengan tingkat perputaran tinggi.Contohnya adalah 7-Eleven dan Circle K.

5. Toko Diskon (Discount store), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume tinggi. Contohnya adalah Walmart dan Kmart

6. Pengecer Potongan Harga (Off-Price Retailer), yaitu toko dimana membeli dengan harga yang lebih rendah daripada harga pedagang besar dan menetapkan harga untuk konsumen lebih rendah daripada harga eceran. Seiring merupakan barang sisa, berlebih dan tidak regular, yang diperoleh dengan harga lebih rendah dari produsen atau pengecer lain

Jenis jenis pengecer toko dapat dibedakan berdasarkan tingkat pelayanannya menurut Kotler adalah sebagai berikut [54]:

a. Swalayan (Self services) Swalayan merupakan dasar dari semua operasi diskon. Banyaknya pelanggan yang bersedia melakukan sendiri proses menemukan, membandingkan, memilih guna menghemat uang.

b. Swapilih (Self selection) Para pelanggan mencari barang sendiri, walaupun mereka dapat meminta bantuan.Para pelanggan menyelesaikan transaksi mereka setelah membayar kepada pramuniaga.

c. Pelayanan terbatas (limited service) Pengecer ini menjual lebih banyak barang shopping, dan pelanggan memerlukan lebih banyak informasi serta bantuan. Toko-toko ini juga menawarkan jasa seperti kredit dan hak pengembalian barang.

d. Pelayanan penu (Full service) Pramuniaga siap untuk membantu dalam tiap tahap dari proses menemukanmembandingkan-memilih. Pelanggan yang suka dilayani akan memilih toko jenis ini. Biaya pegawai yang tinggi, ditambah dengan proporsi yang tinggi atas barang khusus dan barang yang perputarannya lambat serta jasa yang banyak, menyebabkan terjadinya eceran yang berbiaya tinggi.

F. Faktor Pendukung Pertumbuhan Bisnis Retail

[54] Philip,Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran,(Jakarta: Bumi Aksara,2016),hal.552

Ada tiga faktor yang mendukung pertumbuhan sebuah bisnis ritel, yaitu antara lain:[55]

a. Harga Tepat

Penerapan harga yang tepat dapat mendorong konsumen untuk membeli di toko tersebut. Biasanya pada usaha ritel menjual produk-produk untuk kebutuhan sehari- hari. Maka dari itu, masyarakat dapat mengontrol harga dengan baik. Para pengusaha ritel sebaiknya menghindari penetapan harga yang tinggi, karena besar kemungkinan konsumen akan berpindah ke toko lainnya yang menjual produk serupa dengan harga yang lebih rendah.

b. Lokasi Toko

Penentuan lokasi toko yang strategis dapat menjadi faktor pendorong pertumbuhan ritel yang menjanjikan. Jika sebuah perusahaan ritel dapat menerapkan cara tersebut dengan baik, maka usaha ritel tersebut akan mengalami kemajuan.

c. Suasana Toko

Suasana toko dapat menstimulasi panca indera konsumennya sehingga konsumen bersedia melakukan sebuah transaksi. [56]Desain *eksterior* dan *interior* toko harus diperhatikan baik-baik oleh manajer toko. *Eksterior* toko meliputi segala bangunan fisik yang dapat dilihat oleh panca indra mulai dari bentuk bangunannya,

[55] Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*,18-19

[56] Yunita Nirmala Sari,dkk, Analisa Pengaruh Retail Mix (Customer Service, Location, Store Design & Display, Merchandise Assortment, Communication Mix, Dan Price) Terhadap Tingkat Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-9.

pintu masuknya, dan lain sebagainya. Sedangkan *interior* toko meliputi desain ruangan, estetika toko, dan tata letak toko. Selain desain *interior* dan *eksterior*, faktor lain yang dapat memikat daya tarik konsumen untuk berbelanja adalah pelayan toko. Pramuniaga atau pelayan toko yang berkualitas dapat menunjang pertumbuhan toko.

G. Faktor penghambat pertumbuhan bisnis retail

Ada penghambat pertumbuhan bisnis ritel, salah satunya menurut Zimmerer. Zimmerer yang mengutip dari bukunya Sopiah dan Syihabudhin menyatakan bahwa ada hal- hal yang dapat menyebabkan kegagalan bisnis ritel, yaitu sebagai berikut[57]

a. Ketidakmampuan Manajemen dan Kurangnya Pengalaman

Kurangnya kemampuan manajemen dalammengambil keputusan merupakan masalah utama dari kegagalan suatu usaha. Seorang wirausahawan harus memiliki pengalaman manajemen yang baik. Para pengusaha ritel harus memiliki beberapa keterampilan teknis mengenai konsep pengoperasian fisik bisnis, kemampuan untuk mengkoordinasi berbagai kegiatan bisnis, dan kemampuan untuk mengatur orang-orang dalam organisasi, serta memotivasi mereka untuk meningkatkan kinerjanya di perusahaan.

b. Pertumbuhan Tidak Terkendali

[57] Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*,211-213.

Pertumbuhan tidak dapat dikendalikan karena pertumbuhan merupakan sesuatu yang alamiah dan diharapkan oleh semua jenis perusahaan. Akan tetapi, pertumbuhan harus dapat direncanakan karena pertumbuhan beresiko dapat meningkatkan berbagai macam masalah sehingga seorang manajer harus belajar menangani masalah-masalah tersebut.

c. Lokasi yang Buruk

Dalam menentukan lokasi usaha, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai alasan yang berdasarkan penelitian, pengamatan, maupun perencanaan. Pemilihan lokasi yang tidak tepat dapat membuat bisnis tersebut menjadi tidak berkembang.

d. Pengendalian Persediaan yang Kurang Baik

Pengelolaan persediaan merupakan investasi terbesar yang dilakukan oleh seorang pengusaha. Para pengusaha harus dapat mengendalikan persediaan baik di gudang maupun di toko agar tidak terjadi kehabisan barang maupun pemborosan persediaan barang. Jika persediaan pada toko tidak tercukupi atau kehabisan barang maka besar kemungkinan konsumen akan kecewa dan tidak jadi membeli.

H. Etika Bisnis Islam

Pengertian Etika Bisnis IslamEtika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan

perilakunya.[58] Etika berasal dari kata Yunani ―Ethos‖ yang berarti adat, watak atau kesusilaan. Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik. Sedangkan bahasa arabnya "akhlak" bentuk jama‟ dari mufradnya khuluq artinya "budi pekerti". Keduanya dapat diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat, yang menunjuk pada perilaku masyarakat itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik [59]Etika berkaitan dengan norma-norma, tata cara hidup yang baik, dan segala bentuk kebiasaan yang diwariskan turun temurun.

Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (good conduct) yang harus dipatuhi dan dijalankan. Adapun bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut entrepreneur[60]. Sedangkan Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah Swt. untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, dengan dirinya, dan dengan sesamanya.

[58] Kadir, Dasar Pengolahan Citra dengan Delphi. Yogyakarta. ANDI Yogyakarta,2013.
[59] Ali Hasan, Manajeman Bisnis Syari'ah, (Yojakarta : Pustaka Belajar, 2015), 171.
[60] Sudaryono, "Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus." Andi Yogyakarta.2015.hal 6-7.

Yusanto dan Wijayakusuma dalam Etika Bisnis Islam mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami yaitu serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.[61]

Menurut Yusuf Qardawi, etika bisnis dalam Islam antara lain, menegakkan larangan dalam memperdagangkan barang-barang yang haram, bertransaksi yang sah, bersikap amanah, adil dan jujur, meninggalkan bunga atau riba, tidak memonopoli dan berlaku curang, mengedepankan toleransi, kasih sayang dan persaudaraan, serta meniatkan dalam berbisnis sebagai bekal menuju akhirat.[62]

Kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan ummat, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain.Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya. Kekurangan kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis). Dengan demikian kegiatan berbisnis itu sudah merupakan peradaban manusia yang sama tuanya dengan keberadan manusia dimuka bumi ini. Dalam kenyataannya juga

[61] Mutawazzin (Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo)vol.1, Nomor 1, April 2020

[62] Mardani, Hukum Bisnis Syariah (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2014), h. 26-27.

berbisnis menjadi lapangan mata pencaharian yang banyak dipilih oleh warga masyarakat. Kenyataan ini berkorelasi positif dengan hadis Nabi Muhammad SAW berikut:

"Sembilan dari sepuluh pintu rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha berternak " (H.R. Ibnu Manshuur)

Mereka yang berprofesi sebagai pedagang (pebisnis) ini mempunyai kesempatan yang banyak untuk berbuat kebajikan, sebagaimana dapat dipahami dari hadis Nabi Muhammad SAW berikut:

"Pedagang (pebisnis) yang jujur dan amanah akan tinggal bersama para Nabi, shiddiqin dan para syuhada di hari kiamat " (H.R. Turmuji dan Ibnu Majah).

Dan pada hadis yang lain disebutkan. *"Allah mengasihi seseorang yang murah dalam menjual, mudah dalam membeli, dan lapang dada dalam menagih hutang" (H.R. Bukhari).*

Dari dua hadis ini kita dapat memahami begitu luasnya kesempatan bagi seorang pebisnis untuk berbuat kebajikan dengan ganjaran yang luar biasa. Apa lagi bila bisnisnya terus berkembang menjadi besar, maka akan semakin banyak orang yang terserap menjadi karyawan..

Prinsip-prinsip Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan pengkristalan nilai-nilai agama Islam yang berasal dari akhlakul karimah, dengan

menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan norma agama yang pasti kebenarannya, yaitu syari'ah Islam yang menjelaskan mana yang baik dan wajib dilaksanakan, serta menerangkan mana yang buruk yang harus ditinggalkan. Sedangkan menurut Sulkifli terdapat empat poin besar etika bisnis yang termaktub dalam Alquran dan Hadis[63]

1. Kesatuan (Tauhid/*Unity)*

   Tauhid berasal dari kata wahhadayuwahhidu-tawhiddan. Secara harfiah artinya menyatukan, mengesakan, atau mengakui bahwa sesuatu itu satu.11 Ada tiga macam tauhid yakni Tauhid Rubbubiyah (percaya segala sesuatu yang ada didunia, qadha dan qadhar merupakan keesaan Allah Swt), Tauhid al-Asma' wa al-Sifat (pengakuan tentang nama-nama Alaah dan sifatnya), Tauhid Uluhiyah (memusatkan segala yang dilakukan dalam ibadah dan ketaatannya hanya pada Allah Swt). Tauhid adalah prinsip terpenting dalam Islam, karena itu menandakan pembacaan syahadat oleh seorang Muslim yang beriman. Hubungan antara umat manusia dan Tuhan, pencipta alam semesta. Ikatan ini terbentuk sebagai hasil dari ketundukan (islamisasi) manusia kepada Tuhan yang

[63] Sulkifli Herman, Nasir Hamzah, and Amiruddin K, "Prinsip Dan Etika Pada Manajemen Pemasaran Dalam Upaya Pengembangan Bisnis Thaybah Mart," Laa Maisyir 5, no. 2 (2018): 1–23.

mereka puja, yang berupa penyerahan hati, wajah, pikiran, ucapan, dan amal.

Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek – aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerah langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan – Nya. Hal tersebut telah ditegaskan dalam Al qur'an surat Al-Baqarah ayat 29

هُوَ الَّذِيْ خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِى الْاَرْضِ جَمِيْعًا ثُمَّ اسْتَوٰٓى اِلَى السَّمَآءِ فَسَوّٰىهُنَّ سَبْعَ سَمٰوٰتٍۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ

Artinya: Dialah Allah yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian dia menuju ke langit, lalu dia menyempurnakan nya menjadi tujuh langit . Dan Dia maha mengetahui segala sesuatu.[64]

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan

[64] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahanya,(Bandung: sigma creative media corp,2013),hal.5

keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh,sehingga diharapkan adanya keseimbangan etika dan bisnis dalam islam baik secara vertikal,maupun horizontal.[65]

2. Keseimbangan *(Equilibrium*/Adil)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.

Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Islam mengharuskan kita dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis untuk

[65] Nana Herdiana A, Manajemen Bisnis Syari'ah dan Kewirausahaan,(Bandung : pustaka setia,2013), 271.

selalu berbuat adil, tidak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai ataupun saingan bisnis.[66]

Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-An'am 152 :

وَاَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيْزَانَ بِالْقِسْطِۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَاۚ

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya.[67]

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pedagang muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia

[66] Nana Herdiana A, Manajemen Bisnis Syari'ah dan Kewirausahaan,(Bandung : pustaka setia,2013), 271.

[67] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahanya,(Bandung: sigma creative media corp,2013),hal.149

melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

3. Kehendak Bebas *(Free Will)*

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

Seseorang atau kelompok memiliki kewenangan absolute dalam melakukan jual beli. Ia berhak memperjualbelikan harta kekayaan tanpa ada pemaksaan dari orang lain. Pengakuan Islam terhadap hak-hak individu dan kelompok dalam memanfaatkan hartanya sama bijaknya dalam hal kepemilikan seorang dan kelompok. Allah menegaskan hal tersebut dalam surat An-Nisa':29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.[68]

Perilaku pedagang dalam prinsip ini yaitu pentingnya sebuah kerelaan dalam semua transaksi dikolaborasikan pada praktek-praktek dalam menghindari pemaksaan, menghindari kebohongan dan menghindari penipuan.

4. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggung jawab. Dengan sifat amanah wirausahawan muslim akan bertanggungjawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggungjawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT. Konsep tanggung jawab

[68] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahanya,(Bandung: sigma creative media corp,2013),hal.83.

adalah konsep yang berkaitan dengan konsep kebebasan.

Kebebasan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawaban, semakin luas kehendak bebas yang dilakukan maka semakin luas pula tanggung jawab moral yang akan dia jalani.[69]Tanggung jawab mempunyai kekuatan yang dinamis dalam kehidupan sosial masyarakat. Untuk mememnuhi tuntutan keadilan manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Seperti yang telah di tegaskan oleh Allah SWT dalam Al-qur'an surat al-mudatsir :38

كُلُّ نَفْسٍۢ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya : Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan.[70]

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan.

5. Kebenaran kebajikan dan kejujuran

[69] Nana Herdiana A, Manajemen Bisnis Syari'ah dan Kewirausahaan,(Bandung : pustaka setia,2013). 272.

[70] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahanya,(Bandung: sigma creative media corp,2013),hal.576.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagia niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.[71]

Jika dihadapkan pada cara cara untuk melakukan persaingan,maka islam memberikan tuntunan untuk bersaing dengan cara yang baik seperti yang telah dijelaskan dalam firman-Nya

وَتَعَاوَنُوْا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوٰىۖ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ
وَالْعُدْوَانِۖ وَاتَّقُوا اللّٰهَۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ

Artinya: Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

[71] Mutawazzin (Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo)vol1, Nomor 1, April 2020 hal.58.

menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.(Q.S Al-Maidah:2)[72]

Bersaing dengan melalui sikap yang efisien dalam bekerja sehingga mampu menentukan harga lebih murah dan melalui peningkatan pelayanan konsumen merupakan cara yang dibenarkan dalam islam.

I. Bisnis Retail Dalam Etika Bisnis Islam

Menurut Solomon yang dikutip dalam Abdul Jalil etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang atas sesuatu yang benar atau yang salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak.[73] Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh

[72] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahanya,(Bandung: sigma creative media corp,2013),hal.102.

[73] Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", Jurnal AlIqtishad, Vol. 6, No. 1, (2014), h. 119-120.

para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik.[74]

Karakteristik pelaku bisnis materialistik akan membawa kepada pemikiran kepemilikan dimuka dunia ini dapat dikuasai oleh seorang atau segelintir orang saja. Karakteristik materialistik pun akan menghantarkan pada perbuatan-perbuatan yang merugikan banyak orang seperti ketidakjujuran, tidak amanah, menipu, mencuri, menaikkan harga dengan cara tidak wajar, menimbun dan lain sebagainya. Maka disinilah perlu adanya pengendali perilaku bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Islam memberikan kebebasan kepada seseorang untuk melakukan bisnis, namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang harus dipatuhi atau menjadi etika normatif ketika seorang akan dan sedang menjalankan usaha.

Dalam pandangan Islam, sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an bahwasanya dianjurkan kepada manusia untuk melakukan segala aktivitas dan tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur. Islam melarang seseorang untuk putus asa (dalam bekerja) Pedoman secara umum tentang masalah kerja, yaitu Islam tidak membolehkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja mencari uang sesuka hatinya dan dengan jalan apapun

[74] Wahyu Mijil Sampurno, "Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga", Journal of Islamic Economics Lariba (2016). vol. 2, issue 1: h. 13-18.

yang dimaksud, seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi Islam memberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh dalam mencari perbekalan hidup, dengan menitikberatkan juga kepada masalah kemaslahatan umum, seperti suka sama suka sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi dalam transaksi tersebut.

Garis pemisah ini berdiri di atas landasan yang bersifat kulli (menyeluruh) yang mengatakan bahwa semua jalan untuk berusaha mencari uang yang tidak menghasilkan manfaat kepada seseorang kecuali dengan menjatuhkan orang lain, adalah tidak dibenarkan. Semua jalan yang saling mendatangkan manfaat antara individuindividu dengan saling rela-merelakan dan adil, adalah dibenarkan.. Dalam bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha ('An Taradhin), bebas manupulasi (Ghoror), aman/tidak membahayakan (Mudharat), tidak spekulasi (Maysir), tidak ada monopoli dan menimbun (ihtikar), bebas riba, dan halalan thayyiban.[75]

J. Manfaat Etika Bisnis Islam

Pada prakteknya, etika bisnis akan dapat memberikan keuntungan untuk kesinambungan bisnis jangka panjang. Berikut

[75] Fitri,Amalia,*Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Pendidikan TerhadapPertumbuhan Ekonomi di Kawasan Timur Indonesia dengan PendekatanHuman Capita*l,2013.

ini adalah manfaat yang bisa diperoleh jika sistem etika bisnis serta tanggung jawab bisnis dijalankan dengan tepat.

b. Membangun kode etik Islam yang dapat mengatur dan mengembangkan serta menerapkan metode berbisnis dalam berbentuk ajaran agama. Kode ini nantinya dapat menjadi dasar hukum dalam menerapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri sendiri

c. Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antar komunitas bisnis, masyarakat, dan di atas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah.

d. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan-persoalan yang muncul.

e. Kode etik dapat membantu mengembangkan kurikulum pendidikan, pelatihan dan seminar yang diperuntukan bagi pelaku bisnis yang menggabungkan nilainilai, moral dan perilaku baik dengan bisnis-bisnis kontemporer.

f. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antar sesama pelaku bisnis, dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan antara mereka semua.

g. Kode etik dapat merepresentasikan bentuk aturan Islam yang kongkret dan bersifat kultural sehingga dapat mendeskripsikan ajaran Islam yang dapat diterapkan disetiap zaman dan tempat tanpa harus bertentangan denga nilainilai ilahi

h. Dapat membangun persaudaraan dan kerjasama.

i. Mampu meningkatkan motivasi untuk semua *stakeholder*

j. Dapat menjadi nilai unggul dalam bersaing.[76]

K. Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari kata dasar "saing" yang artinya berlomba atau mengatasi, dahulu mendahului, dengan kata lain yaitu usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, maupun pertahanan. [77] Persaingan usaha dapat didefinisikan sebagai persaingan antara para penjual dalam merebut para konsumen dan pangsa pasar. Jadi maksud dari persaingan ini merupakan bersaingnya para pedagang yang sama-sama berusaha

[76] Yunia, Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menjalankan Usaha Kecil Jurnal Aksioma Al-Musaqoh Vol.1 No.1, (2018) Hal,86

[77] Hofifah,(2020), Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 3 Nomor 2, Hal.39.

atau ingin mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan juga jumlah penjualan.

Para pedagang ini biasanya melakukan persaingan dengan membedakan harga, kualitas, produk, distribusi maupun mempromosikannya. Penjelasan tentang persaingan usaha dapat ditemui dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat.

Dalam persaingan usaha ada beberapa manfaat yang dapat diambil yaitu pelaku usaha dapat menjadi lebih kreatif dalam menciptakan suatu barang yang baru atau metode baru sehingga akan menarik dipasaran. Untuk itu ada 3 manfaat dari persaingan bagi dunia usaha yaitu kretaif dalam hal ide, selalu berfikir realistis dalam usaha, senantiasa memanfaatkan peluang usaha untuk jadi lebih maju sehingga menghindarkan diri dari kejahatan dan menjadikan hidup jadi lebih tenang.[78]

2. Persaingan Usaha Menurut Islam

Dalam persaingan bisnis, Islam telah memberikan aturan-aturan yang jelas mengenai hukum dan etika dalam bersaing yang telah disesuaikan dengan ajaran Islam. Adanya aturan tersebut akan menghindarkan manusia dari persaingan-persaingan yang tidak sehat. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba

[78] Asmah, *Hukum Persaingan Usaha*, (Makassar: Social Politic Genius, 2017), 37.

dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dijauhi [79]

a. Praktek bisnis yang dilarang dalam Islam

1. Kecurangan dalam takaran

Kecurangan dalam menakar dan menimbang sangat dalam dilarang dalam bisnis Islami. Hal ini mendapat perhatian khusus dalam Al-Qur‟an karena pratek seperti ini telah merampas hak dan merugikan orang lain. Selain itu praktek seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat vital dalam dunia bisnis (perdagangan) yaiut timbulnya ketidak percayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang.

2. Rekayasa harga

Rekayasa harga dpaet terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung antara pedagang dari pedesaan,

[79] Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam". Jurnal AL-TIJARY, Vol. 01, No. 01, Desember (2015), h. 38-39.

kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tai menjual ke kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan. Praktek seperti ini dilarang oleh Rasulullah karena dpat menimbulkan penyesalan terhadap pedagang pedesaan tersebut.

3. Praktek Riba'

Dalam praktik riba seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi di saat yang sama ia mengahuskan kepada orang yang meminjam itu untuk memebri tambahan yang nanti akan diambilnya, tanpa ada imbalan darinya berupa kerja dan tidak pula saling memikirkan.[80] Sehingga disini yang kaya semakin kaya, yang miskin seamkin miskin. Pelaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orangorang yang bekerja keras, sedangkan ia toidak bekerja apa-apa tetapi tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah. Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya di antara dosa besar yang merusak serta

[80] Khoiruddin, Etika Bisnis Dalam Islam (Bandar Lampung : LP2M, 2015), h. 96.

mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat.[81]

4. Penimbunan komoditi

Islam mengajak kepada para pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukaan dan tidak memfungsikannya. Maka tidak boleh bagi pemilik tanah menelantrakan tanahnya dari pertanian, apabila masyarakat memerluakn apa yang dikeluarkan oleh bumi berupa tanam-tanaman dan buah-buahan. Demikian juga tidak diperbolehkan bagi pemilik uang untuk menimbun dan menahannya dari peredaran, sedangkan umat dalam keadaan membutuhkan untuk memfungsikan uang itu untuk proyek-proyek yang bermanfaat dan dapat membawa dampak berupa terbukanya lapangan kerja bagi para pengangguran dan menggairahkan aktivitas perekonomian.[82]

L. Kajian Terdahulu

Adya Hermawati (2013) dengan judul *Analisis Strategi Marketing Mix Modern Ritel Terhadap Kepuasan Minat Masyarakat dan Loyalitas Masyarakat.* Penelitian ini dilakukan di Maestro

[81] Departemen Agama RI, Al-„aliyi "Al-Qur'an dan Terjemahannya", (CV. Penerbit Diponegoro: Bandung), h. 53.

[82] Departemen Agama RI, Al-„aliyi "Al-Qur'an dan Terjemahannya", (CV. Penerbit Diponegoro: Bandung), h. 110

Depstore Semarang. Variabel yang ada pada penelitian ini adalah produk, harga, lokasi, personalia, dan promosi sebagai variabel (X), serta kepuasan minat belanja masyarakat dan loyalitas minat belanja masyarakat sebagai variabel (Y). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing mix* modern ritel yang terdiri dari poduk, harga, lokasi, personalia, dan promosi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan minat masyarakat belanja Maestro Depstore. Dan untuk meningkatkan loyalitas minat masyarakat belanja, Maestro Depstore harus selalu memperhatikan aspek *marketing* mix modern ritel dan menjalin serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat dalam motivasi para minat belanja konsumen[83]

Ema Nurzainul Hakimah dan Basthoumi Muslih (2016) dengan judul *Penerapan Strategi 7T Bisnis Ritel dalam E-Commerce (Online Shop) oleh Swalayan Golden sebagai Media Pemasaran*. Penelitian ini dilakukan di Golden Swalayan Kediri. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi 7T yaitu produk yang tepat,tempat yang tepat, harga yang tepat, waktu yang tepat, kuantitas yang tepat, kualitas yang tepat dan dijual dengan cara yang tepat sebagai variabel (X) dan respon konsumen sebagai varibael (Y). Jenis penelitian yang digunakan pada jurnal penelitian ini adalah penelitian

[83] Adya Hermawati, *Analisis Strategi Marketing Mix Modern Ritel Terhadap Kepuasan Minat Masyarakat dan Loyalitas Masyarakat Studi Kasus Maestro Depstore Semarang,* Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2 Nomor 3 (2013): 66-77

deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kinerja dari strategi 7T yang dilakukan oleh Golden Swalayan Kota Kediri sudah melebihi nilai rata-rata harapan konsumen. Para responden/ konsumen Swalayan Golden telah terkena efek stimulus respon dimana efek stimulus respon dari media pemasaran online dan sosial medaia yang digunakan oleh Golden Swalayan berakhir pada tindakan yaitu pembelian atau belanja di Golden Swalayan Kediri[84]

Ardianus Laurens Paulus dan Petrus Setya Murdapa (2016) dengan judul Pemanfaatan Teori Resource-Based View Pada Ritel Minimarket: Implikasinya Terhadap Strategi dan Keunggulan Bersaing di Kota Madiun. Penelitian ini dilakukan pada beberapa bisnis ritel minimarket di wilayah Kota Madiun. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah modal manusia, modal struktural, dan modal relasional sebagai veriabel (X) serta keunggulan bersaing sebagai variabel (Y). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minimarket yang masuk dalam sampel penelitian masih kurang dalam mengimplementasikan proses dan prosedur terkait tugas dan tanggungjawab sehingga kebijakan dan perkembangan yang terjadi tidak mempengaruhi

[84] Ema Nurzainul Hakimah dan Basthoumi Muslih, *Penerapan Strategi 7T Bisnis Ritel dalam E-Commerce (Online Shop) oleh Swalayan Golden sebagai Media Pemasaran*, Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri Volume 1 Nomer 2 (2016): 91-102.

strategi yang dibuat. Sehingga hal ini menjadikan modal struktural tidak berpengaruh terhadap strategi pada minimarket yang masuk dalam sampel penelitian. Ada beberapa implikasi yang dapat dijadikan rujukan bagi pelaku dan pemilik minimarket di kota Madiun yang menjadi sampel penelitian adalah pelaku dan pemilik minimarket di kota Madiun seharusnya tidak mengabaikan salah satu dari teori RBV ini yakni modal struktural. Modal struktural penting bagi penyelarasan semua kebijakan dan prosedur perusahaan serta memberikan tangggungjawab dan wewenang bagi individu dalam organisasi. Kemudian, para pelaku dan pemilik minimarket di kota Madiun seharusnya lebih memperhatikan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pesaing atau *partner* dan pemerintah serta regulator[85]

Teguh Hariawan (2018), dengan judul penelitian: *Analisa Kreatifitas Pelaksanaan Strategi Pemasaran pada usaha Retail Business (Bisnis Eceran) untuk Usaha Mini Market Konvensional di Indonesia*. Variabel dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran, bisnis ritel dan minimarket. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di bidang retail bisnis diperlukan membenahi pelaksanaan strategi *finance* dan strategi pemasaran. Hal tersebut lebih

[85] Ardianus Laurens Paulus dan Petrus Setya Murdapa, *Pemanfaatan Teori Resource-Based View Pada Ritel Minimarket: Implikasinya Terhadap Strategi dan Keunggulan Bersaing*, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen Volume 16 Nomer 2 (2016): 215—224.

disebabkan karena tingginya tingkat persaingan dengan masuknya arus teknologi yang sulit dibendung khususnya yang berkaitan dengan bisnis retail. Sehingga dengan demikian, pengusaha di bidang retail bisnis di Indonesia dapat selalu membuat inovasi dan kreasi terutama yang berkaitan dengan strategi *finance* dan strategi pemasaran.

Teguh Hariawan (2018)dengan judul *Analisa Kreatifitas Pelaksanaan Strategi Pemasaran pada usaha Retail Business (Bisnis Eceran) untuk Usaha Mini Market Konvensional di Indonesia*. Variabel dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran, bisnis ritel dan minimarket. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di bidang retail bisnis diperlukan membenahi pelaksanaan strategi *finance* dan strategi pemasaran. Hal tersebut lebih disebabkan karena tingginya tingkat persaingan dengan masuknya arus teknologi yang sulit dibendung khususnya yang berkaitan dengan bisnis retail. Sehingga dengan demikian, pengusaha di bidang retail bisnis di Indonesia dapat selalu membuat inovasi dan kreasi terutama yang berkaitan dengan strategi *finance* dan strategi pemasaran.[86]

Imran, M. J., & Jasman, J. (2023). Analisis Strategi PAC (Perhitungan Area Coverage) Dalam Mengukur Daily Income

[86] Teguh Heriawan, *Analisa Kreatifitas Pelaksanaan Strategi Pemasaran pada usaha Retail Business (Bisnis Eceran) untuk Usaha Mini Market Konvensional di Indonesia, (2018)* 58-69

Ekspansi Minimarket Retail Studi Kasus Indomaret. *Owner*.Penelitian tersebut menekankan pada teknik PAC berpengaruh dalam mengukur Daily Incomedimanasebagai rujukan untuk menghitung Peyback Perod (menghitung kecepatan kembalinya dana investasi melalui profit dalam jangka waktu tertentu).

Leonardo (2019), Judul Penelitian : Analisis Manajemen Strategi Terhadap Daya Saing Pada Minuman Ringan Studi Kasus Pada Bengkulu Indah/ Jeki. Penelitian tersebut menekankan pada strategi yang baik dalam memasarkan produk minuman ringan Jeki. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif.

Windy Wijayanti, Lutfi Parinduri (2020) Judul Penelitian : Analisa Dan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Di UD.Karya Abadi. Penelitian tersebut merumuskan strategi pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan daya saing. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif pada studi kasus. Menurut Krik dalam Moleong penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasannya dan dalam peristilahannya.

Studi kasus merupakan penelitian yang rinci mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu dengan cukup mendalam dan menyeluruh termasuk lingkungan dan kondisi masa lalunya. Selanjutnya peneliti berusaha menemukan hubungan antara faktor-faktor tersebut satu dengan yang lain . Menurut Umar sifat khusus dari studi kasus adalah pendekatan yang bertujuan untuk mempertahankan keutuhan dari objek penelitian, dalam arti objek dipelajari sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi.

B. Lokasi dan Waktu Penenlitian

Penelitian dilakukan di Bengkulu Indah yang berlokasi di di Jalan Sijanih, Ujung Gading Pasaman Barat.Adapun pelaksanaan penelitian dilaksanakan dari bulan 3 November 2023 – Selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan yang berupa data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, seperti pimpinan perusahaan, staf perusahaan, supplier, dan pelanggan minimarket Bengkulu Indah.

Sedangkan data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari hasil penelaahan terhadap dokumen-dokumen resmi, serta buku-buku yang menunjang penelitian ini.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang diyakini memiliki pengetahuan luas tentang permasalahan yang ingin diteliti. Bisa jadi ia mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Ia berkewajiban secara sukarela menjadi tim penelitian walaupun hanya bersifat informan. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan kesukarelaannya, ia dapat memberikan pandangan tentang nilai-nilai, bangunan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat.

Informan dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai informasi kunci dan informan pendukung, informan kunci adalah orang yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sementara informan pendukung adalah orang yang memberikan data tidak secara langsung tapi melalui orang lain. Yang menjadi informan kunci adalah Owner,karyawan Bengkulu Indah,dan informan pendukung adalah

pengunjung Bengkulu Indah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan kualitatif.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung dalam kegiatan yang ada di Bengkulu Indah dengan menghimpun data hasil penelitian, pengamatan, dan pencatatan secara sistematis terhadap bagian-bagian strategi yang ada Bengkulu Indah.

b. Wawancara *(interview*)

Wawancara yang digunakan adalah wawancara secara mendalam, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan metode tanya-jawab berupa tatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan menggunakan handphone, dan pedoman (*guide*) wawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, laporan kerja, notulen, catatan kasus, rekaman video, foto, dan lain- lain. Data-data pada landasan teori dapat di diperoleh dari beberapa literatur, seperti buku, internet, dan sumber referensi lainnya. Dalam hal ini, peneliti melakukan dokumentasi melalui data dan foto-foto yang diberikan oleh Minimarket Bengkulu Indah.

F. **Teknik Analisis Data**

Menurut Taylor yang dikutip dalam bukunya Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, mendefinisikan sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Teknik analisis data yan digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif- normatif. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian disajikan dalam bentuk tulisan. Dan langkah terakhir yaitu dilakukan analisis. Jadi dalam menganalisis data, peneliti akan mendeskripsikan penerapan strategi 6R pada bisnis ritel pada Minimarket Bengkulu Indah dalam menghadapai persaingan yang semakin ketat menurut pandangan etika bisnis Islam.

Tahapan-tahapan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari wawancara, pengamatan, serta dokumentasi.

b. Memilih data yang dapat dijadikan pedoman untuk penelitian selanjutnya.

c. Melakukan penelaahan terhadap data-data yang terkumpul. Hal ini dilakukan melalui teknik-teknik yang dapat digunakan kemudian melakukan pemeriksaan kebenaran. Jika nantinya ada kesalahan maka akan dilakukan perbaikan sehingga mempermudah proses penelitian selanjutnya.

d. Data-data yang telah ada akan dideskripsikan secara verbal. Setelah itu peneliti akan memberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis. Selain itu, peneliti juga akan memberikan argumentasi sehingga dapat ditarikkesimpulan.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Geografis dan Demografis Jorong Salido Saroha

Jorong Ranah Salido merupakan salah satu dari 16 jorong yang ada di Nagari Ujung Gading, Kecamatan Lembah Melintang, Kabupaten Pasaman Barat. Jorong Ranah Salido adalah jorong yang terluas ke-3 dari jorong lainnya, dimana mata pencaharian utama masyarakatnya adalah bertani, bahasa sehari-hari masyarakatnya adalah mandailing.

Kondisi Jorong Ranah Salido :

a. Ketinggian tanah dari permukaan laut: 15-725 M DPL

b. Tefografis: daratan rendah dan tinggi

c. Suhu udara rata-rata: 28^0 C

d. Letak geografis: $00^0$33‘ LU-$00^0$05‘ LU

$99^0$28‘ BT-$99^0$42‘ BT

Letak Jorong Ranah Salido

a. Jarak ke Ibu Kota Provinsi: 225 KM, dengan waktu tempuh 5 jam

b. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten: 49 KM, dengan waktu tempuh 1 jam

c. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan: 0,5 KM, dengan waktu tempuh 10 menit

Jorong Ranah Salido memiliki luas wilayah 50,6 KM^2, dengan batas wilayah sebagai berikut:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Jorong Saroha

b. Sebelah Timur berbatasan dengan Jorong Batang Gunung

c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Jorng Koto Sawah

d. Sebelah Barat berbatasan dengan Joong Taluak Ambun

Demografis (keadaan penduduk) Jorong Ranah Salido dapat dijelaskan dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Jorong Ranah Salido Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	102	51%
2.	Perempuan	98	49%
Jumlah		200	100%

Sumber: Data Primer,2022

2. Pendidikan dan Kehidupan Beragama

a. Agama

Agama merupakan pedoman hidup yang sangat penting bagi manusia. Dengan adanya pedoman hidup maka akan membuat manusia

menjadi tentram, damai, tabah dan tawakkal serta percaya diri, berani berjuang untuk menegakkan kebenaran, kesiapan mengabdi dan berkorban. Tanpa agama manusia akan terombang ambing dalam kehidupan tanpa tujuan. Agama merupakan sumber kehidupan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Nuansa keisalaman sangat terlihat di Jorong Ranah Salido karena masyarakat di jorong ini 100% beragama islam dan dapat ditandai dengan adanya kegiatan-kegiatan dalam masyarakat yang berciri khasan muslim, seperti wirid pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak yang rutin dilaksanakan setiap seminggu 2 kali, serta diperkuat dengan adanya 4 masjid dan 2 mushalla yang berdiri kokoh di tengah-tengah Jorong Ranah Salido tersebut.

b. Pendidikan

Pendidikan atau ilmu pengetahuan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan ini tanpa pendidikan atau ilmu manusia akan buta huruf dan ini pun sangat merugikan dirinya sendiri bahkan masyarakat. Maju mundurnya suatu masyarakat tergantung pada pendidikannya karena pendidikan dan pengajaran suatu yang sangat besar manfaatnya dalam mencapai kemajuan pembangunan. Pendidikan merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan manusia, dengan pendidikan yang baik dan bermutu akan dapat meningkatkan kecerdasan dan kreativitas yang dimiliki masyarakat demi terwujudnya manusia-manusia pembangunan

yang berkualitas serta dapat mendatangkan manfaat dan pengaruh positif terhadap diri sendiri dan lingkungan.

Tabel 4.2

Klasifikasi penduduk jorong ranah salido berdasarkan pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	Tamatan Perguruan Tinggi	20	10%
2.	Tamatan SMA Sederajat	90	45%
3.	Tamatan SMP Sederajat	70	35%
4.	Tamatan SD Sederajat	20	10%
Jumlah		200	100%

Sumber: Data Primer 2022

3. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Persoalan ekonomi adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari, karena faktor ekonomi selalu dianggap sebagai faktor utama bagi kelangsungan hidup masyarakat. Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan.

[87]Masalah ekonomi akan berkembang seiring dengan semakin majunya kehidupan masyarakat. Semakin maju kehidupan masyarakat, semakin beranekaragam kebutuhan hidup yang muncul.

Sumber mata pencarian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adapun mata pencaharian mayoritas penduduk Jorong Ranah Salido adalah bertani. Sekalipun mayoritas masyarakat hidup dengan bertani bukan berarti pekerjaan lain tidak diminati oleh masyarakat Jorong Ranah Salido. Selain turun kesawah kegiatan lainnya seperti perikanan dan perkebunan. Tanaman perkebunan yang sesuai dengan iklim adalah Coklat, sawit dan juga sayur-sayuran.

B. Pembahasan Penelitian

1. Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Retail Minimarket Bengkulu Indah

Dari hasil wawancara Minimarket Bengkulu Indah ini berawal dari sebuah toko grosir yang menyediakan kebutuhan rumah tangga. Minimarket Bengkulu Indah berdiri sejak tahun 2012,yang berlokasi di Jl. Sijanih,Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat Minimarket Bengkulu Indah menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti sembako. Selain itu, minimarket ini juga menjual berbagai alat- alat elektronik, peralatan sekolah, makanan,minuman dan kebutuhan rumah

[87] Wayan, Jurnal penelitian Analisis Sosial Ekonomi penambangGalian C di Desa Sebudi Kecamatan Selat Kabupaten KarangasemTahun 2003. Bali:Jurnal pendidikan ekonomi UNDIKSHA.2014

tangga lainnya. Dalam hal pembayaran, Minimarket Bengkulu Indah dapat dilakukan secara *cash* atau tunai maupun kredit. Namun pembayaran masih didominasi dengan cash atau pembayaran secara tunai.

Minimarket Bengkulu Indah memiliki jam operasional mulai jam 10.00 WIB sampai jam 22.00 WIB. Minimarket ini buka setiap hari kecuali hari tanggal merah. Dengan pertumbuhan yang baik ditoko, Bengkulu Indah merambah bisnis dibidang furniture dan cafe. Bisnis furniture sudah beroperasi 10 tahun belakangan. Sedangkan usaha cafe baru beroperasi 2 tahun terakhir. Minimarket ini dikelola oleh tenaga ahli yang dibagi dalam beberapa *job description* antara lain bagian kasir, gudang, piutang dagang serta pendamping yang dikoordinasi oleh manajer toko.

Pergantian zaman yang terus berubah serta arus globalisasi yang pesat dari tahun ke tahun, membuat persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat membuat pelaku usaha harus siap menghadapinya dengan berbagai cara yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang ada, tidak terkecuali pada bisnis ritel atau perdagangan eceran. Pengusaha eceran harus berfikir untuk memilih dan menerapkan strategi khusus yang dapat membuat konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Dari berbagai macam strategi pada bisnis ritel, ada satu yang sering diterapakan oleh *retailer* atau pengusaha ritel. Strategi tersebut adalah strategi 6R dalam *retailling* yang dekemukakan oleh Sopiah dan syihabudhin. Strategi tersebut terdiri dari *right product, right quantity, right*

price, right time, right in place, dan *right appeals promotion*. Objek penelitian dalam skripsi ini yaitu Minimarket Bengkulu Indah. Dibawah ini merupakan analisis peneliti mengenai strategi 6R yang diterakan pada Minimarket Bengkulu Indah, antara lain sebagai berikut

a. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. [88]Pengertian ini dapat simpulkan bahwa. produk merupakan segala sesuatu baik barang maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Produk yang dijual harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen.Adapun produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Indah hampir sama seperti produk yag dijual di minimarket pada umumnya.

Seperti hasil wawancara yang dilakukan di lapangan dengan informan mengatakan bahwa:

> *Khayarani(50 tahun) selaku owner Minimarket Bengkulu Indah, "jenis produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Indah yaitu barang-barang kebutuhan rumah tangga seperti sembako, alat-alat sekolah, alat-alat perkantoran, alat-alat elektronik,furniture dan juga menyediakan kebutuhan rumah tangga lainnya".*

Untuk proses masuknya produk ke Minimarket Bengkulu Indah diawali dengan pemesanan terhadap persediaan barang yang sudah habis atau menipis. Setelah itu pihak Minimarket Bengkulu Indah akan

[88] Anang Firmansyah, Pemasaran Produk Dan Merk, (Yogyakarta: Qiara Media, 20019), h.2

melakukan negosisasi terlebih dahulu kepada pihak pemasok yang meliputi kesepakatan harga, sistem pembayaran, faktur pajak, serta sistem *return* atau pengembalian barang. Jika semua sudah disepakati, maka pihak Minimarket Bengkulu Indahakan melakukan pemesanan dan mengajukan PO (*Pre Order*) dengan menggunakan formulir pembelian dengan catatan khusus bahwa barang itu sudah habis. Setelah melakukan pemesanan, barang yang dipesan tadi akan dikirimkan oleh *supplier* dengan ketentuan waktu yang sudah disepakati. Setelah barang sampai, maka barang tersebut akan menjadi tanggungjawab pihak gudang.

Untuk pendisplayan di Minimarket Bengkulu Indahmenggunakan sistem FIFO (*First In First Output*). Sistem FIFO (*First In First Output*) merupakan barang yang pertama kali datang atau masuk adalah barang yang keluar atau dijual pertama kali. Contohnya produk susu, susu yang pertama kali datang dari *supplier* akan dikeluarkan pertama kali ke toko. Hal ini dilakukan karena produk tersebut lama kelamaan akan rusak atau kadaluwarsa. Selain itu, barang-barang yang sifatnya *slow moving* akan ditaruh di bagian depan dan barang atau produk yang *fast moving* diposisikan di bagian belakang. Hal ini bertujuan agar konsumen berkeliling toko dahulu saat mencari barang yang diinginkannya yang biasanya merupakan barang *fast moving*, dan memungkinkan untuk membeli barang yang awalnya tidak ingin dibeli.

Setiap harinya produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Indah akan dicek kualitas barangnya oleh karyawan di toko. Para karyawan akan

membersihkan produk-produk tersebut. Jika ditemukan ada produk yang rusak atau kadaluwarsa, pihak toko akan melaporkannya ke pihak gudang agar dimasukkan ke sistem *return* atau pengembalian barang. Biasanya sistem *return* di Minimarket Bengkulu Indah ada dua cara yaitu dengan memotong nota berikutnya dan mengganti barang yang rusak dengan barang yang baru. Dari hasil wawancara didapatkan bahwa produk- produk yang perlu ditimbang terlebih dahulu seperti produk gula, akan ditimbang sesuai takaran dengan menggunakan timbangan. Takaran yang diberikan juga sesuai, artinya tidak dilebihkan dan tidak dikurangi. Karyawan sangat berhati-hati dalam menimbang sebuah barang. Di Minimarket Bengkulu Indahjuga tidak melakukan penimbunan barang ketika harga naik.

Produk-produk yang rusak, baik itu cacat kemasannya, maupun yang sudah tidak layak pakai atau kadaluwarsa akan dikembalikan ke supplier melalui sistem return. Para karyawan setiap hari mengecek produk-produk yang didisplay di rak toko. Jika ada produk yang sudah rusak atau tidak layak pakai akan dipisahkan dan diberikan kepada pihak gudang. Hal tersebut dilakukan agar menghindarkan konsumen membeli produk-produk yang sudah rusak. Tentunya produk yang rusak tersebut akan membuat konsumen menjadi kecewa dan dapat membahayakan kesehatan konsumen jika produk yang dibelinya ternyata sudah tidak layak pakai atau kadaluwarsa. Menurut etika bisnis Islam, produk yang dijual harus produk yang dapat bermanfaat bagi tubuh dan tidak membahayakan manusia.

b. Kuantitas

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Minimarket Bengkulu Indah mengatakan bahwa:

> *Yuni (25 tahun)" Barang yang baru datang di Minimarket Bengkulu Indah, tidak langsung didisplay ke rak-rak toko. Namun barang-barang tersebut disimpan di gudang persediaan terlebih dahulu. Produk akan didisplay di toko ketika produk yang ada di toko sudah habis atau menipis. Hal ini dilakukan agar terjadi keseimbangan antara jumlah pembelian pelanggan dengan jumlah pembelian peritel dan keseimbangan antara kebutuhan konsumsi pelanggan dengan kebutuhan persediaan barang dagangan".*

Dari jawaban wawancara dilapangan didapatkan makna bahwa pendistribusian produk dari supplier ke Minimarket Bengkulu Indah dimulai dari pemesanan barang ke supplier yang dimulai dengan negosiasi terlebih dahulu tentang harga sampai ke proses terakhir yaitu penerimaan barang. Produk yang dipesan adalah produk yang persediaannya habis atau sudah menipis. Hal ini menunjukkan bahwa Minimarket Bengkulu Indah tidak melakukan pemborosan atau berlebihan dalam menyediakan persediaan barang digudang karena Minimarket Bengkulu Indah hanya melakukan pemesanan produk ketika persediaan barang di minimarket habis atau sudah mulai menipis.

Untuk mendisplay produk di rak-rak toko, karyawan yang ada di toko harus melalukan proses pengebonan terlebih dahulu ke pihak gudang.

Sistem pengebonan barang dari gudang ke toko diawali dengan pembuatan surat pengebonan yang dilakukan oleh kasir toko. Barang yang akan di bon biasanya adalah barang yang sudah habis di rak toko ataupun persediaan di toko mulai menipis. Surat pengebonan tadi akan diberikan kepada karyawan bagian gudang. Setelah karyawan gudang menerima surat pengebonan tersebut, mereka akan mencari barang yang dibutuhkan.

Kemudian barang tersebut akan di cek kesamaan jumlah yang ada dengan jumlah yang akan diminta. Setelah jumlahnya sama, karyawan gudang akan mengirinkan ke toko. Setelah itu karyawan toko akan menerima dan mengecek kembali barang tersebut. Jika barang yang diterima sudah sesuai dengan permintaan tadi, maka karyawan gudang akan acc atau menyetujui surat pengebonan tersebut.

c. Harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Minimarket Bengkulu Indah mengatakan bahwa:

> *Iwan(43 tahun) bekerja sebagai karyawan swasta," tampilan produk yang dijual sangat variatif, harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau dan sering juga diadakan promo"*
>
> *Nartik(46 tahun) bekerja sebagai petani, saya sering membeli kebutuhan rumah tangga disini dikarenakan harga yang cukup terjangkau seperti beras,minyak goreng,gula, dan lain sebagainya.*

Harga yang ditetapkan di Minimarket Bengkulu Indah tergantung dari harga awal dari *supplie*r. [89]Karena dalam pembelian barang dari *supplier* ada yang memiliki faktur pajak dan ada yang tidak ada pajak terhadap produknya. Minimarket Bengkulu Indah dalam menentukan sebuah harga, sebelumnya akan melakukan pengamatan terlebih dahulu. Pengamatan tersebut meliputi harga yang ada dipasaran, sifat harganya, sistem pembayarannya dan lain-lain.

Setelah melakukan pengamatan, Minimarket Bengkulu Indah akan menentukan target laba yang sekiranya sesuai dengan harga yang ada dipasaran. Setelah menentukan target keuntungan yang diinginkan, maka dapat dihitung jumlah harga dari barang tersebut. Biasanya untuk produk yang memiliki faktur pajak, hitungannya yaitu:[90]

Harga Jual = Harga Awal + PPN + Laba

Sedangkan untuk produk yang tidak memiliki faktur pajak, hitungan harga jualnya yaitu:

Harga Jual = Harga Awal + Laba

d. Waktu

Minimarket Bengkulu Indah menerapakan strategi *right time*. Hal ini dibuktikan pada saat waktu tertentu, minimarket ini menjual produk

[89] Hasil wawancara dengan ibu Yuni C, sebagai staff (koordinator) Minimarket bengkulu indah, tanggal 11 november 2023, Jam 09.35WIB

[90] Hasil wawancara dengan ibu Yuni C, sebagai staff (koordinator) Minimarket bengkulu indah, tanggal 11 november 2023, Jam 09.35WIB

tertentu juga yang berhubungan dengan waktu tersebut. [91]Contohnya ketika lebaran, Minimarket Bengkulu Indah juga menjual pernak-pernik lebaran seperti kue-kue lebaran. Selain itu ketika musim kenaikkan kelas, Minimarket Bengkulu Indah juga menyediakan berbagai alat-alat sekolah.

Dalam stategi *right time*, toko ritel juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Dalam hal ini, Minimarket Bengkulu Indah sudah memberikan pelayanan yang baik. [92]Hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan konsumen saat diwawancarai oleh peneliti. Konsumen tersebut mengaku bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan dari karyawan Minimarket Bengkulu Indah. Karyawan yang ada di Minimarket Bengkulu Indah dengan sigap merespon pertanyaan dari konsumen serta keluhan-keluhan yang dibicarakan oleh konsumen.

e. Tempat

Lokasi utama Minimarket Bengkulu Indah berada di JalanSijanih, Ujung Gading. Lokasi Minimarket Bengkulu Indah sudah strategis dikarenakan lokasi ini berada dipinggir jalan sehingga jalan menuju minimarket mudah dilalui oleh masyarakat umum.Minimarket Bengkulu Indah juga memiliki banyak fasilitas yang diberikan kepada konsumen. Dari mulai ruangan toko yang luas, lahan parkir yang luas, suasana toko yang baik, serta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya yang membuat konsumen nyaman berbelanja disini.

---

[91] Hasil wawancara dengan ibu Yuni , sebagai(staff) koordinator Minimarket bengkulu indah, tanggal 11 November 2023, Jam 09.40 WIB

[92] Hasil wawancara dengan bu Elina,konsumen minimarket bengkulu indah , tanggal 11 November 2023, Jam 09.45 WIB

Contohnya saja desain interior dan eksterior toko yang menarik, dimulai dari desain toko dari mulai masuk, penataan toko yang baik, ruangan yang berAC serta penggunaan musik sebagai media tambahan yang membuat konsumen jadi betah berbelanja di Minimarket Bengkulu Indah. Hal ini juga dibenarkan oleh konsumen Minimarket Bengkulu Indah ketika menjawab pertanyaan dari peneliti. Konsumen tersebut mengaku betah berlama-lama belanja di Minimarket Bengkulu Indah karena fasilitas yang diberikan oleh Minimarket Bengkulu Indah itu lengkap.

f. Promosi

Minimarket Bengkulu Indah dalam memasarkan produk difokuskan kepada target utama yaitu konsumen dari kalangan masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Minimarket Bengkulu Indah mengatakan bahwa:

> *Masitoh(45 tahun)bekerja sebagai ASN," Minimarket ini masi minim promosi dan belom ada website personalnya".*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk promosi yang dilakukan Bengkulu Indah masih kurang dan bersifat konvensional yakni dengan cara memasang banner di depan toko. Selain itu, Minimarket Bengkulu Indah juga belom menjalankan promosi produk-produk yang dijualnya melalui media sosial seperti Instagram,Whatsapp, Facebook dan lain- lain.

2. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Pada Minimarket Bengkulu Indah

a. Produk

Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.[93]

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.Al-baqarah ayat 168

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkahlangkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudulTafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi,makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

[93] Veithzal Rivai,dkk , Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam.Yogyakarta : BPFE.2014

Penerapan strategi produk pada Minimarket Bengkulu Indah sudah sesuai dengan prinsip syariah. Yang pertama produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Indah merupakan produk-produk yang halal dengan dibuktikan dengan adanya logo halal dari Majelis Ulama Indonesia atau MUI pada produk kemasan atau kaleng. Yang kedua, produk yang diperjualbelikan di Minimarket Bengkulu Indah ada di tempat transaksi yang biasanya didisplay di rak-rak toko. Produk yang diperjualbelikan di Minimarket Bengkulu Indah juga merupakan produk yang dapat dimanfaatkan seperti kebutuhan sehari-hari yaitu sembako, alat-alat elektronik, alat-alat tulis dan lain- lain. Produk yang dijual juga jelas sehingga tidak memungkinkan terjadinya penipuan.

Di Minimarket Bengkulu Indah, produk yang ditawarkan sangat dijaga kualitasnya, hal ini dibuktikan dengan pengecekan dan pembersihan produk-produk oleh karyawan toko. Semua produk yang didisplay di rak-rak toko merupakan produk yang layak untuk dijual dan layak untuk dikonsumsi. Jika ada produk yang sudah rusak atau kadaluwarsa, produk tersebut akan di kembalikan ke *supplier* sesuai dengan perjanjian sebelumnya. Untuk barang yang perlu ditimbang terlebih dahulu seperti produk gula, Minimarket Bengkulu Indah akan menimbang produk tersebut seesuai dengan takarannya

b. Kuantitas

Menurut etika bisnis Islam dalam perencanaan persediaan barang, perusahaan tidak boleh melakukan penimbunan barang dagang.

digudangKarena pemborosan dalam persediaan barang dilarang oleh Allah SWT seperti dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 27.

اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ ۗوَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan-Nya.

Dalam hal ini, Minimarket Bengkulu Indah sudah menerapkan strategi yang tidak bertentangan dengan aturan Islam. Proses pendistribusian produk dari *supplier* ke Minimarket Bengkulu Indah dimulai dari pemesanan barang ke *supplier* yang dimulai dengan negosiasi terlebih dahulu tentang harga sampai ke proses terakhir yaitu penerimaan barang. Produk yang dipesan adalah produk yang persediaannya habis atau sudah menipis. Hal ini menunjukkan bahwa Minimarket Bengkulu Indah tidak melakukan penimbunan persediaan barang digudang.

c. Harga

Penetapan (regulasi) harga dikenal di dunia fiqh dengan istilah tas'ir, yang berarti menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan, yang tidak menzhalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari

keadaan aniaya, yaitu keadaan yang salah satu pihak senang di atas pihak lain.[94]

Di dalam etika bisnis Islam, dianjurkan sebuah perusahaan dalam menetapkan sebuah harga harus sesuai dengan kualitas harga dan tidak mencari keuntungan yang berlebih. Untuk itu, harga yang ditetapkan oleh Minimarket Bengkulu Indah merupakan harga yang sesuai dipasaran. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Minimarket Bengkulu Indah tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Penetapan harga ini sudah sesuai dengan syariat Islam karena harganya sesuai pasaran yang berarti keuntungan yang diperoleh tidak terlalu banyak.

Selain itu, harga diskon di Minimarket Bengkulu Indah juga menggunakan cara yang tidak bertentangan dengan aturan Islam. Minimarket Bengkulu Indah dalam menentukan diskon tidak menaikkan harga terlebih dahulu lalu memberi potongan, akan tetapi menggunakan cara memotong laba yang seharusnya diambil tanpa menaikkan harga pembelian awal terlebih dahulu. Dalam transaksi penjualan, Minimarket Bengkulu Indah menggunakan sistem POS (*Point Of Sale*) yaitu titik penjualan dimana traksaksi selesai. Dimana penjual dan pembeli melakukan pembayaran atas barang atau jasa.

Pada sistem POS, penjual akan menghitung jumlah harga yang harus dibayarkan konsumen dari semua produk yang dibelinya dan mengeluarkan tanda terima transaksi pembelian yang berupa Struk. Didalam

[94] Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, Ekonomi Mikro Islam, (Bandung :Pustaka Setia, 2013), Hlm. 221

struk tersebut tercatat nama produk yang dibeli beserta harga- harganya. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk tersebut jelas dan konsumen dapat mengecek kembali produk yang dibelinya. Selain itu, di rak-rak minimarket sudah ditempeli dengan *price ticket*. *Price ticket* adalah harga yang tertera pada sebuah produk yang berupa lembaran kertas dibawah atau atas produk tersebut.

d. Waktu

Minimarket Bengkulu Indah dalam strategi *rigth time* sudah sesuai dengan aturan dalam Islam. Dalam musim-musim tertentu, Minimarket Bengkulu Indah menjual produk-produk tertentu. Contohnya pada musim lebaran, Minimarket Bengkulu Indah akan menjual produk-produk yang berhubungan dengan lebaran seperti kue-kue lebaran. Selain itu pada minimarket ini juga menjual alat-alat sekolah pada saat musim penerimaan siswa baru atau waktu kenaikkan kelas. Hal ini diperbolehkan dalam Islam karena produk-produk tersebut dapat bermanfaat bagi manusia serta tidak bertentangan dengan syari'at Islam.

Selain itu, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, Minimarket Bengkulu Indah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik. Para karyawan bersikap ramah kepada konsumen. Selain itu, para karyawan selalu siap membantu jika para konsumen membutuhkan bantuan dari karyawan. Minimarket Bengkulu Indahjuga memberika jasa pengiriman barang kepada konsumen dengan syarat tertentu.

e. Tempat

Menurut etika bisnis Islam, dalam pemilihan lokasi harus memilih lokasi yang baik, karena lokasi yang baik akan mempunyai dampak positif terhadap lokasi usahanya. Penentuan lokasi di Minimarket Bengkulu Indahsudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Lokasi yang dipilih disesuai dengan terget utama minimarket yaitu kalangan masyarakat umum., Minimarket Bengkulu Indah berada dipingir jalan raya sehingga para konsumen dapat mengakses dengan mudah ke lokasi.

Suasana di Minimarket Bengkulu Indahjuga bagus. Dari mulai ruangan toko yang luas, lahan parkir yang luas, serta fasilitas-fasilitas pendukung lainnya yang membuat konsumen nyaman berbelanja disini. Contohnya saja *interior* dan *eksterior* toko yang menarik, dimulai dari desain toko penataan toko yang baik, ruangan yang berAC serta penggunaan musik sebagai media tambahan yang membuat konsumen jadi nyaman dan betah berbelanja di Minimarket Pura Tanjung Mas. Pemberian fasilitas-fasilitas ini berdampak positif pada minat beli konsumen ke Minimarket Bengkulu Indah.

f. Promosi

Rasullulah SAW menganjurkan bahwa promosi dilakukan dengan menjelaskan produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan jelas dan benar. Promosi ini dilakukan dengan mendirikan banner di depan toko. Jika dipandang dalam etika bisnis Islam, promosi ini boleh dilakukan karena tidak bertentangan dengan aturan agama Islam. Memang konsumen

memilih barang belanjaannya sendiri di rak-rak toko, akan tetapi jika ada pelanggan yang kurang puas atau ingin mengetahui secara jelas produk tersebut maka para karyawan akan menjelaskan detail tentang kelebihan maupun kekurangan produk tersebut.

Produk-produk yang didisplay di rak-rak toko diberi label harga, sehingga konsumen dengan bebas memilih produk-produk yang harganya pas dikantong dan dapat mengecek produk-produk yang ada di rak dengan leluasa. Jika ada produk yang rusak pasti konsumen dapat mengetahuinya. Dan bila konsumen merasa produk yang dibelinya tadi ternyata ada kerusakan maka produknya dapat dikembalikan dan diganti oleh pihak minimarket dengan barang yang bagus.

C. Pandangan Penulis

Dari kegiatan wawancara lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung dihasilkan beberapa hal mengenai pandangan etika bisnis Islam terhadap strategi 6R yang diterapkan oleh Minimarket Bengkulu Indah. Produk-produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Indahseperti sembako, alat-alat elektronik, peralatan sekolah dan lain-lain tidak bertentangan dengan syari'at Islam Barang-barang tersebut ada di tempat penjualan. Begitu juga dengan harga yang ditetapkan oleh Minimarket Bengkulu Indah merupakan harga yang sesuai dipasaran dimana harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah.

Penetapan harga ini sudah sesuai dengan syariat Islam karena harganya sesuai pasaran yang berarti keuntungan yang diperoleh tidak terlalu banyak. Penetapan waktu yang dilakukan juga sudah sesuai dilakukan sehingga mampu menjawab kebutuhan konsumen. Untuk lokasi Minimarket Bengkulu Indah sudah sesuai dengan terget utamanya. Penentuan lokasi ini sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Di dalam bisnis Islam, lokasi yang dipilih harus memiliki manfaat bagi pertumbuhan usahanya. Minimarket Bengkulu Indahjuga berada dipingir jalan raya sehingga para konsumen dapat mengakses dengan mudah ke lokasi.

Sedangkan untuk strategi promosi yang dilakukan pihak Minimarket Bengkulu masih kurang dan harus ditingkatkan lagi kedepannya.Adapun alternatif yang bisa dilakukan yakni dengan

memanfaatkan media sosial yang sudah seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Tiktok dan media lainnya. Dan untuk kedepannya diharapkan Bengkulu Indah membuat sebuah aplikasi atau website personal yang nantinya akan digunakan untuk memperkenalkan semua produk-produk yang ada di minimarket. Hal ini dilakukan agar konsumen lebih mudah untuk membeli di Minimarket Bengkulu Indah. Para konsumen bisa membeli lewat online dan nantinya barangnya akan dikirim lewat jasa pengiriman barang.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Minimarket Bengkulu Indah, Sijanih Ujung Gading, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Implementasi strategi bisnis 6R(right product, right time, right place, right price, right quantity, right appelas promotion) pada bisnis retail untuk menghadapi persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis islam di Minimarket Bengkulu Indah ialah dalam pengelolaan usaha sudah diterapkan namun belum maksimal.
2. Perumusan dan pemilihan alternatif strategi yang terbaik untuk menghadapi persaingan bisnis ritel di Ujung Gading adalah melalui strategi 6R , penetrasi pasar serta pengembangan produk. Strategi tersebut bisa diterapkan melalui:
    a. Memperluas target pasar dengan mencari lokasi strategis untuk membuka gerai baru
    b. Meningkatkan promosi dengan memperbanyak iklan perusahaan dan produk.
    c. Melakukan riset pasar untuk mengetahui dan meningkatkan kepuasan konsumen.

d. Meningkatkan sistem komputer jaringan antar divisi untuk mengontrol pasokan dan persediaan barang agar komunikasi terjalin dengan baik.

Dengan demikian, setelah meyeleksi dan merekomendasikan alternatif strategi terbaik untuk minimarket bengkulu indah diharapakan dengan penerapan strategi 6R ini dapat meningkatkan volume penjualan dan laba meningkat dari tahun ke tahun. Akan tetapi, strategi promosi yang dilakukan oleh minimarket bengkulu indah belum maksimal, dikarenakan masih banyaknya daerah yang belom mengenal bengkulu indah akibat promosi melalui media sosial belum di terapkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan yang telah dilakukan, maka rumusan strategi untuk Bengkulu Indah adalah:

1. Agar Minimarket mencapai posisi growth maka harus mempertahankan dan meningkatkan terus kekuatan yang dimiliki untuk melakukan pengembangan usaha, sehingga tercapai keuntungan yang maksimal. Salah satu untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan khususnya yang menyangkut penentuan strategi penjualan jangka pendek, menengah, jangka panjang, dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, karena daerah Ujung Gading memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan profit usaha.

2. Saran dari konsumen kepada Minimarket Bengkulu Indah yaitu untuk meningkatkan pelayanan yang sudah ada dan menambah fasilitas tempat duduk dibeberapa titik
3. Saran kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti. yaitu mendiskripsikan nilai-nilai islam di Minimarket Bengkulu Indah secara mendalam. Sehingga ada integrasi dan interkoneksi antara dasar-dasar nilai islam dengan implementasi nilai-nilai islam yang ada di Minimarket Bengkulu Indah

DAFTAR PUSTAKA

Aang Kunaifi.(2019*) Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit: Konsep. Etika, Strategi dan Implementasi*. dan Khunaifi, "*Aktualisasi Pemasaran Syariah*.". Maghza Pustaka,Yogyakarta.

Abdul Kadir. (2013). Dasar Pengolahan Citra dengan Delphi. Andi Yogyakarta.

Afianto, I. D., & Utami, H. N. (2017). Pengaruh disiplin kerja dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan (Studi pada Karyawan Divisi Marketing PT. Victory International Futures Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 50(6), 58–67.

Afridhal, Muhammad. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangga Bireuen, Kecamatan Salamalanga Kabupaten Bireuen: Jurnal.

Algonz D.B. Raharja, (2021). 5 Faktor Produksi yang berpengaruh pada pengembangan Bisnis. Diakses pada 14 Maret 2022.

Anggini, E.T.(2021,September 19). Mengenal Bisnis Ritel dan Jenis-jenisnya. Retrieved from Money

Areadi, Ahmad, and Wahyu Hidayat. "Pengaruh Hedonic Shopping terhadap Pembelian Impulsif pada Ritel Modern (Studi Kasus pada Pelanggan Swalayan Gelael, Candi Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5.4 (2016): 620-628.

Astuti, Enny Diah.(2019) "*Perencanaan Strategi Bisnis dengan Penerapan Corporate Entrepreneurship dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Studi Empiris Pada: UKM Industri Pakaian Jadi Kota Bekasi*." *Jurnal Lentera Bisnis* 6-17.

Arif Yusuf Hamali.(2016).Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Jakarta: Prenadamedia Group

Ari Juwita,.(2019). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madium, Ponogoro..h. 31-34

Badalamenti, V. and Hamsal, M. (2013). Business strategy recommendation for Que Rico Hamburquesa Restaurant. The Indonesian Journal of Business Administration, Vol.2, No.4, 2013:500- 508.

Bastian, Ade. (2021) "*Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus: Universitas Majalengka)." Infotech Journal* 1.1

Dani Hidayat. (2015). Pencapaian Maslahah Melalui Etika Bisnis Islam. Bisnis Islam.

Eriyani, T., Iwan, S., & Indra, M. (2018). Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan. Yogyakarta: CV Budi Utaman.

Fadilah, N. (2021). Kontribusi Nilai Islam Dalam Ranah Bisnis Dan Pemasaran. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, *2*(1), 214-239.

Fahmi, Irham. (2018). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi.* Cetakan kedua. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Fahmi, I. (2015). Manajemen Strategis. Bandung: Alfabeta

Fattah, Nanang. (2015). Manajemen Stratejik Berbasis Nilai. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Fitri Amalia. (2013). Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil.

Ga Nugraha (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Tata Letak, dan Lokasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Kedai Berkonsep Alam Di Kabupaten Tasimalaya. repositori.unsil.ac.id

Hendra Riofita 2015, Strategi Pemasaran Pekanbaru:CV Mutiara Pesisir Sumatera

Herfita, Devi, Tri Widyastuti, and Irvandi Gustari.(2022) "*Analisis strategi bisnis pada PT Gancia Citra rasa*." *Jurnal Eksekutif* 14.2 369-383

Istiatin, Sudarwati.(2015). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail Di Lottemart Surakarta. Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 02, Agustus 2014 – Januari 2015.

Jhon A,Pearce II,Richard B,Robinson Jr.(2014) Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, Salemba Empat, Jakarta

Kasmia, Sarjan, A., & Hamzah, A (2021). Pengaruh Etika Bisnis Dn Strategi Manajemen Bisnis Ritel Modern Terhadap Kinerja Ritel Tradisional di Watampone. Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah.

Karwur, E. (2021). Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Paniki. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(3), 196–206.

Kasmiruddin, (2013). Analisis Kekuatan Persaingan Bisnis Ritel Modern Di Pekanbaru (Sebagai Suatu Formulasi Strategi Bersaing. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 4 No. 1, Oktober 2013

Khusniati Rofiah. (2014). Urgensi Etika Di Dalam Siatem Bisnis Islam.

Kotler, Philip. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.

Malaka, M. (2014). Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha. Al-'Adl, 7(2), 39-52.

Nawawi, Zuhrinal M. (2015). Kewirausahaan Islam. Medan: Febi UIN-SU.

Noorma Yunia(2018).Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menjalankan Usaha Kecil. Jurnal Aksioma Al-Musaqoh Vol.1 No.1,77-92.

Novianti, M. (2021). Analisa Strategi Bisnis PT XYZ dalam Industri Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *5*(3), 249-254.

Ong, J. O., Sutawijaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Strategi Inovasi Model Bisnis Ritel Modern Di Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, *6*(2).

Rahim,Abd Rahmat & Enny Radjab,(2022)*Manajemen Strategi*,Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Rachmat. (2014). Management Strategik. Bandung: CV. Pustaka Setia

Sadono, Sukirno.(2010). *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grasindo Perseda. Jakarta.

Sani, N. M. (2020). *Implementasi Strategi 6R pada Bisnis Ritel untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Minimarket Bengkulu Indah Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Siti Hofifah,(2020), Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam, Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 3 Nomor 2.

Sudaryono, (2015). Pengantar Bisnis; Teori dan Contoh Kasus.Yogyakarta: Andi Offset

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Taufik, Mhd. dan Isril. 2013. Implementasi Peraturan Daerah Badan Permusyawaratan Desa. Jurnal Kebijakan Publik, Volume 4, Nomor 2.

Wahyuni, N.,Kartika, U., & Rahayu, Y.S (2020). Pendampingan Manajemen Ritel Modern Bagi Komunitas Pedagang Ritel Tradisional Pasar Dinoyo Kota Malang. Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat, 4,2.

Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. Jurnal Al Tijarah, 2(2), 230-257.

Zainal Veithzal Rivai, Muhammad Syafii Antonio, Muliaman Darmansyah Hadad. 2014. Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam.Yogyakarta : BPFE.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama

TTL