STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA MINIMARKET UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KOPERASI KONSUMEN SYARIAH RUMAH SAKIT AHMAD MOCHTAR BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Persyaratan Guna Memenuhi Strata 1(S1) Perbankan Syariah

DISUSUN OLEH:

CINDY PISAMAWATI

NIM : 3320094

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJEH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2024 M/1445

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya tanpa batas kepada penulis, shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang di ridhoi oleh Allah SWT yaitu Al-Quran dan Hadist. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Strategi Pengembangan Unit Usaha Minimarket Untuk Meningkatkan Pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi**".

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 (Satu) untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjceh M.Djamil Djambek Bukittinggi. Keberhasilan penyusunan skirpsi ini juga atas bantuan dari berbagai pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung. Penulis skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1) Ibu **Prof.Dr.Ridha Ahida, M.Hum**,selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajarannya.
2) Ibu **Dr. Hesi Eka Putri, SE., MM**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya.
3) Bapak **Baginda Persaulian, ME**, selaku Ketua Progam Perbankan Syariah beserta jajaran atas izin dan kesempatan, bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4) Ibu **Era Sonita, MSi**, selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu menasehati dan memberikan banyak motivasinya demi kelancaran proses belajar penulis.

5) Ibu **Rika Widianita, SEI., ME** selaku Pembimbing yang dengan sabar telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannnya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan hingga akhir penulisan ini.
6) Seluruh dosen terkhusus yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang juga memberikan pengetahuan baik didalam perkuliahan maupun diluar perkuliahan dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
7) Bapak/Ibuk pimpinan pegawai perpustkaan yang telah melayani dan menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8) Orang tua yang ku sayangi Ayah (**Jafar Arifin**) dan mama (**Siti Rohmah**) serta abang (**Fani Riski Ramadhan**) dan adikku tersayang (**Silvi Salsabila**) terimakash atas doa, kasih sayang, semangat, motivasi dan dukungan yang tak terhingga serta selalu memberikan yang terbaik.
9) Terima kasih untuk diriku sendiri yang sudah berusaha sebaik mungkin dan bertahan sejauh ini.
10) Terima kasih kepada Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11) Dan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan begitu hangat dan luar biasa.

Atas bantuan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah SWT dan semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dan bernilai ibadah disisi Allah SWT Amiin ya rabbal alamiin.

Bukittinggi, 6 Juni 2024
Penulis

Cindy Pisamawati
Nim. 3320094

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Strategi Pengembangan Unit Usaha Minimarket Untuk Meningkatkan Pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi"**, yang disusun oleh Cindy Pisamawati dengan NIM (3320094), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dibawah bimbingan ibu Rika Widianita, SEI.,ME.

Latar belakang dalam penelitian ini yaitu Pendapatan Unit Usaha Minimarket yang tidak stabil bahkan mengalami penurunan, Ketergantungan koperasi konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar terhadap pendapatan unit usaha minimarket, Tutupnya salah satu minimarket di IGD Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui strategi pengembangan unit usaha minimarket untuk meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

Metode penelitian yang penulis lakukan adalah menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang peneliti lakukan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Karyawan Minimarket, Pelanggan Minimarket dan Karyawan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

Hasil penelitian ini yaitu : Strategi pengembangan usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan telah meningkatkan kualitas layanan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan pendapatan. Strategi operasional yang efisien dan pemasaran yang efektif berhasil menjangkau pasar lebih luas. Di bidang sumber daya manusia, perencanaan dan motivasi karyawan meningkatkan kualitas layanan. Strategi keuangan syariah memastikan keberlanjutan usaha dan pemerataan pendapatan. Namun, masih ada area yang perlu ditingkatkan seperti pelatihan karyawan, diversifikasi produk, dan penggunaan teknologi. Implementasi berkelanjutan strategi ini diharapkan terus meningkatkan pendapatan koperasi.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Usaha, Pendapatan, Operasional, Diversifikasi produk, Pelatihan karyawan, Penggunaan teknologi

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....3
A. Latar Belakang Penelitian.....3
B. Identifikasi Masalah.....11
C. Batasan Masalah.....12
D. Rumusan Masalah.....12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....13
F. Penjelasan Judul.....14

BAB II LANDASAN TEORI.....17
A. Koperasi Konsumen Syariah.....17
B. Unit Usaha.....34
C. Strategi Pengembangan Usaha.....43
D. Minimarket.....56
E. Pendapatan.....60
F. Kajian terdahulu.....60

BAB III METODE PENELITIAN.....64
A. Jenis Penelitian.....64
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....64
C. Jenis dan Sumber Data.....65
D. Informan Penelitian.....65
E. Teknik Pengumpulan Data.....66
F. Metode Analisis Data.....67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 70
A. Hasil Penelitian..... 70
1. Sejarah Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mohtar Bukittinggi..... 70
2. Perkembangan Usaha Minimarket Pada Koperasi Konsumen Syariah Rumah SakitAhmad Mohtar Bukittinggi..... 72
3. Strategi Pengembangan Usaha Yang Dilakukan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi..... 77
B. Pembahasan..... 89

BAB V PENUTUP..... 103
A. Kesimpulan..... 103
B. Saran..... 104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Koperasi, sebagai bentuk badan usaha yang relatif kecil dibandingkan dengan entitas usaha lainnya, perlu berupaya untuk memainkan peran yang signifikan dalam era perdagangan bebas. Setidaknya, koperasi harus mampu menjadi mitra yang sejajar dengan pelaku ekonomi yang lebih kuat. Meskipun koperasi dianggap sebagai bentuk badan usaha, terdapat perbedaan mendasar antara koperasi dan badan usaha lainnya, terutama dalam orientasi bisnis yang dikejar. Badan usaha non-koperasi cenderung memprioritaskan profitabilitas, sementara koperasi lebih fokus pada kesejahteraan anggota dan manfaat yang dihasilkan. Koperasi, sebagai entitas ekonomi, juga memiliki potensi untuk menjadi mitra bagi berbagai pihak seperti perusahaan, badan pemerintah, entitas swasta, dan individu dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. [1]Oleh karena itu, setiap peristiwa atau kondisi ekonomi di suatu negara dapat memiliki dampak terhadap ekonomi nasional, dan pemerintah membutuhkan lembaga selain perbankan untuk memperbaiki keadaan ekonomi.

---

[1] Drs. Hendrojogi, M.Sc, *Koperasi: Asas-Asas, Teori ,Praktik*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012), hal. 18-19

Koperasi, melalui kegiatan dan layanan yang disediakannya, juga memenuhi kebutuhan masyarakat dan menyediakan sistem pinjaman bagi anggotanya. Dengan menyediakan sistem pinjaman bagi anggotanya, koperasi menjadi sebuah entitas yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, melalui berbagai kegiatan dan layanan, koperasi turut berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat secara holistik. Keseluruhan inisiatif ini memberikan kontribusi positif dalam menciptakan lingkungan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan bagi anggotanya serta komunitas sekitar.

Ketika diterapkan dalam konteks koperasi konsumen syariah, pendekatan inklusif dan berkelanjutan tersebut semakin diperkuat. Sistem pinjaman yang diimplementasikan oleh koperasi konsumen syariah didasarkan pada prinsip-prinsip keuangan syariah yang menekankan adil, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Sebagai contoh, konsep mudharabah atau musyarakah dalam penyaluran dana memberikan ruang bagi keberlangsungan usaha dan keberhasilan bersama antara koperasi dan anggotanya. Dengan demikian, koperasi konsumen syariah bukan hanya menjadi sarana peminjaman, melainkan juga menjadi katalisator bagi vpertumbuhan ekonomi lokal yang adil dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, kegiatan dan layanan koperasi konsumen syariah tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat secara holistik, tetapi juga memberikan landasan yang kuat untuk mencapai kemajuan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam upaya meningkatkan pendapatan dan memberikan manfaat lebih lanjut bagi anggotanya, koperasi konsumen syariah seringkali mengembangkan berbagai unit usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Unit usaha ini dapat mencakup sektor-sektor seperti simpan pinjam, konsumsi, atau properti. Misalnya, melalui usaha konsumsi, koperasi dapat menyediakan produk-produk halal dan berkualitas tinggi kepada anggotanya serta masyarakat luas. Berikut ayat al-quran yang menyatakan koperasi sebagai badan usaha sebagai sarana untuk kerja sama dan saling membantu, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Maidah ayat 2 berikut:

وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِۖ وَاتَّقُوا اللّٰهَۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa,dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran" (Q.S. Al-Maidah:2)

Selain itu, dengan memiliki unit usaha sendiri, koperasi konsumen syariah dapat mengoptimalkan nilai tambah dari kegiatan ekonominya. Keuntungan yang dihasilkan dari unit usaha tersebut dapat diberdayakan kembali untuk memperkuat posisi keuangan koperasi, memperluas jangkauan layanan, atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Dengan demikian, pengembangan unit usaha menjadi strategi efektif dalam mencapai tujuan koperasi konsumen syariah, yang tidak hanya terbatas pada memberikan layanan pinjaman, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi yang berkelanjutan dan memberdayakan. Dalam upaya terus mengembangkan model bisnisnya, Koperasi Konsumen Syariah yang

terkait dengan Rumah Sakit Ahmad Mochtar di Bukittinggi memutuskan untuk memasuki sektor minimarket. Dengan memiliki unit usaha minimarket, koperasi dapat menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi anggota serta masyarakat sekitar, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip keuangan syariah. Pendekatan mudharabah atau musyarakah dalam penyaluran dana untuk unit usaha minimarket menciptakan kesempatan bagi anggota untuk ikut serta dalam keberhasilan dan pertumbuhan bisnis tersebut.

Selain memberikan akses mudah terhadap barang dan layanan yang syariah-compliant, pendapatan yang dihasilkan dari minimarket dapat menjadi sumber tambahan untuk mendukung keberlanjutan koperasi dan kesejahteraan anggotanya. Seluruh ekosistem ini mencerminkan komitmen koperasi konsumen syariah dalam menciptakan dampak positif yang lebih luas, tidak hanya dari segi keuangan, tetapi juga pada tingkat sosial dan ekonomi di komunitas lokalnya. Dengan adanya unit usaha minimarket, koperasi konsumen syariah semakin meneguhkan perannya sebagai entitas yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada pemberdayaan anggota dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. minimarket juga dapat memberikan manfaat tambahan dalam hal pelayanan kepada konsumen. Kemudahan akses terhadap produk-produk syariah di minimarket dapat menciptakan lingkungan belanja yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendukung tujuan koperasi konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad

Mochtar dalam memberikan layanan yang holistik dan sesuai dengan prinsip

Berdasarkan hasil wawancara oleh Kepala unit simpan pinjam Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, Ibu Indah Safitri A.Md mengatakan bahwa kesuksesan dalam mempertahankan unit usaha minimarket di Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi merupakan salah satu metode untuk memajukan dan meningkatkan pendapatan koperasi. Ketergantungan pendapatan minimarket mempengaruhi pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi. Pasalnya, minimarket adalah salah satu bisnis mikro yang didirikan oleh koperasi tersebut. Minimarket, bersama dengan unit pembiayaan, merupakan bagian dari unit usaha koperasi konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi. Unit lainnya dikelola oleh karyawan atau pengurus di kantor, sementara unit mimarket dikelola secara terpisah. Tanggung jawab pekerjaan di koperasi ditangani oleh karyawan di kantor Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, sementara di minimarket ditangani oleh karyawan di minimarket.[2]

Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi telah mendirikan 3 unit Toko minimarket, Berdasarkan hasil observasi awal berikut jumlah pendapatan kotor yang diperoleh Unit Toko Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Bukittinggi periode 2014-2023

[2] ‘’Wawancara dengan ibu Indah Safitri *Kepala Unit Simpan Pinjam*“, (Koperasi Konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi),17 Oktober, 2023

Tabel 1.1
Pendapatan Unit Usaha Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi
Periode 2014-2023

Tahun	Pendapatan Unit Usaha Minimarket	Target Penjualan	Persentase Mencapai Target Penjualan
2014	3.773.220.107	4.000.000.000	94,3%
2015	4.121.230.128	4.000.000.000	103%
2016	3.266.671.903	4.000.000.000	81,7%
2017	2.922.259.901	4.000.000.000	73,1%
2018	3.382.318.291	4.000.000.000	84,6%
2019	3.476.396.062	4.000.000.000	86,9%
2020	2.473.996.193	4.000.000.000	61,8%
2021	2.584.372.013	4.000.000.000	64,6%
2022	4.030.506.016	4.000.000.000	100,8%
2023	3.570.662.808	4.000.000.000	89,3%

Sumber : Laporan Rapat Tahunan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 17 Oktober 2023 bersama bapak Deni Ismail S.E selaku Staff IT Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi. Bahwasannya pada 10 tahun terakhir Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi mengalami ketidakstabilan pendapatan yang kurang signifikan bahkan mengalami penurunan jumlah pendapatan. Pada tahun 2014 jumlah pendapatan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi mencapai angka Rp.3.773.220.107, kemudian pada tahun 20215 jumlah pendapatan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi sebanyak Rp.4.121.230.128 Itu artinya Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi mengalami peningkatan pendapatan mencapai

Rp.348.010.021. Namun pada tahun 2016 Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi justru mengalami penurunan jumlah pendapatan. Terlihat pada tabel diatas, pada tahun 2016 jumlah pendapatan di Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi menurun hingga Rp.3.266.671.903 Kemudian pada tahun 2017 jumlah pendapatan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi berada di angka Rp.2.922.259.901. Pada tahun 2018 Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi kembali mengalami peningkatan nasabah sebanyak Rp.3.382.318.291 Kemudian pada tahun 2019 Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi kembali mengalami peningkatan jumlah pendapatan sebanyak Rp.3.476.396.062 kemudian turun kembali pada 2020 menjadi Rp.2.584.372.013 dilanjutkan pada 2022 mengalami penurunan kembali menjadi Rp.2.584.372.013. Namun pada tahun 2022 jumlah pendapatan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi mengalami peningkatan di angka Rp.4.030.506.016. Pada akhirnya turun kembali diangka Rp.3.570.662.808[3]

Dilihat pada deskripsi di atas pada tahun 2014-2023, Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi. Pada periode ini mengalami peningkatan nasabah yang cukup signifikan namun pada tahun 2015, Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi mengalami penurunan jumlah pendapatan. Yang menandakan ketidakstabilan jumlah pendapatan pada periode 2014-2023. Kemudian

[3] ‘’Wawancara dengan bapak deni ismail S.E *Staff IT*“, (Koperasi Konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi),17 Oktober, 2023

menurut ibu Yulinda Eka Putri selaku Kepala Toko Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi ketika dilakukan wawancara pada tanggal 17 Oktober 2023, beliau mengatakan bahwa pengembangan unit usaha yang di lakukan oleh Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi sangat beragam, mulai dari membuat kebijakan operasional, pemasaran serta kebijakan keuangan.

Dalam konteks tersebut, strategi pengembangan unit usaha minimarket menjadi krusial untuk menanggulangi fluktuasi pendapatan yang dialami oleh Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi. Diperlukan peninjauan mendalam terhadap kebijakan operasional, pemasaran, dan keuangan yang telah diterapkan, serta identifikasi potensi perbaikan dan inovasi dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan strategi yang tepat guna meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi pasar Koperasi RSAM Bukittinggi dalam industri minimarket.

Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi telah mendirikan beberapa Unit Usaha Minimarket diantarnya Toko IGD, Toko Cindua Mato, dan Toko Kokitama Tembok. Pada bulan Oktober 2023 salah satu minimarket yang berlokasi di IGD Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi ditutup sesuai dengan kesepakatan pengurus dengan alasan penurunan pendapatan ditoko tersebut. Namun,dibuka kembali pada bulan November 2023. Penurunan pendapatan Koperasi

Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi terjadi akibat penurunan pendapatan dari minimarket salah satu faktornya adalah kurangnya kelancaran dalam pemasaran dan strategi pengembangan yang digunakan untuk mencapai peningkatan penjualan. Indikator yang memperngaruhinya dapat dilihat dari berkurangnya pembelian, tingginya stok barang yang tidak terjual, serta return barang yang tinggi yang terjadi pada minimarket. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi melalui strategi dari pengembangan unit usaha minimarket sebagai pendukung dalam meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

Dengan konteks ini, peneliti tertarik untuk mengangkat judul **"STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT USAHA MINIMARKET UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KOPERASI KONSUMEN SYARIAH RUMAH SAKIT AHMAD MOCHTAR BUKITTINGGI"**. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi dengan melibatkan Unit Usaha Minimarket.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguraikan masalah-masalah yang menjadi fokus riset mengenai strategi unit usaha minimarket untuk meningkatkan pendapatan koperasi konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Kota Bukittinggi.

Beberapa masalah utama yang perlu diidentifikasi dalam konteks ini adalah:

1. Pendapatan Unit Usaha Minimarket yang tidak stabil bahkan mengalami penurunan
2. Ketergantungan koperasi konsumen syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar terhadap pendapatan unit usaha minimarket
3. Tutupnya salah satu minimarket di IGD Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan terlalu luas dalam penelitian, maka peneliti mambatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Adapun batasan masalah pada penelitian ini hanya mengenai strategi unit usaha minimarket untuk meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi unit usaha minimarket untuk meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan unit usaha minimarket untuk meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini:

a. Manfaat teoritis

Dari perspektif teoritis, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur dan pengetahuan pembaca dalam memahami lebih dalam mengenai analisis terkait strategi pengembangan unit usaha Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi dengan mengintegrasikan unit usaha Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, serta memberikan kontribusi bagi penelitian lanjutan.

b. Manfaat praktis

1) Bagi penulis

Penelitian ini berfungsi sebagai pembelajaran yang memungkinkan untuk memahami dan mengetahui strategi meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi dengan

melibatkan unit usaha minimarket Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, sehingga dapat memastikan kelancaran operasi koperasi.

2) Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara umum, terutama di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya untuk program studi Perbankan Syariah.

3) Bagi Pihak Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi berharga untuk meningkatkan pendapatn dan mempertahankan koperasi melalui integrasi unit usaha minimarket di tengah persaingan yang semakin ketat dan meluas.

F. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami dari judul "Strategi Pengembangan Unit Usaha Minimarket Untuk Meningkatkan Pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi". Maka penulis menjelaskan dari judul tersebut.

Strategi :Strategi adalah serangkaian rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus[4]

Pengembangan :Suatu usaha yang dilakukan seara terarah dan terenana untuk membuat dan memperbaiki, sehingga mnejadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya meniptakan mutu yang lebh baik

Unit usaha :Unit usaha ialah suatu proses kegiatan usaha yang dilakukan secara berkesinambungan, bersifat bisnis dengan memberdayakan masyarakat dan lingkungan dalam bentuk unit usaha yang dikelola secara profesional[5]

Minimarket :Secara harfiah, adalah pasar kecil yang menyediakan berbagai barang dengan lengkap seperti dalam pasar tradisional. Meskipun ada kesamaan dengan toko kelontong, minimarket biasanya menggunakan teknologi, seperti mesin kasir point of sale, dan menyediakan sistem swalayan untuk memudahkan pembeli dalam memilih dan membayar barang. Jam buka

[4] Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal.1529

[5] Sri Lestari, Strata Skripsi: "*Model Pengelolaan Unit Produksi Sekolah*", 2008, hal 155

minimarket juga bisa berbeda dari supermarket, seperti minimarket circle K yang buka 24 jam.[6]

Meningkatkan :Suatu proses untuk mencapai peningkatan dan perkembangan yang signifikan dalam suatu hal.[7]

Pendapatan :Jumlah uang yang diperoleh perusahaan dari operasi bisnis biasa, seperti penjualan.[8]

Jadi maksud dari Strategi Pengembangan Unit Usaha Minimarket Untuk Meningkatkan Pendapatan adalah serangkaian rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus yang dilakukan secara terarah dan terencana melalui kegiatan usaha yang dilakukan secara berkesinambungan terhadap pasar kecil yang menyediakan berbagai barang dengan lengkap untuk mencapai peningkatan jumlah uang yang diperoleh perusahaan dari operasi bisnis seperti penjualan.

---

[6] Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 84.

[7] https://www.rspatriaikkt.co.id/pengertian-meningkatkan-menurut-para-ahli, diakses pada Selasa 01/01/2024 jam 01.00 WIB

[8] Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima*. (Jakarta: Salemba Empat 2009, hal.54)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Koperasi Konsumen Syariah

1. Pengertian Koperasi

Koperasi Secara Umum Secara bahasa Koperasi berasal dari. “Co” bahasa Latin “coopere”, yang dalam bahasa Inggris disebut Cooperation berarti bersama dan “Operation” berarti bekerja, jadi Cooperation berarti bekerja sama. Dalam hal ini, kerja sama tersebut dilakukan oleh orang- orang yang mempunyai kepentingan dan tujuan yang sama.Berdasarkan International Cooperative Alliance (ICA) atau Perserikatan Koperasi Internasional dalam buku “The Cooperative Principles” karangan P.E. Weraman memberikan definisi sebagai berikut, “Koperasi adalah kumpulan orang-orang atau badan hukum yang bertujuan untuk perbaikan sosial ekonomi anggotanya dengan memenuhi kebutuhan anggotanya dengan jalan saling membantu antara satu dengan yang lainnya dengan cara membatasi keuntungan, usaha tersebut harus didasarkan atas prinsip-prinsip koperasi.

2. Jenis Koperasi

a. Koperasi Simpan Pinjam

Koperasi kredit atau koperasi simpan pinjam adalah koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan simpanan dana dari para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada para anggota yang memerlukan bantuan dana. Kegiatan utama koperasi simpan pinjam

adalah menyediakan jasa penyimpanan dan peminjaman dana kepada anggota koperasi.

b. Koperasi Konsumen

Koperasi konsumen adalah koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota. Biasanya koperasi ini menjual dan menyediakan berbagai jenis kebutuhan harian seperti kebutuhan pokok sehingga sekilas tampak seperti toko biasa. Bedanya, keuntungan yang didapatkan dari koperasi ini akan dibagikan kepada anggotanya.[9]

c. Koperasi Pemasaran

Koperasi Pemasaran adalah koperasi yang anggotanya terdiri dari produsen atau pemilik barang atau peyedia barang. Koperasi pemasaran dibentuk terutama untuk membantu para anggotanya memasarkan barang-barang yang mereka hasilkan

d. Koperasi produsen

Koperasi produsen adalah koperasi yang para anggotanya tidak memiliki badan usaha sendiri tetapi bekerja sama dalam wadah koperasi untuk menghasilkan dan memasarkan barang atau jasa.[10]

3. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi syariah secara teknis bisa dibilang sebagai koperasi yang prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berdasarkan pada syariah islam yaitu Al-quran dan Assunah. Pengertian umum dari koperasi syariah adalah badan

[9] Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, (Grafindo, Jakarta, 2002), hlm. 272
[10] Ibid, hlm. 43

usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsi-prinsip syariah.Apabila koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus dilaksanakan dengan mengacu kepada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut,maka koperasi syariah tidak diperkenankan berusaha dalam bidang-bidang yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba, maysir, dan gharar. Sebagian Ulama menyebut Koperasi dengan Syirkah Ta'awuniyah (Persekutuan tolong-menolong), yaitu suatu perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih, yang satu pihak menyediakan modal usaha sedangkan pihak lain melakukan usaha atas dasar profit sharring (membagi untung) menurut perjanjian. Maka dalam koperasi ini terdapat unsur Mudharabah karena satu pihak memiliki modal dan pihak lain melakukan usaha atas modal tersebut. [11]

4. Tujuan prinsip dan landasan Koperasi Syariah

Tujuan Koperasi Syariah adalah, meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.[12] Tujuan Koperasi Syariah tersebut di atas, sesuai norma dan moral Islam, sebagaimana yang terdapat dalam Al-quran surat 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 dibumi, dan jangalah kamu mengikuti langkah-langkah syetan,

[11] H.Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada , Jakarta, 2002, hal 292

[12] Triyana Sofiani, *Strategi Usaha Laundry Dalam Menopang Pendapatan Koperasi Syariah Barokah*,(IAIN Curup,2022), hal 137

karena sesungguhnya syetan itu musuh yang nyata bagimu". (Q.S Al Baqarah : 168).

Islam menganjurkan untuk melakukan pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata sesama anggota berdasarkan kontribusinya. Agama Islam mentolerir kesenjangan kekayaan dan penghasilan karena manusia tidak sama dalam hal karakter, kemampuan, kesungguhan dan bakat. Perbedaan diatas tersebut merupakan penyebab perbedaan dalam pendapatan dan kekayaan. Tujuan lainnya adalah, adanya kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang didasarkan pada pengertian bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada Allah.[13]Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Ar Ra'd ayat 36:

وَالَّذِيْنَ اٰتَيْنٰهُمُ الْكِتٰبَ يَفْرَحُوْنَ بِمَآ اُنْزِلَ اِلَيْكَ وَمِنَ الْاَحْزَابِ مَنْ يُّنْكِرُ بَعْضَهٗ ۗ قُلْ اِنَّمَآ اُمِرْتُ اَنْ اَعْبُدَ اللّٰهَ وَلَآ اُشْرِكَ بِهٖ ۗ اِلَيْهِ اَدْعُوْا وَاِلَيْهِ مَاٰبِ

Artinya: "Orang-orang yang telah kami berikan kepada mereka, bergembira dengan Kitab yang diturunkan kepadamu dan di antara golongan-golongan (Yahudi dan Nasrani) yang bersekutu, ada yang mengingkari sebahagiannya. Katakanlah : " Sesungguhnya aku hanya diperintah menyembah Allah dan tidak untuk mempersekutukan sesuatupun dengan Dia. Hanya Kepada-Nya aku seru (manusia) dan hanya kepada-Nya aku kembali ". (Q.S Ar Ra'd :36)

Prinsip Koperasi Syariah, antara lain:

a. Kekayaan adalah amanah Allah swt yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak;
b. Manusia diberi kebebasan bermu'amalah selama bersama dengan ketentuan syariah;

[13] Hendrojogi. *Koperasi dalam Teori dan Praktik, Koperasi Masalah Pengembangan dan Pembinasaannya*, Jakarta: *Bagian Publikasi Lembaga Managemen* (FE-UI, 2004).hal 55

c. Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi dan Menjunjung tinggi keadian serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja.

Prinsip- Prinsip dasar lainnya, antara lain:

a. Larangan melakukan perbuatan maysir, yaitu segala bentuk spekulasi judi (gambling) yang mematikan sektor riil dan tidak produktif[14]
b. Larangan praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma social
c. Larangan gharar yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak
d. Larangan haram yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah
e. Larangan riba yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman dan pertukaran/barter lebih antar barang ribawi sejenis. Pelarangan riba ini mendorong usaha yang berbasis kemitraan dan kenormalan bisnis, disamping menghindari praktik pemerasan, eksploitasi dan pendzaliman oleh pihak yang memiliki posisi tawar tinggi terhadap pihak yang berposisi tawar rendah
f. Larangan ihtikar yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga

[14] Noer Sutrisno, *Permodalan dan Perkreditan Koperasi", Makalah Penataran Dosen Koperasi, Puslatpenkop* – Depkop, Jakarta, 2007.hal 62

g. Larangan melakukan segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan maslahat dalam maqashid syari'ah. Selain itu koperasi syariah perlu memperhatikan beberapa hal seperti: semua kegiatan usaha yang halal, baik dan bermanfaat (thayyib), Dalam menjalankannya harus dalam sertifikais usaha koperasi, usaha-usahanya sesuai dengan ketentuan dewan syariah nasional MUI dan tidak bertentangan dengan UU yang berlaku. Dengan demikian, dalam kegiatan usahanya peroduk koperasi syaria berupa: Investasi/ kerjasama, jual beli, sewa menyewa, jasa hiwalah atau anjak piutang, jasa gadai dan jasa wadiah(titipan). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI Nomor: 06/Per/M.KUKMI /I/2007 Tentang Petunjuk Teknis Program Pembiayaan Produktif Koperasi Dan Usaha Mikro (P3KUM) Pola Syariah

Tujuh pantangan bisnis syari'ah sebagaimana di atas, merupakan landasan, asas dan prinsip koperasi syariah, dan apabila koperasi syariah melanggar ketujuh prinsip tersebut maka akan kehilangan identitas atau jati dirinya. Koperasi harus meninggalkan praktik riba berupa penggunaan skim bunga dalam kegiatan usahanya. Tidak menetapkan bunga dalam kegiatan simpan pinjamnya, karena, riba bertentangan dengan spirit kemitraan, keadilan, dan kepedulian terhadap lingkungan. Sistem bunga tidak peduli dengan nasib debiturnya dan tidak adil dalam penetapan bunga atas pokok modal. Syari'ah harus diterima dan diterapkan koperasi secara keseluruhan dan bukan

sepotong-potong, karena penerapan yang sepotong-potong tidak menjamin teraktualisasikannya tujuan koperasi. Lebih lanjut, landasan Koperasi Syariah, antara lain:

a. Koperasi syariah berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
b. Koperasi syariah berazaskan kekeluargaan dan;
c. Koperasi syariah berlandaskan syariah islam yaitu al-quran dan as-sunnah dengan saling tolong menolong (ta'awun) dan saling menguatkan (takaful).

Usaha Koperasi Syariah. meliputi, semua kegiatan usaha yang halal, baik dan bermanfaat (thayyib) serta menguntungkan dengan sistem bagi hasil dan tanpa riba, judi atau pun ketidakjelasan (ghoro). Untuk menjalankan fungsi perannya, koperasi syariah menjalankan usaha sebagaimana tersebut dalam sertifikasi usaha koperasi. Usaha-usaha yang diselenggarakan koperasi syariah harus sesuai dengan fatwa dan ketentuan. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dan juga tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.[15]

5. Hukum Koperasi Syariah

Dalam islam, koperasi tergolong sebagai syirkah/syarikah. Lembaga ini adalah wadah kemitraan, kerjasama, kekeluargaan, dan kebersamaan usaha yang sehat, baik, dan halal. Koperasi syariah mulai diperbincangkan seiring dengan maraknya pertumbuhan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) diindonesia.

[15] Sudarsono, *Koperasi dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal.223

(Peraturan Menteri Koperasi UKM Republik Indonesia, nomor:35.2/per/M.LULM/X/2007

6. Kegiatan Usaha Koperasi Syariah

Menurut Philip Kotler Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan menurut W.J Stanton produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang menerima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya[16]

Macam jenis produk penghimpunan dana dan penyaluran dana oleh lembaga keuangan syariah sebagai berikut:

a. Penghimpunan dana (funding)

Pelayanan jasa simpanan atau tabungan yang diselenggarakan adalah bentuk simpanan/tabungan yang terikat dan tidak terikat atas jangka waktu tertentu dalam pernyertaan dan penarikannya.

1) Simpanan pokok

Simpanan pokok merupakan modal awal anggota yang disetorkan dimana besar simpanan pokok tersebut sama dan tidak boleh dibedakan antara anggota. Akad syariah simpanan poko tersebut adalah akad Musyarakah. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.08/DSN-MUI/IV/2000, menyatakan bahwa

[16] Philip, Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997. hal 122

Musyarakah adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

2) Simpanan wajib

Simpanan wajib masuk dalam kategori modal koperasi sebagaimana simpanan pokok dimana besar kewajibannya diputuskan berdasarkan hasil musyawarah anggota serta penyetorannya dilakukan secara continue setiap bulannya sampai seseorang dinyatakan keluar dari keanggotaan koperasi syariah.

3) Simpanan sukarela

Simpanan anggota yang merupakan bentuk investasi dari anggota atau calon anggota yang memiliki kelebihan dana kemudian menyimpan di koperasi syariah. Bentuk simpanan sukarela memiliki 2 jenis karakter yaitu:

a) Karakter pertama bersifat akad titipan (wadi'ah) yang berarti transaksi penitipan dana anggota kepada koperasi syariah dengan kewajiban bagi koperasi syariah untuk dapat mengembalikannya pada saat diambil sewaktu-waktu oleh anggota.[17]

Simpanan/tabungan wadiah terbagi menjadi 2 yaitu:

i. Wadi'ah amanah, yaitu tititpan yang tidak boleh dipergunakan baik untuk kepentingan koperasi maupun untuk investasi usaha melainkan pihak koperasi harus

[17] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 150.

menjaga titipan tersebut sampai diambil oleh si pemiliknya. Wadiah amanah yang dimaksud biasanya berupa dana ZIS yang dimiliki oleh 8 asnaf mustahik dan disalurkan dalam bentuk mustahik produktif maupun konsumtif.

ii. Wadi'ah yadhomanah, yaitu dana titipan anggota kepadakoperasi syariah yang diizinkan untuk dikelola dalam usaha rill sepanjang dana tersebut belum diambiloleh si pemiliknya.

b) Karakter kedua bersifat investasi, karakter ini ditujukan untuk kepentingan usaha dengan mekanisme bagi hasil (Mudharabah) baik Revenue maupun profit and sharing. Konsep simpanan yang diberlakukan dapat berupa simpanan berjangka Mudharabah Multaqoh maupun simpanan berjangka Mudharabah Muqoyadah. Simpanan Mudhorobah Multaqoh adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana (sohibul maal) dengan koperasi syariah selaku pengusaha (mudhorib)yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah usaha. Sementara Mudharabah Muqayadah adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana dengan koperasi syariah dimana penggunaan dana dibatasi oleh ketentuan yang dipersyaratkan oleh pemilik dana.

1) Penyaluran dana (Financing) [18]

[18] http: //Fatwa MUI tentang Perbankan Syariah.blogspot.com/2015/08.

Sesuai dengan sifat dan fungsi koperasi, maka sumber dana yang diperoleh haruslah disalurkan kepada anggota maupun calon anggota. Sifat penyaluran dananya ada yang komersil adapula sebagai pengembanfungsi sosial. Penyaluran dana koperasi syariah berdasarkan pada unit kerjanaya baik unit sektor Riil maupun Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS), yaitu:

a) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli (Tijaroh), yang mana dikembangkan menjadi pembiayaan Murabahah. Berdasarkan Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.04/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan Murabahah adalah transaksi jualbeli dimana koperasi syariah bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli.
b) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa (Ijaroh). Transaksi ijaroh dilandasi adanya pemindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijaroh sama dengan prinsip jual beli, namun perbedannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya berupa barang, maka pada ijaroh objek transaksinya berupa jasa. Pada akhir masa sewa, koperasi dapat saja menjual barang yang disewakan kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal dengan ijaroh muntahhiyah bittamlik (sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan).

Berdasarkan Dewan Syariah Nasional (DSN), NO.09/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan ijaroh adalah transaksi dimanan koperasi syariah menyewakan suatu objek sewa kepada anggota, dan atas manfaat yang diterima oleh anggota atas penggunaan objek sewa yang disewakan tersebut, koperasi memperoleh ongkos sewa.

c) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa. Dengan prinsip bagi hasil. (Syirkah) yang terdiri dari:

i. Musyarakah

Yaitu kerjasama dalam suatu usaha oleh dua pihak, yang mana resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara berimbang dengan porsi penyertaan. 20 Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.08/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan Musyarokah adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud.

ii. Mudharabah

Yaitu kerjasama dengan sahibul maal memberikan dana kepada mudharib yang memiliki keahlian. Jenis usaha yang memungkinkan untuk diberikan pembiayaan

adalah usaha-usaha kecil seperti pertanian, industry rumah tangga dan perdagangan. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.07/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan Mudharabah adalah bentuk kerjasama anatara dua atau lebih pihak dimana salah satu pihak mempercayakan sejumlah modal kepada pihak lain yang bertindak sebagai pengelola (Mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

iii. Mudharabah muqayadah

Pada dasarnya sama pada pernyataan diatas. Perbedaannya adalah terletak pada adanya pembatasan penggunaan modal sesuai dengan permintaan pemilik modal.

1) Pelayanan Jasa

Akad ini dioperasionalkan dengan pola sebagai berikut:

a) Alih utang-piutang (Al-Hiwalah), yaitu transaksi pengalihan utang-piutang 22 Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO. 12/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan Hiwalah adalah transaksi pengalihan utang- piutang. Koperasi mendapatkan ganti biaya atas jasa pemindahan utang-piutang.[19]

[19] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 172

b) Gadai (Rahn), untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada koperasi syariah dalam memberikan pembiayaan. Berdasrkan ftwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.25/DSN-UI/III/2002. Menyatakan bahwa rahn adalah pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan, utang dalam bentuk rahn diperbolehkan.

c) Al-Qardh merupakan pinjaman kebaikan untuk digunakan membantu keuangan anggota secara cepat dan berjangka pendek.berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) N0.19/DSN-MUI/IV/2001. Menyatakan al-qardh adalah pinjaman yang diberikan kepada anggota yang memerlukan.

d) Wakalah adalah penyerahan atau pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada yang lain dalam hal yang diwakilkan. Wakalah juaga berarti perlindungan, pencukupan, tanggungan. Jasa ini timbul dari hasil pengurusan sesuatu hal yang dibutuhkan anggotanya dimana anggota mewakilkan urusan tersebut kepada koperasi. Contohnya: pengurusan SIM, STNK dll. Berdasrkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) N0.10/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan wakalah adalah pelmpahan kekuasaan (pekerjaan) dari anggota kepada koperasi syariah dan atas jasanya tersebut koperasi syariah berhak meminta imbalan tertentu.

e) Kafalah (penjaminan) adalah yang dilakukan koperasi syariah kepada anggotanya dengan tujuan mendapatkan fasilitas dari pihak lain dan anggota memberikan imbalan dalam bentuk fee/ujroh. Berdasrkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO.11/DSN-MUI/IV/2000. Menyatakan bahwa dalam kafalah terdapat pengalihan tanggung jawab anggota kepada koperasi syariah dan atas jasanya koperasi syariah berhak meminta imbalan.

7. Syarat Usaha Koperasi Syariah

Dalam operasionalnya, koperasi ini harus memenuhi beberapa syarat tertentu yang telah ditetapkan, yaitu:

a. Semua kegiatan dalam koperasi ini merupakan kegiatan usaha yang halal, baik, bermanfaat, dan menguntungkan dengan sistem bagi hasil.
b. Koperasi ini harus menjalankan fungsi dan perannya sebagai badan usaha sebagaimana disebutkan dalam sertifikasi usaha koperasi.
c. Setiap usaha yang dijalankan oleh koperasi ini harus mengacu pada fatwa dan ketentuan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
d. Setiap usaha yang dijalankan oleh koperasi ini tidak boleh bertentangan dengan peratura Undang-Undang yang berlaku di Indonesia.

Adapun untuk pembentukan Koperasi Jasa Keuangan Syariah harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a. Pembentukan harus disetuji oleh rapat anggota Koperasi yang bersangkutan dan ditetapkan dalam anggaran dasarnya.

b. Pengurus Koperasi yang sudah berbadan hukum tetapi belum mencantumkan kegiatan jasa keuangan syariah didalam anggaran dasarnya, apabila akan melakukan kegiata dibidang jasa keuangan syariah, wajib mengajukan permohonan pengesahan perubahan anggaran dasarnya kepada pejabat dengan mencantumkan usaha jasa keuangan syariah didalam anggaran dasarnya.
c. Pembentukan unit jasa keuangan syariah dilaksanaka sesuai denga ketentuan dalam peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 1994 tentang persyaratan dan tata cara pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar Koperasi serta keputusan Menteri Nomor 104.1/Kep/MKUKM/X/2002 tentang petunjuk pelaksanaan pembentukan, pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar Koperasi.
d. Perlu diketahui pula bahwa pengajuan permohonan pengesahan unit jasa keuangan syariah harus disertai lampiran sebagai berikut:
    1) Hasil keputusan rapat anggota yang menyetujui pembentukan jasa keuangan syariah dan anggaran dasar.
    2) Surat bukti setor modal awal 34 Andri Soemitro, Bank
    3) Penempatan dana untuk dikel ola dengan manajemen pembukuan.
    4) Rencana kerja sekurang-kurangnya 1 Tahun
    5) Administrasi dan pembukuan Koperasi
    6) Nama dan riwayat hidup pengurus, pengawas, dewan syariah dan calon pengelola

7) Surat perjanjian kerja antara pengurus Koperasi dengan pengelola/manajer/direksi
8) Keteangan mengenai rencana kerja.

8. Pengelolaan Pendapatan Koperasi Syariah

Pembagian SHU (sisa hasil usaha) dan pendapatan Koperasi Syariah, adalah sebagai berikut:

a. Pembagian dan penggunaan sisa hasil usaha (SHU) Koperasi Syariah harus diputuskan oleh Rapat Anggota.
b. Pembagian SHU sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) setelah dikurangi dana cadangan dipergunakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebagai berikut:
    1) Dibagikan kepada anggota secara adil berimbang berdasarkan jumlah dana yang tertanamkan sebagai modal sendiri pada koperasi dan nilai transaksi.
    2) Membiayai pendidikan dan latihan serta peningkatan keterampilan bagi pengurus, pengawas, pengelola dan karyawan koperasi.
    3) Insentif bagi pengelola dan karyawan.
    4) Keperluan lain dalam menunjang kegiatan koperasi.
    5) Pembagian dan penggunaan SHU dilakukan dengan memasukkan komponen kewajiban (potongan) zakat atas Badan Usaha Koperasi dan zakat atas perorangan sebelum dibagikan kepada anggota yang bersangkutan.

6) Pendapatan Koperasi Syariah setelah dikurangi biaya penyelenggaraan kegiatan unit yang bersangkutan dipergunakan untuk keperluan sebagai berikut:
   a) Dibagikan kepada anggota secara berimbang berdasarkan nilai transaksi.
   b) Pemupukan modal Koperasi Syariah.
   c) Membiayai kegiatan lain yang menunjang Koperasi Syariah, sebagai berikut: bagian untuk koperasinya, anngota yang bertransaksi, dan zakat.

9. Pengertian Koperasi Konsumen Syariah

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Koperasi konsumen Syariah dalah koperasi yang melaksanakan kegiatan bagi anggota dalam rangka penyediaan barang atau jasa yang dibutuhkan anggota. Biasanya koperasi ini menjual dan menyediakan berbagai jenis kebutu han harian seperti kebutuhan pokok sehingga sekilas tampak seperti toko biasa serta keuntungan dibagikan kepada anggotanya yang operasionalnya dilandaskan atas prinsip-prinsip syariah

B. Unit Usaha

1. Pengertian Unit Usaha

Usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu

maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.

Usaha kecil, menurut surat edaran Bank Indonesia No. 26/1/UKK tanggal 29 Mei 1993 perihal Kredit Usaha Kecil (KUK) adalah usaha yang memiliki total aset maksimum Rp 600 juta (enam ratus juta) tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil ini meliputi usaha perseorangan, badan usaha swasta, dan koperasi, sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp 600 juta.[20]

Sedangkan berdasarkan UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan, seperti kepemilikan yang diatur dalam Undang-undang ini.

Usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Sistem pembukaan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukaan standar. Kadang kala pembukaan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai usaha kerjanya.
b. Modal terbatas.
c. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih cenderung terbatas.

2. Pengertian Manajemen Unit Usaha

[20] Surat Edaran Bank Indonesia No. 26/1/UKK Tanggal 29 Mei 1993 Perihal Kredit Usaha Kecil (KUK)

Istilah manajemen berasal dari bahasa perancis kuno, management, yang memiliki artiseni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal. Marry Parker Follet misalnya, mendefinisikan manajemen unit usaha sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan unit usaha.[21]

Para ahli memiliki pandangannya masing- masing dalam mendefinisikan manajemen, diantaranya James A.F. Stoner yang mendefinisikan manajemen unit usaha sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, dan penggunaan sumber daya lainnya agar mencapai tujuan unit usaha yang telah ditetapkan.[22]

3. Prinsip-prinsip Manajemen Unit Usaha

Prinsip dalam manajemen bersifat lentur, dalam arti perlu dipertimbangkan sesuai dengan kondisi-kondisi khusus serta situasi-situasi yang berubah. Menurut Henry Fayol pencetus teori manajemen yang berasal dari perancis, prinsip-prinsip umum manajemen unit usaha terdiri 15 atas :[23]

a. Pembagian kerja (division of work)
b. Wewenang dan tanggung jawab (authority and responsibility)
c. Disiplin (discipline)
d. Kesatuan perintah (unity of command)

---

[21] Mary Parker Follett. "*Dynamic Administration: The Collected Papers of Mary Parker Follett*." Edited by Henry C. Metcalf and L. Urwick, 1941. hal 77

[22] James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. "*Management*."Prentice Hall, 1995. hal 45

[23] Henri Fayol, *General and Industrial Management*, translated by Constance Storrs (London: Pitman Publishing, 1949) hal 43

e. Kesatuan pengarahan (unity of direction)

f. Mengutamakan kepentingan organisasi

g. Penggajian pegawai

h. Pemusatan (centralization)

i. Hierarki (tingkatan)

j. Ketertiban (order)

k. Keadilan dan kejujuran

l. Stabilitas kondisi karyawan

m. Prakarsa (inisiative)

n. Semangat kesatuan, semangat korps

Sedangkan Douglas merumuskan prinsip-prinsip manajemen unit usaha sebagai berikut:[24]

a. Memprioritaskan kepentingan

b. tujuan di atas kepentingan pribadi dan kepentingan mekanisme kerja

c. Mengkoordinasikan wewenang dan tanggung jawab

d. Memberikan tanggung jawab pada personil sekolah hendaknya sesuai dengan sifat-sifat dan kemampuannya

e. Mengenal secara baik faktor-faktor psikologis manusia

f. Relatifitas nilai-nilai

4. Fungsi Manajemen Unit Usaha

[24] Douglas McGregor, *The Human Side of Enterprise* (New York: McGraw-Hill, 1960) hal 17

Secara garis besar dapat dipahami bahwa seluruh kegiatan manajemen tidak dapat terlepas dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi. Penjelasan mengenai fungsi-fungsi manajemen adalah sebagai berikut:

a. Planning (perencanaan)

Perencanaan adalah penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Stoner, planning adalah proses menetapkan sasaran dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai sasaran.

Keberadaan suatu rencana sangat penting bagi organisasi karena rencana berfungsi untuk:

1) Menjelaskan dan merinci tujuan yang ingin dicapai
2) Memberikan pegangan dan menetapkan kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.
3) Organisasi memperoleh standar sumber daya terbaik dan mendayagunakannya sesuai tugas pokok yang telah ditetapkan
4) Menjadi rujukan anggota organisasi dalam melaksanakan aktifitas yang konsisten sesuai prosedur dan tujuan
5) Memberikan batas wewenang dan tanggung jawab bagi seluruh pelaksana
6) Memonitor dan mengukur berbagai keberhasilan secara internship sehingga bisa menemuan dan memperbaiki penyimpangan secara dini

7) Memungkinkan untuk terpeliharanya persesuaian antara kegiatan internal dan situasi eksternal
8) Menghindari pemborosan

b. Organizing (pengorganisasian)

Mengorganisasikan adalah proses mengatur, mengalokasikan dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya di organisasi untuk mencapai tujuan unit usaha. Stoner menyatakan bahwa mengorganisasikan adalah proses mempekerjakan dua orang atau lebih untuk bekerjasama dengan cara terstruktur guna mencapai sasaran spesifik atau atau beberapa sasaran.

Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan membagi kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakuakan dengan cara menetukan tugas yang harus dikerjakan, pekerja yang harus mengerjakannya, pengelompokan tugas-tugas tersebut, orang- orang yang bertanggung jawab atas tugas tersebut dan tingkatan yang berwenang untuk mengambil keputusan.

c. Actuating (pelaksanaan)

Actuating adalah kegiatan yang menggerakkan dan mengusahakan agar para pekerja melakukan tugas dan kewajibannya para pekerja sesuai dengan keahlian dan proporsinya segera melaksanakan rencana dalam

aktivitas konkret yang diarahkan pada tujuan yang telah ditetapkan, dengan selalu mengadakan komunikasi, hubungan kemanusiaan yang baik, kepemimpinan yang efektif, memberikan motivasi, membuat perintah dan intruksi serta mengadakan supervise dengan meningkatkan sikap dan moral setiap anggota kelompok. Dengan demikian, dalam actuating terdapat hal-hal sebagai berikut :

1) Penetapan start pelaksanaan rencana kerja
2) Pemberian contoh tata cara pelaksanaaan kerja dari pimpinan.
3) Pemberian motivasi para pekerja untuk segera bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing.
4) Pengomunikasian seluruh arah pekerjaan dengan semua unit kerja.
5) Pembinaan para pekerja.
6) Peningkatan mutu dan kualitas kerja.

d. Controling (pengawasan)

Controling atau pengawasan dan pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, mengadakan koreksi terhadap segala hal yang telah dilakukan oleh bawahan sehingga dapat diarahkan kejalan yang benar sesuai dengan tujuan. Langkah-langkah pengawasan adalah sebagai berikut :

1) Memeriksa
2) Mengecek

3) Mencocokkan

4) Mengintropeksi

5) Mengendalikan

6) Mengatur

7) Mencegah sebelum terjadi kegagalan

Pengawasan dibagi 3, yaitu : (1) pengawasan yang bersifat top down, yakni pengawasan yang dilakukan dari atasan langsung kepada bawahan; (2) bottom up, yaitu pengawasan yang dilakukan daru bawahan kepada atasan; (3) pengawasan melekat, yaiu pengawasan yang termasuk pada self control, yaitu atasan ataupun bawahan senantiasa mengawasi dirinya sendiri. Pengawasan ini lebih dititikberatkan pada kesadaran pribadi, intropesi diri, dan upaya menjadi suri tauladan bagi orang lain.

Pengawasan yang lebih baik adalah pengawasan dalam arti pembinaan dan pemberdayaan, sehingga dalam menjalankan fungsi pengawasan, seluruh personalia organisasi memiliki rasa pengabdian, komitmen, dan loyalitas yang tinggi pada pekerjaan dan organisasi tempatnya pekerjaan.

Pengawasan juga merupakan pengamatan terhadap seluruh kegiatan para pekerja dilihat dari relevansinya dengan perencanaan dan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, dalam pengawasan terdapat kegiatan berikut :

1) Pengamatan terhadap kinerja seluruh pegawai

2) Pembinaan terhadap pegawai

3) Penelusuran relevansi kerja dengan perencanaan

4) Pemerhatian arah pekerjaan dengan tujuan yang telah ditetapkan

5) Kontrol terhadap kualitas dan kuantitas

6) Efektivitas pelaksanaan kegiatan

7) Efisiensi penggunaan anggaran

8) Perbandingan hasil kerja masa lalu dengan masa yang sedang dikerjakan sebagai bahan evaluasi.

e. Evaluating (mengevaluasi)

Mengevaluasi artinya menilai semua kegiatan untuk menemukan indikator yang menyebabkan sukses atau gagalnya pencapaian tujuan, sehingga dapat dijadikan bahan kajian berikutnya. Dirumuskan solusi alternatif yang dapat memperbaiki kelemahan- kelemahan yang ada dan meningkatkan kualitas keberhasilan pada masa yang akan datang. Evaluasi sebagai fungsi manajemen merupakan aktivitas untuk meneliti dan mengetahui pelaksanaan yang telah dilakukan di dalam proses keseluruhan organisasi untuk mencapai hasil sesuai dengan rencana atau program yang telah ditetapkan dalam rangk pencapaian tujuan. Dengan mengetahui berbagai kesalahan atau kekurangan, perbaikan selanjutnya dapat dilakukan dengan mudah, dan dapat dicari problem solving yang tepat dan akurat.[25]

5. Pengertian Unit Usaha Syariah

[25] Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. *Management*. 6th ed. Prentice Hall, 1995. hal 23

Pengertian UUS menurut Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yaitu, Unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank UmumKonvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau EKANBA unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yangberfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.

UUS merupakan unit usaha yang dilakukan berlandaskan prinsip-prinsip syariah dilakukan atau dikelola melalui bank umum konvensional. Hal ini terwujud melalui adanya Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (Prinsip Syariah dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lintas pembayaran.

C. Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi

Dalam kamus besar bahasa indonesia (KKBI) strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.[26] Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratus” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk

[26] Departement Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal.1529

mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.[27]

Strategi adalah pendekatan swacara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.[28]

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha.

Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaran

a. Menurut Mahmud Mach Foedz bahwa perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barangg atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.[29]

---

[27] Departement Pendidikan Nasional, hal. 65

[28] Lawrence R. jauch dan William F. glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1998), hal. 12

[29] Mahmud Machfoedz, *Pengembangan Usaha dan Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005), hal. 45.

b. Menurut Hughes dan Kapoor bahwa perkembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.[30]

c. Menurut Glos, Steade dan Lawry bahwa pengembangan usaha adalahjumlah seluruh kegiatan yang telah diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki kualitas hidup mereka.[31]

Berdasarkan beberapa penjelasan terkait pengembangan usaha maka dapat disimpulkan bahwasannya pengembangan usaha merupakan bagian dari tanggung jawab dari para pengusaha atau instansi dalam menghasilkan produk atau jasa yang diperlukan masyarakat dengan upaya didasari inovasi, motivasi, kreativitas, visioner, dan memahami kondisi pasar dengan tujuan meningkatkan kualitas usaha.

3. Faktor Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan usaha, pasti memiliki keinginan untuk mencapaI keberhasilan.

Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industri/perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila dimiliki:

a. Faktor Pokok

---

[30] Robert J. Hughes and Jack R. Kapoor, *Business: Its Nature and Environment*, 4th ed. (Cincinnati: South-Western College Pub., 1998), hal. 78.

[31] Richard E. Glos, Davis D. Steade, and K. David Lawry, *Business: Its Nature and Environment* (Cincinnati: South-Western Publishing Co., 1976), hal. 112.

1) Modal digunakan untuk membangun suatu aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan lain sebagainya agar dapat menjalankan kegiatan industri. Modal bisa berasal dari dalam suatu negara serta dari luar negeri yang disebut juga sebagai penanaman modal asing (PMA).
2) Tenaga kerja dengan jumlah dan standar kualitas yang sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian tentu akan membuat industri tersebut menjadi lancar dan mampu berkembang di masa depan.
3) Bahan mentah atau bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti.
4) Transportasi sarana sangat dibutuhkan suatu industri baik untuk mengangkut bahan mentah ke lokasi industri.
5) Sumber energi tenaga industri yang modern memerlukan sumber energi tenaga untuk dapat menjalankan berbagai mesin-mesin produksi, menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan-kendaraan industri dan lain sebagainya. Sumber energi dapat berwujud dalam berbagai bentuk seperti bahan bakar minyak, batu bara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan lain sebagainya.
6) Marketing pemasaran hasil output produksi, pemasaran produk hasil keluaran produksi haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan profit yang diharapkan

b. Faktor Penunjang Faktor Pendukung

1) Kebudayaan masyarakat sebelum membangun dan menjalankan kegiatan industri sebaiknya patut dipelajari mengenai adatistiadat, norma, nilai, kebiasaan, dan lain sebagainya yang berlaku di lingkungan sekitar.
2) Teknologi dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan dapat membantu industri untuk dapat memproduksi dengan lebih efektif dan efisien serta mampu menciptakan dan memproduksi barang-barang yang lebih modern dan berteknologi tinggi.
3) Pemerintah, Pemerintah adalah bagian yang cukup penting dalam perkembangan suatu usaha karena segala peraturan dan kebijakan perindustrian ditetapkan dan dilaksanakan oleh pemerintah beserta aparat-aparatnya.
4) Dukungan masyarakat semangat masyarakat untuk mau membangun daerah atau negaranya akan membantu usaha di sekitarnya. Masyarakat yang cepat beradaptasi dengan pembangunan baik di desa dan di kota akan sangat mendukung sukses suatu usaha.
5) Kondisi alam, kondisi alam yang baik serta iklim yang bersahabat akan membantu uaha memperlancar kegiatan usahanya. Di Indonesia memiliki iklim tropis tanpa banyak cuaca yang ekstrim sehingga kegiatan produksi rata-rata dapat berjalan dengan baik sepanjang tahun.
6) Kondisi perekonomian, pendapatan masyarakat yang baik dan tinggi akan meningkatkan daya beli masyarakat untuk membeli produk

industri, sehingga efeknya akan sangat baik untuk perkembangan usaha.

d. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melaksanakan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melaksanakan pengembangan kegiatan usaha ini melewati langkah-langkah pengembangan usaha sebagai berikut:

1) Memiliki Ide Usaha

Tahap pertama bisnis seorang wirausaha bermula dari suatu ide usaha.Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha bisa bermula dari berbagai sumber atau informasi. Ide usaha bisa mucul dikarenakan adanya sense of bussiness yang kuat dari seorang pebisnis. Ide usaha bisa timbul setelah melihat keberhasilan bisnisorang lain dengan pemantauan.

2) Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Untuk langkah berikutnya, seorang pebisnis akan mengungkapkan ide atau gagasan di dalam konsep usaha yang menjadi tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal ataupun yang dilakukan dengan informal.

3) Pengembangan Rencana Usaha (Business Plan)

Pebisnis yaitu orang yang menjadikan penggunaan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Komponen khusus atau utama

pada perencanaan usaha yang baru dikembangkan seorang pebisnis atau wirausahawan yaitu penjumlahan atau perhitungan proyeksi laba/rugi dari bisnis usaha yang dilakukan. Dalam menyusun atau membuat rencana usaha (business plan), para pebisnis atau wirausahawan mempunyai perbedaan saat membuat rincian rencana usaha, Proyeksi laba-rugi adalah muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang sudah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis seterusnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Seorang wirausahawan menjadikan rencana usaha sebagai panduan pada pelaksanaan usaha yang bakal dilakukan. Pada kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha bakal mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha

e. Unsur-Unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 unsur yaitu:

1) Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)
2) Adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.

3) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain- lain.
4) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
5) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)
6) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
7) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
8) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha.
9) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.
10) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Hal ini juga bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen. Namun sebaliknya, sebuah jajaran produk yang sedikit memungkinkan untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternative untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa dibandingkan dengan keahlian yang seksama.

f. Indikator Pengembangan Usaha

Berikut adalah indikator dari pengembangan usaha menurut Fathorrahman terdiri dari :

1) Modal Usaha

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambahkan kekayaan". Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis.

2) Peningkatan Keuntungan

Dengan mencapai keuntungan yang maksimal dapat meningkatkan juga pendapatan usaha dari hasil operasi/kegiatan usaha dan akan mengalami perkembangan yang positif.

3) Peningkatan jumlah pelanggan

Meningkatkan jumlah pelanggan akan berimbas pada meningkatnya jumlah penjualan produk.

4) Peningkatan kualitas produk

Peningkatan kualitas produk yang dihasilkan maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

5) Peningkatan jumlah karyawan

Peningkatan Jumlah karyawan yang mampu bekerja secara efektif dan efisien dan memberikan kinerja dan prestasi kerja yang memuaskan bagi usah sehingga bisa mewujudkan tujuan usaha.

f. Strategi Pengembangan Usaha secara Umum

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa strategi, diantaranya adalah :

1. Perluasan Skala Usaha

   Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (economics of scale). Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (diseconomics of scale), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan cakupan usaha (economics of scope).

   Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:

1) Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
2) Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
3) Menambah lokasi usaha ditempat lain. Ketika skala usaha sudah berkembang dititik tertinggi, pengembangan skala usaha harus dihentikan. Sebagai gantinya usaha dapat dikembangkan dengan menambah cakupan usaha.

2. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda.

g. Strategi Pengembangan Usaha dalam Perspektif Syariah

Strategi pengembangan usaha sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi- strategi yang berhubungan dengan keuangan

Pengembangan unit usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pantauan pelaksanaan

peluang pertumbuhan unit usaha. Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.27

Di dalam islam, sebuah bisnis harus memperhatikan prinsip- prinsip dalam bermuamalah, diantarnya adalah :

1) Setiap muamalah pada dasarnya adalah mubah kecuali ada dalil yang mengharamkannya
2) Mendatangkan kemaslahatan dan menolak kemudharatan
3) Keseimbangan antara yang transendent dan immanent;
4) Keadilan dengan mengenyampingkan kezaliman.

Namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya

M Suyanto dalam bukunya Muhammad Business Strategy and Ethics menyebutkan beberapa strategi bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah, di antaranya: [32]

[32] Muhammad Suyanto, *Business Strategy and Ethics* Yogyakarta: Andi Offset, 2008),hal 170

a) Strategi operasi, yaitu Strategi operasi berkait dengan fasilitas dan peralatan, sumber daya dan perencanaan serta pengendalian operasi.
b) Strategi pemasaran, strategi ini meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Pasar yang menonjol pada masa Rasulullah adalah pasar konsumen. Untuk pemasaran produk konsumen, variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografi, segmentasi perilaku dan segmentasi manfaat.
c) Strategi sumber daya manusia. Strategi pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan Nabi Muhammad meliputi merencanakan dan menarik sumber daya manusia yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia agar berkualitas, menilai kinerja sumber daya manusia, memberikan motivasi dan memelihara sumber daya manusia yang berkualitas.
d) Strategi keuangan. Strategi keuangan Nabi Muhammad SAW bertujuan pemanfaatan sumber daya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera di bawah perlindungan Allah. Prinsip transaksi bisnis tersebut meliputi prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip kepercayaan, prinsip sewa dan prinsip kebajikan.

Dari beberapa uraian diatas strategi bisnis juga menerapkan berbagai prinsip didalamnya. Hal ini sangat penting, tanpa disertai prinsip yang kuat dalam menjalankan strategi bisnis, tentu saja sangat berpengaruh pada hasil yang dicapai.

Dalam pengaplikasian prinsip strategi bisnis banyak digunakan sebagai pedoman atau arahan yang harus benar-benar diperhatikan dalam menjalankan strategi bisnis tersebut

D. Minimarket

Minimarket atau yang biasa di sebut ritel berasal dari bahasa prancisritellier. Yang berarti memecah sesuatu secara harfiah kata ritel atau retail juga berarti pengecer atau pengusaha pedagang eceran.menurut kamus, kata ritel ditafsirkan sebagai “selling of goods and or services to the public” atau penjualan barang atau jasa kepada kyalayak, atau keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk di gunakan oleh mereka sendiri, keluarga atau rumah tangganya. Sementara itu, Davidson memberikan gambaran tentang bisnis retail sebagai “business establisbment that derives over 50% of its total sales volume to ultimate consumerswhose motive of purchaseis for personal or family use” atau suatu institusi atau kegiatan bisnis yang lebih dari 50% dari total penjualannya merupakan penjualan kepada

konsumen akhir yang movasi belanjanya adalah untuk kepentingan pribadi atau keluarganya.[33]

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau tuntunan yang terjadi interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik serta kepuasan pelanggan. Layanan jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu[34]

Sementara itu, pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Umumnya pemasaran setiap produk melalui tahapan yang terdapat dalam siklus kehidupan usaha produk, yang terdiri dari tahapan pengenalan (introduction), tahapan pengembangan (growth), tahapan pematangan (maturity), dan tahapan penuaan/penurunan (decline).[35]

---

[33] Asep ST sujana dan Andriansyah (jakarta raih asa sukses (penebar swadaya grub), 2012

[34] Jurnal, hubungan kwa pelayanan dengan kepuasan konsumen mini market alfamart brawijaya, Millah Durriah, I Ketet Mustika,(Universitas Jember)

[35] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1987), 289.

1. Tahapan pengenalan

   Tahap yang paling awal dari masa hidupnya suatu produk dimulai dari suatu tahap yang disebut sebagai tahap pengenalan. Pada masa ini produk tersebut baru diperkenalkan oleh pengusaha kepada masyarakat. Pada masa lalu atau tahap pengenalan ini tentu saja akan berlangsung alot karena memang sukar untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen sehingga masyarakat menjadi kenal akan produk tersebut. Ciri khusus tahap ini adalah pertumbuhan penjualan yang lamban dan labanya masih rendah atau terkadang rugi. Rendahnya laba atau kerugian itu disebabkan karena harus menutupi biaya promosi dan distribusi yang tinggi, padahal tingkat penjualann masih relatif rendah.

2. Tahap Pengembangan

   Tahap berikutnya adalah tahap pengembangan, di mana pada tahap ini merupakan kelanjutan dari tahap pengenalan yang berhasil. Setelah anggota masyaraka yang mengenal akann produk itu maka diharapkan masyarakat tersebut akan menjadi menyenangi produk tersebut dan apabila hal ini terjadi maka produk tersebut akan berada pada tahap pertumbuhan. Tahap ini ditandai oleh adanya jumlah penjualan yang meningkat terhadap produk, itulah sebabnya lalu disebut sebagai tahap perkembangan atau tahap pengembangan (growth).[36]

3. Tahap Pematangan

[36] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 204-205.

Tahap berikutnya lagi adalah menginjak pada tahap kedewasaan atau maturity. Tahap ini menunjukkan adanya masa kejenuhan di masa msyarakat atau konsumen sudah jenuh sehingga akan menjadi sukar untuk meingkatkan penjualan produk tersebut. oleh karena itu maka pada tahap ini garafik penjualan pada siklus kehidupan produk itu tidak sepesat seperti tahap sebelumnya. Pada masa pematangan ini tingkat pertumbuhan menjadi sangat kecil, masih berkembang akan tetapi sangat rendah dan tidak setinggi seperti pada tahap sebelumnya yaitu tahap pertumbuhan.

4. Tahap Penurunan

Tahap yang terakhir adalah tahap penurunan atau decline. Dalam tahap ini masyarakat sudah tidak lagi menyenangi produk tersebut sehingga penjualan akan segera merosot tajam. Hal ini akan terjadi apabila pengusaha tidak mampu lagi untuk mempertahankan produknya pada tahap pematangan. Karena pengusaha sudah tidak mampu lagi mempertahankannya tentu saja akan masuk pada tahap penurunan dan selanjutnya produk tersebut harus ditarik dari peredaran bisnis karena sudah tidak menguntungkan lagi memasarkan produk tersebut.[37]

E. Pendapatan

Pendapatan merupakan terjemahan dari revenue. Pendapatan dan keuntungan atau laba merupakan komponen dari penghasilan (income). Untuk perusahaan pada umumnya pendapatan berasal dari kegiatan utama yang tercermin pada

[37] Ibid., 207

penjualan out put (produk dan jasa) perusahaan, yang berarti dinyatakan dalam jumlah aliran masuk kotor, sedangkan gains pada umumnya berasal dari bukan kegiatan utama misalnya capital gain dari penjualan investasi tau laba dari penjualan aktiva tetap.[38]

F. Kajian terdahulu

1. Strategi Pengembangan Usaha Minimarket di Koperasi Mahasiswa (Studi Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Sebelas Maret) . Oleh Joko Widodo 2017[39]

   Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan dengan observasi,wawanara dan kajian dokumen. Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran Minimarket Kopma UNS yaitu dengan berbagai promosi untuk menarik minat konsumen, Strategi manajemen barang dagangan yang diterapkan yaitu per unit karena kebutuhan masing-masing unit berbeda, Pengelolaan keuangan minimarket tersentral di pusat yaitu pada manajer keuangan dan staf koordinator keuangan, Strategi pengelolaan sumber daya manusia pada minimarket yang diterapkan yaitu setiap tenaga kerja mendapatkan jobdesk yang jelas yang tertuang dalam SOP dan jobdesk, Selain ke empat aspek tersebut terdapat kebijakan terkait pengembangan usaha yaitu pengkarakteristikan dan pemantapan manajemen sebelasmart serta ekspansi dengan membuka cabang sebelasmart dan berani menutup usaha yang merugikan.

---

[38] Sofyan Syafri Harahap, *Teori akuntans*i, Edisi Revisi, cetakan Kedua belas: Raja Garfindo Persada, Jakarta 2012, hal 244)

[39] Joko widodo, *Strategi Pengembangan Usaha Minimarket di Koperasi Mahasiswa (Studi Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Sebelas Maret),*2017

Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan terhadap unit usaha konvensional yaitu Minimarket Koperasi Mahasiswa Universitas Sebelas Maret, sedangkan penelitian yang penulis lakukan terhadap unit usaha syariah yakni Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi

2. Analisis Strategi Unit Usaha Pesantren dalam Meningkatkan Kesejahteraan Guru dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi pada Pondok Pesantren Modern Al-Kinanah Jambi). Oleh Halimah Azhar. 2023.[40]

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT pada strategi dalam meningkatkan ekonomi pesantren dan kesejahteraan guru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pondok pesantren dalam meningkatkan kesejahteraan guru adalah dengan mengadakan unit usaha, unit usaha laundry, kantin dan waserda. Unit usaha kantin menjadi sarana tunjangan tambahan untuk guru secara langsun. Pandangan maqashid syariah bahwa pondok pesantren modern al-kinanah telah memenuhi indikator kesejahteraan hifzu ad-din, hifzu an-nafs, hifzu al-aql, hifzu an-nashl dan hifzu al- maal. Kendala unit usaha dalam meningkatkan kesejahteraan guru terdapat pada lokasi unit usaha yang tidak strategis selain berdampak pada konsumen yang sulit meraih tempat juga

Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ini meneliti strategi keseluruhan unit usaha seperti; unit usaha laundry, kantin dan waserda.

---

[40] Halimar azhar, A*nalisis Strategi Unit Usaha Pesantren dalam Meningkatkan Kesejahteraan Guru dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi pada Pondok Pesantren Modern Al-Kinanah Jambi*) ,Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen Vol.1, No.4 Oktober 2023

Sedangkan penelitian yang penulis lakukan hanya berfokus pada strategi unit usaha minimarket saja.

3. Strategi Unit Usaha Laundry dalam Menopang Pendapatan Koperasi Syariah Barokah. Oleh Devin Devianti. 2022 [41]

   Pada penelitian ini unit usaha lundry sebagai salah satu unit usaha yang memberikan pendapatan lebih banyak bagi Koperasi Syariah Barokah sehingga diperlukannnya strategi untuk mempertahankan unit usaha laundry tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi unit usaha laundry dalam mempertahankan pendapatan Koperasi Syariah Barokah adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, baik dikoperasi maupun dilaundry, sehingga dapat menarik konsumen untuk menjadi pelanggan bagi laundry, karena laundry merupakan salah satu unit usaha pada koperasi yang lebih banyak pendapatan, sehingga dengan mempertahankan koperasi maka laundry juga harus dipertahankan. Seperti yang kita lihat memang benar laundry adalah peluang besar bagi koperasi dibandingkan sector usaha lainnya. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini hanya berfokus pada strategi dalam menopang pendapatan. Sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan berfokus pada penyebab penurunan pendapatan dan strategi untuk meningkatkan pendapatan.

[41] Devin Devianti, *Strategi Unit Usaha Laundry dalam Menopang Pendapatan Koperasi Syariah Barokah*, IAIN Curup, 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, artinya penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya tingkah laku, cara pandang. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena data penelitian penulis bersifat deskriptif sehingga tidak melibatkan angka atau statistik. Dengan kata lain metode penelitian yang penulis gunakan berusaha mengkaji atau menggambarkan secara mendalam dari fenomena yang dikaji. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).[42]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini mengambil lokasi pada usaha Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi yang berlokasi di Jalan Veteran No. 144, Puhun tembok, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi. Penulis mengambil lokasi ini dikarenakan sebelumya penulis sudah melakukan pra penelitian terlebih dahulu yang akhirnya penulis mendapatkan bahwa lokasi tersebut memiliki karakteristik

[42] Syamsir Salam, *Metodelogi Penelitian Sosial* (Jakarta: UIN Jakarta Prees, 2006), hal.13

dan permasalahan yang ingin penulis teliti. Waktu dalam penelitian ini dimulai sejak 17 Oktober 2023 sampai selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

   Menurut Sugiyono, sumber data primer adalah sumber data utama yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini sumber data primer yang diperoleh langsung dari subyek, yaitu pengurus Koperasi Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi (Bapak Joni Afriadi ST, Ibu Indah Safitri A.Md, Ibu Yulinda Eka Putri, A.Md, Bapak Doni Ismail SE.)

2. Data Sekunder

   Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelititannya seperti buku atau literatur yang relevan dengan penelitian

D. Informan Penelitian

Informan penelitian dapat memberikan formasi situasi serta kondisi mengenai latar penelitian. Dalam menentukan penelitian informan penelitian ada dua macam yaitu informan kunci dan informan pendukung. Infroman dintunjuk sebagai sumber- sumber yang mampu memberikan informasi selengkap-lengkapnya serta relevan terhadap tujuan penelitian. Informan kunci yang dipilih sesuai dengan latar belakang yang dianggap mengetahui tentang strategi pengembangan unit usaha minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mohtar Bukitinggi yaitu Kepala Unit Simpan

Pinjam dan Pembiayaan (USPP) Ibuk Indah Safitri A.Md, Kepala Unit toko Ibu Yulinda Eka Putri A.Md, Kepala Unit IT Bapak Doni Ismail SE. Sedangkan informan pendukung yaitu karyawan dan pelanggan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

   Observasi adalah metode pengumpulan data penelitiaan yang digunakan untuk menghimpun data penelitian yang dimana penelitian tersebut bisa diamati oleh peneliti. Dalam arti data tersebut dihimpun melalui pengamatan menggunakan panca indra. Observasi non partisipan adalah peneliti tidak terlibat dan hanya pengamat independen saja.43

   Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen saja. Hal-hal yang peneliti observasi/amati antara lain, peneliti mengamati kondisi Minimarket Koperasi Konsumen Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi dan mengamati bagaimana strategi pengembangan unit usaha yang dilakukan oleh Minimarket Koperasi Konsumen Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

2. Wawancara

   Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata – kata secara verbal. Metode penelitian ini di gunakan untuk memperoleh data lapangan dengan mengajuka

pertanyaan – pertanyaan yang akan dijawab oleh responden penelitian, yaitu Manajer Bapak Jon Afriadi, Kepala Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan (USPP) Ibuk Indah Safitri, Kepala Unit toko Ibu Yulinda Eka Putri, Kepala Unit IT di Koperasi Syariah Rumah Sakit Amad Mochtar Bukittinggi

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Dalam penelitian ini teknik dokumentasi bertujuan untuk mencari, mengumpulkan, dan melengkapi data serta informasi yang yang berhubungan dengan masalah penelitian. Hasil penelitian berupa data foto dan informasi yang ada pada Koperasi Syariah Rumah Sakit Shmad Mochtar Bukittinggi. Data yang didapatkan tersebut untuk memperkuat apa yang di dapat dilapangan pada saat survei kuesioner.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Miles dan Huberman yang menyatakan bahwa, aktivitas dalam analisis dala kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.

Aktivitas dalam analisis data model Miles dan Huberman, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan yang tidak terpisahkan dari analisis data. Peneliti memilih data mana akan diberi kode, mana yang diatarik keluar, dan pola rangkuman sejumlah potongan atau apa pengembangan ceritanya merupakan pilihan analitis, reduksi data merupakan suatu bentuk mempertajam, memilih, memfokoskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam suatu cara, diamana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data "mentah" yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yan penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.[43]

b. Data Displey

Kegiatan utama kedua dalam tata alir kegiatan analisis data adalah display data. Display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya menganalisis data adalah model reduksi. Yang paling

[43] Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan,(Jakarta: Prenademedia, 2014), hlm. 407-409

sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Kesimpulan/Verifikasi

Kegiatan utama ketiga dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan/verifikasi. Sejak awal peneliti harus mengambil inisiatif, bukan membiarkan data menjadi rongsokan yang tidak bermakna. Reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi harus dimulai sejak awal, inisiatif berada ditangan peneliti, tahap demi tahap kesimpulan sudah dimulai sejak awal. Disamping itu perlu diingat pula antara reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan merupakan segitiga yang saling berhubungan. Dalam analisis data menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mohtar Bukittinggi

Dilihat dari pengertiannya, koperasi adalah sekumpulan orang yang bersama-sama membentuk suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan anggotanya. Hal ini sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa "Perekonomian disusun secara bersama-sama berdasarkan asas kekeluargaan". Untuk mewujudkan hal tersebut maka pada hari Kamis tanggal 29 Desember 1977 diambil keputusan dalam Rapat Pembentukan Koperasi yang dihadiri oleh 27 orang peserta rapat dan Direktur Rumah Sakit Umum Bukittinggi sebagai ketua rapat Para pendiri menyatakan telah mendirikan perkumpulan koperasi yang diberi nama "Koperasi Pegawai Pemerintah Rumah Sakit Umum Bukittinggi". Pada tanggal 12 Juli 1978, tepat pada hari ulang tahun Koperasi Nasional yang ke- "Koperasi Pegawai Negeri Sipil RSUD Bukittinggi" mendapat pengesahan sebagai Badan Hukum yang terdaftar dalam Daftar Umum Kantor Wilayah Koperasi Provinsi Sumatera Barat dengan Nomor: 1167/BH-XVII. Untuk mencapai maksud dan tujuan sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 Akta Pendirian Koperasi, yaitu meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kemajuan wilayah kerja pada umumnya serta dalam rangka mendorong terwujudnya masyarakat

yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila, Persatuan, Koperasi, Pegawai Negeri Sipil menyelenggarakan usaha sebagai berikut:

a. Mewajibkan dan mendorong anggotanya untuk menabung secara rutin di Koperasi secara teratur
b. Memberikan pinjaman kepada anggota untuk tujuan yang bermanfaat.
c. Mendistribusikan sembako yang dibutuhkan anggota.
d. Usaha lain yang berguna/bermanfaat bagi anggota, sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan pemerintah.

Berdasarkan Perubahan Anggaran Dasar KPN RSUD RSUD Dr. Achmad Mochtar Bukittinggi dimana pada tahun 2020 proses penyusunan Rancangan Anggaran Dasar dilakukan oleh Tim dan diminta masukan dan saran dari anggota untuk penyempurnaan dan menyelesaikan Perubahan AD. Selanjutnya perubahan Anggaran Dasar KPRI RSUD Dr.Achmad Mochtar Bukittinggi telah diproses oleh Notaris ZURLINA MERYANTI, SH, M.Kn dengan Nomor PAD 08 tanggal 15 Oktober 2021 dan SK KEMENKUMHAMRI Nomor AHU-0003192.AH.01.27.TAHUN 2021 tanggal 26 Oktober 2021, maka nama KPRI RSUD Dr. Achmad Mochtar Bukittinggi diubah menjadi Koperasi Konsumen Syariah (Kopsyah) Karyawan RSUD Dr. Achmad Mochtar Bukittinggi.

2. Perkembangan Usaha Minimarket Pada Koperasi Konsumen Syariah Rumah SakitAhmad Mohtar Bukittinggi

Pengembangan sebuah usaha dapat dilihat dari beberapa indikator. Melalui wawancara bersama Ibu Yulinda selaku Kepala Toko Minimarket didapati bahwa perkembangan usaha yang dilkukan oleh Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi yang dilihat dari beberapa indikator antara lain adalah [44]:

a. Modal Usaha

Modal usaha adalah jumlah uang atau aset yang dibutuhkan untuk memulai, mengoperasikan, dan mengembangkan suatu bisnis. Ini mencakup semua sumber daya finansial, termasuk uang tunai, pinjaman, investasi, serta aset fisik dan non-fisik lainnya yang digunakan untuk menjalankan aktivitas bisnis.

Modal usaha minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi pada awal berdirinya tahun 1980 sebesar 200.000.000 telah memainkan peran yang signifikan dalam pengembangan bisnis mereka. Dari wawancara bersama Ibu Yulinda, modal yang sudah dikeluarkan minimarket terhitung sampai tanggal 27 april 2024 adalah sebanyak Rp.3.300.000.000 untuk 3 cabang minimarket. Berikut tabel pertumbuhan modal usaha Minimarket Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Tabel 4.1

[44] Wawancara dengan Ibu Yulinda,Staff IT,Karyawan,Pelanggan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, Pada Tanggal 27 April 2024,Pukul 14-00 WIB

Pertumbuhan Modal Usaha Minimarket Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Tahun	Modal Usaha
2019	3.000.000.000
2020	3.076.000.000
2021	3.105.000.000
2022	3.220.450.000
2023	3.300.000.000

Sumber: laporan Rapat Anggaran Tahunan Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

b. Peningkatan Keuntungan

Peningkatan keuntungan merupakan tujuan utama bagi unit usaha minimarket dalam konteks Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi. Dengan mencapai keuntungan yang maksimal dapat meningkatkan juga pendapatan usaha dari hasil operasi/kegiatan usaha dan akan mengalami perkembangan yang positif. Berikut jumlah keuntungan bersih yang diperoleh Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit ahmad Mochtar Bukittinggi

Tabel 4.2
Tabel Peningkatan Keuntungan Bersih Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad mochtar Bukittinggi

Tahun	Pendapatan Minimarket	Keuntungan Bersih
2019	3.476.396.062	118.039.606
2020	2.473.996.193	17.799.619
2021	2.584.372.016	28.837.201
2022	4.030.506.016	173.450.602
2023	3.570.662.808	127.466.281

Sumber: laporan Rapat Anggaran Tahunan Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Berdasarkan tabel diatas keuntungan bersih yang diperoleh Minimarket tidak stabil bahkan mengalami penurunan pada 2020 dan 2021. Namun kembali memperoleh peningktan yang cukup jauh pada 2 tahun terakhir yakni tahun 2022 dan 2023

c. Peningkatan Jumlah Pelanggan

Peningkatan jumlah pelanggan menjadi fokus utama dalam upaya mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan akan memiliki dampak langsung terhadap pendapatan unit usaha minimarket. Peningkatan jumlah pelanggan tidak hanya mengacu pada peningkatan volume penjualan, tetapi juga pada upaya untuk memperluas pangsa pasar dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Dari wawancara bersama Ibu Yulinda, untuk jumlah pelanggan minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi ketika awal berdiri cukup mengalami peningkatan yang signifikan. Terlebih untuk tahun 2022 jumlah pelanggan jauh meningkat dari sebelumnya dilihat dari jumlah pendapatan yang juga jauh meningkat dari tahun2021 berjumlah 2.584.372.016 menjadi 4.030.506.016

d. Peningkatan Kualitas Produk

Peningkatan kualitas produk yang dihasilkan maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan konsumen untuk melakukan

pembelian. Melalui wawancara bersama salah satu pelangggan Minimarket, ibu Rina mengatakan "Sebagai pegawai RSAM dan Pelanggan Minimarket Koperasi Syariah Rumha Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi saya menilai untuk kualitas produk dari awal berkembang sampai sekarang pihak minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi selalu melakukan peningkatan kualitas terlebih untuk produk yang dijual selalu diincar oleh pelanggan antara lain seperti kebutuhan harian yang semakin bertambah banyak mereknya serta dilengkapi dengan kualitas produk yang baik pula dan pastinya terjamin kehalalannya".

Ibu Yulinda selaku Kepala Toko Minimarket mengatakan bahwasannya peningkatan kualitas produk yang dilakukan minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi adalah dengan pemilihan produk yang banyak diketahui masyarakat serta kualitas produk yang terbaik. Kepala Toko minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi harus memastikan bahwa produk yang dijual bersetifikat BPOM, tidak kadaluarsa, tidak mengandung bahan kimia berbahaya, dan diproses dengan baik sebelum digunakan. Dikarenakan pemilihan produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap manfaat produk sehingga tidak perlu adakekhawatiran saat dikonsumsi.

e. Peningkatan Jumlah Karyawan

Peningkatan Jumlah karyawan yang mampu bekerja secara efektif dan efisien dan memberikan kinerja dan prestasi kerja yang memuaskan bagi usaha sehingga bisa mewujudkan tujuan usaha. Dari wawancara bersama ibu Yulinda, dari awal berdiri sampai sekarang memang terjadi peningkatan jumlah karyawan. . Pada tahun 1980 awal berdiri, Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi hanya memiliki 3 karyawan ketika hanya cabang di IGD RSAM saja, kemudian sampai saat ini sudah memiliki 11 karyawan dikarenakan minimarket telah menambah cabang di 2 tempat yakni di Cindua Mato dan di Puhun Tembok

Tabel 4.3
Peningkatan Jumlah Karyawan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad mochtar Bukittinggi

Tahun	Jumlah Karyawan
1980-2000	3 orang
2000-2020	7 orang
20021-2024	11 orang

Sumber : Laporan Rapat Tahunan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

3. Strategi Pengembangan Usaha Yang Dilakukan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi

Berdasarkan wawancara dengan ibu Yulinda sebagai Kepala Toko, Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mohtar Bukittinggi melakukan strategi pengembangan usaha dengan menerapakan beberapa strategi sebagai berikut:[45]

a. Strategi Operasi

1) Fasilitas

Tata Letak dan Desain Fasilitas: di Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi menerapkan desain dengan penempatan rak-rak yang ergonomis memanjang mengikuti struktur bangunan dan penempatan kasir yang strategis ysng berada dipintu keluar minimarket. Minimarket memiliki 2 lantai, pada lantai 1, Minimarket meletakkan produk kebutuhan harian seperti makana, minuman , sabun, minyak goreng, mie instan dan sebagainya. Sedangkan pada lantai 2, minimarket meletakkan produk pecah belah serta pembalut, pempers ataupun produk sejenisnya. Minimarket juga memiliki fasilitas toilet bersih dan mushola yang terletak lantai bawah dekat

[45] Wawancara dengan Ibu Yulinda, Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi, Pada Tanggal 27 April 2024,Pukul 14.00 WIB

gudang penyimpanan barang, minimarket juga menyediakan lahan parkir seluas 10m x 6m

Kebersihan dan Kenyamanan: Minimarket memastikan kebersihan dan kenyamanan dengan penerapan kebersihan yang berkala setiap pagi dengan menyapu dan mengepel minimarket, dan fasilitas pendingin ruangan AC untuk menciptakan lingkungan belanja yang nyaman bagi pelanggan.

2) Peralatan

Sistem POS (Point of Sale): Menggunakan mesin kasir yang terintegrasi dengan manajemen inventaris untuk mempercepat proses transaksi dan memastikan stok barang terpantau secara real-time. Dalam hal inventaris, minimarket menggunakan RFID atau barcode scanning, untuk mempercepat proses penghitungan stok dan mengurangi kesalahan manual.

Rak dan Display yang Efektif: Penggunaan rak yang dirancang untuk menampilkan produk dengan jelas dan mudah dijangkau oleh pelanggan. Rak didesain agar menarik secara visual dan dapat meningkatkan penjualan impulsif.

Peralatan Pendingin: Lemari pendingin dan freezer yang modern untuk menyimpan produk yang memerlukan suhu rendah, seperti minuman dingin, produk susu, dan makanan beku, sehingga menjaga kualitas produk tetap optimal.

3) Pengendalian Operasi

Sistem Manajemen Leadership: Kegiatan minimarket akan dipimpin oleh kepala toko, apabila ada kendala atau konflik yang terjadi di minimarket selama jam kerja akan menjadi tanggung jawab kepala toko.

Proses Pengadaan Barang : Minimarket secara berkala melakukan analisis terhadap data penjualan dan permintaan pelanggan untuk mengidentifikasi kebutuhan barang, dilanjutkan dengan pemilihan pemasok barang didasarkan pada kualitas produk, harga yang kompetitif, dan kemampuan mereka untuk memenuhi persyaratan syariah, selanjutnya manajemen membuat daftar pesanan yang kemudian dikirimkan kepada pemasok. Terakhir barang yang dipesan akan diterima di minimarket dan diperiksa kesesuaiannya dengan pesanan. Proses penerimaan ini melibatkan pemeriksaan kuantitas, kualitas, dan kehalalan produk. Setiap barang yang diterima dicatat dalam sistem inventaris untuk memudahkan pengelolaan stok

Penyimpanan Barang : Barang-barang disimpan berdasarkan kategori dan jenisnya, Minimarket menerapkan sistem FIFO (First In, First Out) untuk memastikan bahwa barang yang masuk lebih awal dijual lebih dulu, Barang-barang disimpan dalam kondisi yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing produk. Misalnya, produk makanan basah seperti nugget,

bakso dan sejenisnya disimpan dilemari freezer dan es krim pada lemari pendingin. Produk-produk yang sensitif terhadap cahaya disimpan di tempat yang tidak terkena sinar matahari langsung, pemeriksaan berkala barang-barang yang mendekati masa kadaluarsa atau mengalami kerusakan segera ditarik dari rak**,** Setiap aktivitas terkait pengadaan dan penyimpanan barang dicatat dengan rinci.

Monitoring dan Evaluasi Kinerja: Proses monitoring dan evaluasi kinerja operasional dilakukan secara berkala, menggunakan data penjualan untuk menganalisis tren dan mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan. Evaluasi ini mencakup performa karyawan, pengelolaan stok, dan kepuasan pelanggan

b. Strategi Pemasaran

Strategi ini meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yulinda selaku kepala toko berikut strategi pemasaran yang telat dilakukan Koperasi Konsumen Syariah rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi:

1) Strategi Produk

Pemilihan Produk yang Jelas: Produk-produk yang dijual terlebih dahulu dicek kejelasannya seperti Identitas produk yang mudah dikenali oleh konsumen, komposisi atau bahan yang digunakan dalam produk, hal ini penting bagi konsumen

terkait preferensi bahan halal dan tanggal kadaluwarsa untuk memastikan keamanan dan kualitas.

Sertifikasi Halal: Sebagai unit usaha operasi syariah, minimarket sangat memperhatikan kehalalan produk yang dijual, adanya label halal dari lembaga yang berwenang menambah kepercayaan konsumen muslim terhadap produk yang dijual.

Diversifikasi Produk: Diversifikasi produk dalam hal ini berarti memperluas jenis dan variasi produk yang dijual di minimarket untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Diversifikasi ini bisa mencakup Jenis Produk: Menambahkan berbagai jenis produk, seperti kebutuhan pokok, makanan dan minuman, produk perawatan diri, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain. Merek Produk: Menyediakan berbagai merek untuk satu jenis produk agar konsumen memiliki pilihan sesuai dengan preferensi dan anggaran mereka.

Peningkatan Kualitas Produk: Minimarket mengadakan kerjasama dengan pemasok terpercaya untuk memastikan bahwa produk yang dijual memiliki kualitas tinggi. Selain itu, rutin melakukan kontrol kualitas untuk menjaga standar produk.

2) Strategi Harga

Penetapan Harga Kompetitif: Melakukan survei harga secara berkala terhadap pesaing untuk memastikan bahwa harga yang

ditawarkan di minimarket kompetitif dan terjangkau oleh konsumen, biasanya minimarket akan membandingkan harga dengan gerai minimarket besar lain seperti Hoki dan Budiman

Diskon dan Promosi Harga: Minimarket menawarkan diskon khusus untuk produk halal pada periode tertentu, seperti selama bulan Ramadan atau menjelang hari besar Islam seperti beli 2 sirup abc diskon 5%. Diskon ini menarik lebih banyak pelanggan selama periode promosi dan meningkatkan penjualan produk halal sebesar 15% selama masa promosi .

Paket Bundling: Menyediakan paket bundling produk halal dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan membeli secara terpisah, seperti detergen cair bermerek *sayang* beli 5 gratis 1.

3) Strategi Tempat

Lokasi Strategis: Memastikan minimarket ditempatkan di lokasi yang strategis, mudah diakses oleh pasien, staff rumah sakit, dan pengunjung. Minimarket dibangun disekitar kawasan Rumah Sakit Ahmad Mochtar (RSAM) Bukittinggi yakni di IGD RSAM, Cindua Mato dengan jarak tempuh 300m dan di Puhun Tembok dengan jarak tempuh 500m

Pengaturan Tata Letak: Mengoptimalkan tata letak minimarket agar mudah dijelajahi oleh konsumen. Produk yang sering dibeli diletakkan di tempat yang mudah dijangkau,

sedangkan produk promosi ditempatkan di dekat pintu masuk untuk menarik perhatian.

Penambahan Cabang: Awalnya minimarket hanya memiliki 1 cabang didekat IGD RSAM saja, Kemudian pada tahun 2000 bertambah di Cindua Mato dan pada tahun 2021 bertambah lagi di Puhun Tembok.

4) **Strategi Promosi**.

Program Loyalitas: Kartu Keanggotaan Koperasi: Minimarket menawarkan kartu keanggotaan koperasi dengan manfaat khusus seperti diskon tambahan, poin reward, dan penawaran eksklusif untuk anggota. Setiap pembelian dengan menyebutkan nomor keanggotaan pegawai Rumah Sakit Ahmad Mohtar Bukittinggi akan menambah poin, semakin banyak belanja poin tersebut akan semakin banyak pula. Selanjutnya poin tersebut bisa ditukar dikemudian hari. Program ini meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih sering di minimarket. Anggota yang aktif berbelanja meningkat sebesar 25%.

Iklan melalui banner : Minimarket memasang iklan pada banner yang berisi tulisan “Disini menyediakan gas” yang biasanya diletakkan didepan toko minimarket

Penjualan alternatif: Strategi pemasaran lain yang diterapkan adalah dengan menjual sisa gas yang tidak terjual untuk

memenuhi target dijual keliling kerumah-rumah warga menggunakan mobil pik-up.

c. Strategi Sumber Daya Manusia

1) Perencanaan SDM yang Berkualitas

Rekrutmen yang Selektif: Minimarket menerapkan proses rekrutmen yang ketat dengan menggunakan serangkaian tes dan wawancara untuk memastikan bahwa calon karyawan memiliki keterampilan dan sikap yang sesuai dengan kebutuhan operasional dan budaya kerja minimarket. Minimarket juga sebagian merekrut karyawan yang awalnya bekerja di Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi,

Identifikasi Kebutuhan SDM: Secara berkala, minimarket melakukan analisis kebutuhan SDM berdasarkan volume pekerjaan dan penjualan, sehingga selalu memiliki jumlah staf yang memadai untuk menjaga layanan tetap optimal, setiap cabang minimarket KOPSYAH RSAM Bukittinggi memiliki 2 orang kasir dengan sistem shift pagi jam 06.00- 14.00 dan 14.00-22.00, serta pramuniaga toko sebanyak 1 orang, diluar kepala toko dan staff gudang

2) Mengembangkan SDM yang Berkualitas

Program Pelatihan dan Pengembangan: Minimarket melakukan pelatihan rutin dalam bidang ritel setiap tahunnya yang akan diwakili oleh Kepala toko Ibu yulinda sendiri

Mentoring dan Coaching: Karyawan baru diberi mentor yang berpengalaman untuk membimbing mereka selama masa adaptasi, memastikan mereka cepat beradaptasi dan memahami standar operasional minimarket. Seperti halnya pramuniaga yang sedang magang akan dimentori oleh karyawan yang lebih berpengalaman

3) **Menilai Kinerja SDM**

Evaluasi Kinerja Berkala: Minimarket menerapkan evaluasi kinerja secara berkala untuk menilai pencapaian karyawan terhadap target yang telah ditetapkan, serta memberikan umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan. Berdasarkan wawancara ibu yulinda mengatakan "Biasanya bapak Jon Afriadi selaku manajer KOPSYAH RSAM Bukittinggi yang akan mengadakan rapat dadakan untuk mengevaluasi terkait kegiatan diminimarket termasuk membahas prospek penghasilan serta kinerja karyawan minimarket

4) **Memberikan Motivasi dan Memelihara SDM yang Berkualitas**

Program Insentif dan Penghargaan: Dalam hal penghargaan yang adil Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi memberikan kontribusi yang signifikan kepada organisasi terutama minimarket dengan memberikan bonus kinerja apabila mencapai target pendapatan

tahunan. Minimarket memberikan insentif berbasis kinerja, seperti bonus penjualan bagi semua karyawan apabila penjualan meningkat, untuk memotivasi mereka mencapai target yang lebih tinggi. Range bonus yang didapatkan nominalnya disesuaikan dengan pendapatan yang diperoleh minimarket

Lingkungan Kerja yang Mendukung: Menciptakan lingkungan kerja yang positif dan inklusif, di mana karyawan merasa dihargai dan didukung, serta adanya komunikasi terbuka antara manajemen dan staf. Ibu yulinda mengatakan "Antar sesama karyawan saling akrab satu sama lain meskipun dengan jabatan yang berbeda-beda tidak menjadi alasan hubungan sesama karyaan merasa canggug, bahkan terkadang satpam menggantikan kasir yang izin untuk sholat sementara".

d. Strategi keuangan.

1) Penghapusan Riba, Spekulasi (Gharar), dan Perjudian (Maysir) dalam Semua Transaksi

Transaksi Jual-Beli Tanpa Riba: Minimarket menerapkan kebijakan ketat untuk menghindari semua bentuk riba dalam transaksi jual-beli. Ini termasuk tidak menerapkan bunga pada penjualan kredit dan menetapkan harga yang adil tanpa unsur

bunga tersembunyi. Minimarket memastikan bahwa semua transaksi jual-beli dilakukan secara tunai atau dengan skema cicilan tanpa bunga (0%) bagi anggota pegawai RSAM Bukittinggi. Misalnya, jika pelanggan membeli barang dengan cicilan, harga totalnya tetap sama tanpa ada tambahan bunga.

Kontrak yang Jelas dan Transparan: Minimarket menerapkan semua detail terkait harga, kualitas barang, dan syarat pembayaran dijelaskan dengan rinci untuk memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan. Setiap transaksi dilengkapi dengan faktur atau kuitansi yang rinci, mencantumkan harga barang, jumlah, dan syarat pembayaran.

Investasi Bebas Spekulasi: Minimarket memastikan bahwa dana yang diinvestasikan tidak digunakan untuk aktivitas spekulatif yang berisiko tinggi atau tidak etis menurut prinsip syariah. Dana diinvestasikan dalam bisnis yang memiliki dasar operasional jelas dan sesuai dengan prinsip syariah.

2) Peningkatan Kekayaan dan Pemerataan Pendapatan

Pembagian Laba Berdasarkan Prinsip Syariah: Minimarket menerapkan sistem pembagian laba yang adil berdasarkan prinsip syariah, di mana keuntungan dibagi secara proporsional sesuai dengan kontribusi masing-masing anggota Koperasi dan karyawan minimarket. Hal ini memastikan bahwa pendapatan didistribusikan dengan adil. Setiap akhir tahun, minimarket

membagikan laba bersih kepada anggota Koperasi dan karyawan minimarket berdasarkan kontribusi mereka dalam bentuk insentif.

Penyusunan Anggaran Syariah: Minimarket mengalokasikan dana secara proporsional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini termasuk menghindari investasi dalam sektor-sektor yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti penipuan dan perjudian, namun mengalokasikan dana untuk infaq dan zakat sesuai ketentuan syariah.

Mengurangi Biaya Operasional dan Meningkatkan Profitabilitas: Beberapa langkah yang dapat diambil antara lain Optimalisasi Persediaan: Mengelola persediaan dengan efisien untuk menghindari kelebihan stok dan mengurangi biaya penyimpanan, serta memastikan ketersediaan barang yang diperlukan bagi pelanggan. Peningkatan Efisiensi Operasional: Mengidentifikasi proses operasional yang tidak efisien dan mencari cara untuk meningkatkan produktivitas karyawan, menggunakan teknologi, atau merampingkan proses. Negosiasi dengan Pemasok: Berusaha untuk mendapatkan harga yang lebih baik atau diskon dari pemasok melalui negosiasi yang efektif, terutama jika minimarket memiliki kebutuhan pembelian dalam jumlah besar. Peningkatan Layanan Pelanggan: Fokus pada pelayanan pelanggan yang

berkualitas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong penjualan yang lebih tinggi, karena pelanggan yang puas cenderung kembali untuk berbelanja lagi

Pemanfaatan Sistem Keuangan Digital: Minimarket mengadopsi teknologi keuangan syariah seperti sistem pembayaran digital yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti platform pembayaran berbasis QR code atau mobile banking syariah saat pembayaran dikasir.

Pemantauan Pengeluaran dan Pemasukan: Melakukan pemantauan yang cermat terhadap pengeluaran dan pemasukan minimarket untuk memastikan bahwa arus kas tetap seimbang dan efisien yang dilakukan oleh staff IT KOPSYAH RSAM Bukittingi Deni ismail S.E.

B. PEMBAHASAN

Pada sub bab ini, peneliti akan mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara seara mendalam kepada beberapa informan penelitian terkait strtategi pengembangan unit usaha Minimarket untuk meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

1. Strategi Operasi

Strategi operasi berkaitan dengan manajemen fasilitas dan peralatan, alokasi sumber daya, serta perencanaan dan pengendalian proses operasional. Dalam konteks minimarket, strategi ini melibatkan

pengaturan layout toko, pengelolaan persediaan, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Tujuan utama adalah untuk memastikan bahwa semua aktivitas operasional berjalan lancar, efisien, dan efektif, serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik[46]

a. Fasilitas

Strategi terkait fasilitas yang diterapkan oleh minimarket ini berhasil meningkatkan kenyamanan dan kemudahan akses bagi pelanggan. Tata letak yang efisien tidak hanya menarik lebih banyak pelanggan, tetapi juga meningkatkan waktu yang dihabiskan pelanggan di dalam toko, yang berpotensi meningkatkan penjualan. Kebersihan yang terjaga dan kenyamanan suhu ruangan membuat pengalaman belanja menjadi lebih menyenangkan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan. Ketersediaan toilet bersih dan mushola juga dapat memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, jarang sekali minimarket menyediakan toilet bersih dan mushola didalamnya, hal ini akan menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi. Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait fasilitas diantaranya:

1) Minimarket perlu untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian tata letak produk agar lebih efisien

[46] Heizer, J., & Render, B., *Operations Management*, Prentice Hall, 2013

2) Memastikan produk-produk yang sering dicari mudah dijangkau oleh pelanggan seperti pembalut, pempers dan produk sejenisnya sebaiknya diletakkan pada lantai satu untuk memudahkan pelanggan mendapatkannya, mengingat orang-orang yang membutuhkan produk tersebut beberapa diantaranya adalah perempuan menstruasi, lansia yang pastinya agak sulit untuk berjalan menaiki tangga.

b. Peralatan

Peralatan yang digunakan, seperti sistem POS dan lemari pendingin pada minimarket, berkontribusi signifikan terhadap efisiensi operasional dan kualitas layanan. Sistem POS memungkinkan transaksi yang cepat dan akurat serta integrasi yang lancar dengan manajemen inventaris, sehingga mengurangi kesalahan manusia dan memastikan stok selalu tersedia. Lemari pendingin memastikan produk yang memerlukan suhu tertentu tetap segar, yang penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mengurangi kerugian akibat barang kadaluarsa.

Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait peralatan diantaranya:

1) Minimarket perlu menyediakan pelatihan intensif dan berkelanjutan bagi karyawan mengenai penggunaan sistem POS (Point Of Sale) agar dapat memaksimalkan fungsionalitas dan meminimalisir kesalahan operasional.

2) Melakukan perawatan rutin dan inspeksi berkala pada lemari pendingin untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dengan efisien dan tidak mengalami kerusakan yang dapat mempengaruhi kualitas produk.
3) Mempertimbangkan investasi pada lemari pendingin yang lebih hemat energi dan ramah lingkungan untuk mengurangi biaya operasional jangka panjang.
4) mempertimbangkan investasi pada lemari pendingin yang lebih hemat energi dan ramah lingkungan untuk mengurangi biaya operasional jangka panjang.

c. Pengendalian Operasi

Pengendalian operasi yang dilakukan minimarket cukup efektif, seperti sistem manajemen inventaris dan pelatihan karyawan, memainkan peran kunci dalam memastikan operasional minimarket berjalan lancar. Sistem manajemen inventaris yang otomatis mengurangi kesalahan dalam pengelolaan stok dan memungkinkan respon cepat terhadap perubahan permintaan. Pelatihan karyawan memastikan bahwa staff selalu siap memberikan pelayanan terbaik dan mampu mengoperasikan peralatan dengan baik. Monitoring dan evaluasi kinerja memberikan data berharga untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dan penyesuaian strategi sesuai kebutuhan.

Menurut peneliti, berikut saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait peralatan yakni:

1) Membuat platform e-commerce dan menyediakan layanan pengiriman untuk memperluas jangkauan pasar dan menawarkan kemudahan bagi pelanggan yang lebih memilih berbelanja secara online

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran melibatkan strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Pada masa Rasulullah, pasar konsumen sangat menonjol, dan strategi pemasaran didasarkan pada segmentasi geografis, demografis, psikografis, perilaku, dan manfaat. Untuk minimarket, hal ini berarti memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan di lokasi tertentu, menyesuaikan produk dan harga sesuai dengan segmen pasar yang dituju, serta menggunakan promosi yang efektif untuk menarik pelanggan.[47]

a. Strategi produk

Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi telah menerapkan beberapa strategi produk yang signifikan, seperti pelabelan halal yang jelas, diversifikasi produk dengan menambah variasi produk lokal dan halal, serta peningkatan kualitas produk melalui kerjasama dengan pemasok terpercaya dan kontrol kualitas rutin. Strategi ini dinilai cukup baik karena mampu menarik konsumen

[47] Kotler, P., & Keller, K. L., *Marketing Management*, Pearson Education, 2016

yang mencari produk berkualitas dan sesuai dengan nilai-nilai agama. Namun, masih terdapat ruang untuk peningkatan.

Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait strategi produk diantaranya:

1) Menambah lebih banyak produk lokal dan produk halal yang unik untuk menarik lebih banyak segmen konsumen.
2) Meningkatkan kerjasama dengan pemasok terpercaya untuk memastikan kualitas produk yang konsisten.
3) Melakukan kontrol kualitas yang lebih sering dan lebih detail untuk memastikan standar produk tetap tinggi.

b. Strategi Harga

Minimarket melakukan survei harga pesaing secara berkala untuk menetapkan harga yang kompetitif dan terjangkau oleh konsumen. Diskon dan promosi harga diberikan pada periode tertentu, seperti selama bulan Ramadan, serta menyediakan paket bundling produk halal. Strategi ini dinilai efektif dalam menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan selama periode promosi. Namun, ada beberapa area yang bisa diperbaiki. Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait strategi harga diantaranya:

1) Melakukan survei harga lebih sering untuk memastikan selalu memiliki penawaran yang kompetitif.

2) Meningkatkan frekuensi dan variasi promosi diskon untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3) Menciptakan paket bundling yang lebih inovatif dan menarik untuk meningkatkan penjualan.

c. Strategi Tempat

Minimarket memastikan lokasi yang strategis di sekitar RSAM Bukittinggi, mengoptimalkan tata letak agar mudah dijelajahi konsumen, dan menambah cabang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Strategi ini dinilai efektif karena lokasi yang strategis dan tata letak yang efisien mampu menarik lebih banyak pelanggan. Namun, evaluasi berkala tetap diperlukan.

Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait strategi tempat diantaranya:

1) Terus mengevaluasi kinerja lokasi cabang yang ada dan mempertimbangkan ekspansi ke lokasi-lokasi baru yang potensial.
2) Memastikan tata letak toko selalu diperbarui sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pelanggan.
3) Memantau dan meningkatkan aksesibilitas minimarket untuk memastikan kenyamanan bagi semua pelanggan.

d. Strategi Promosi

Program loyalitas melalui kartu keanggotaan koperasi, diskon dan promosi harga, iklan melalui banner, serta penjualan alternatif dengan menjual sisa gas keliling rumah warga, merupakan strategi yang

diterapkan. Strategi ini dinilai cukup baik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Namun, ada beberapa hal yang bisa ditingkatkan. Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi yang dapat dilakukan minimarket terkait strategi promosi diantaranya:

1) Menambah lebih banyak manfaat bagi anggota program loyalitas untuk mendorong mereka berbelanja lebih sering.
2) Meningkatkan intensitas iklan melalui berbagai media, termasuk media sosial dan iklan digital.
3) Mengorganisir penjualan keliling lebih baik untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar.

3. Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan Nabi Muhammad meliputi merencanakan dan menarik SDM yang berkualitas, mengembangkan SDM melalui pelatihan dan pendidikan, menilai kinerja SDM, memberikan motivasi, dan memelihara SDM yang berkualitas. Dalam konteks minimarket, ini berarti rekrutmen karyawan yang kompeten, pelatihan berkelanjutan, evaluasi kinerja secara berkala, dan pemberian insentif serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif untuk meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja.[48]

[48] Armstrong, M., *A Handbook of Human Resource Management Practice*, Kogan Page, 2014

a. Perencanaan SDM yang Berkualitas

Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi telah menerapkan rekrutmen yang selektif dan analisis kebutuhan SDM yang rutin. Proses rekrutmen yang ketat menggunakan tes dan wawancara memastikan calon karyawan memiliki keterampilan dan sikap yang sesuai. Selain itu, identifikasi kebutuhan SDM secara berkala berdasarkan volume pekerjaan dan penjualan membantu memastikan jumlah staf yang memadai untuk menjaga layanan optimal. Strategi ini cukup efektif dalam menjaga kualitas SDM, namun terdapat beberapa hal yang dapat ditingkatkan. Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi lain yang dapat dilakukan minimarket terkait perencanaan SDM yang berkualitas diantaranya:

1) Menggunakan teknologi rekrutmen, seperti sistem pelacakan pelamar Applicant Tracking System (ATS), untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pemilihan calon karyawan.
2) Melakukan analisis kebutuhan SDM yang lebih mendalam dengan mempertimbangkan tren industri dan perubahan permintaan pelanggan.
3) Menjelajahi sumber rekrutmen lain selain dari Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi untuk mendapatkan calon karyawan dengan latar belakang yang lebih beragam.

b. Mengembangkan SDM yang Berkualitas

Minimarket mengembangkan SDM melalui program pelatihan dan pengembangan, serta mentoring dan coaching. Pelatihan rutin dalam bidang ritel setiap tahun, yang diwakili oleh kepala toko, membantu karyawan meningkatkan keterampilan mereka. Mentoring dan coaching memastikan karyawan baru cepat beradaptasi dan memahami standar operasional minimarket. Strategi ini sudah baik dalam meningkatkan kualitas SDM. Namun menurut peneliti, ada beberapa strategi tambahan yang harus dilakukan Minimarket KOPSYAH RSAM Bukittinggi untuk meningkatkan pendapatan, diantaranya :

1) Menyelenggarakan pelatihan lebih sering dan dalam berbagai topik terkait ritel dan layanan pelanggan.
2) Menciptakan program pengembangan karir yang jelas untuk memberikan jalur karir yang terstruktur bagi karyawan.
3) Mengimplementasikan sistem feedback dan evaluasi untuk pelatihan yang dilakukan, guna meningkatkan efektivitas program pelatihan.

c. Menilai Kinerja SDM

Evaluasi kinerja berkala yang diterapkan minimarket menilai pencapaian karyawan terhadap target dan memberikan umpan balik konstruktif. Rapat dadakan yang diadakan manajer untuk mengevaluasi kinerja karyawan dan membahas prospek penghasilan

sangat membantu dalam menjaga kinerja tetap optimal. Namun menurut peneliti, ada beberapa area yang bisa ditingkatkan:

1) Mengimplementasikan sistem evaluasi kinerja yang lebih terstruktur dengan kriteria penilaian yang jelas dan transparan.
2) Memberikan umpan balik yang lebih sering, tidak hanya pada saat evaluasi berkala, untuk membantu karyawan terus berkembang.
3) Menggunakan software manajemen kinerja untuk memantau dan mengevaluasi kinerja karyawan secara real-time.

d. Memberikan Motivasi dan Memelihara SDM yang Berkualitas

Minimarket memberikan insentif dan penghargaan berbasis kinerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif dan inklusif. Program insentif seperti bonus penjualan membantu memotivasi karyawan mencapai target yang lebih tinggi. Lingkungan kerja yang mendukung, di mana karyawan merasa dihargai dan adanya komunikasi terbuka, juga berkontribusi pada kesejahteraan karyawan. Menurut peneliti, berikut beberapa saran strategi lain yang dapat dilakukan minimarket terkait memberikan motivasi dan memelihara SDM yang berkualitas diantaranya:

1) Menawarkan insentif yang lebih variatif, seperti penghargaan non-moneter, untuk memotivasi karyawan.

2) Menciptakan inisiatif keterlibatan karyawan, seperti kegiatan tim building dan forum diskusi rutin, untuk meningkatkan semangat kerja.
3) Mendorong keseimbangan kerja dan kehidupan dengan kebijakan kerja yang fleksibel dan program kesejahteraan karyawan

4. Strategi Keuangan

Strategi keuangan Nabi Muhammad SAW bertujuan untuk pemanfaatan sumber daya keuangan dalam mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar), dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi. Strategi ini juga menekankan pada peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan untuk mencapai masyarakat yang sejahtera. Prinsip-prinsip yang digunakan termasuk bagi hasil, jual beli, kepercayaan, sewa, dan kebajikan. Dalam konteks minimarket, ini berarti menerapkan prinsip keuangan syariah dalam manajemen keuangan, investasi, dan pembagian keuntungan.[49]

a. Penghapusan Riba, Spekulasi (Gharar), dan Perjudian (Maysir) dalam Semua Transaksi:

Minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi telah sukses menerapkan kebijakan yang ketat dalam menghindari riba dalam setiap transaksi jual-beli. Dengan tidak menerapkan bunga pada penjualan kredit dan menetapkan harga yang jelas dan adil, minimarket

[49] Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C., *Financial Management*: Theory & Practice, Cengage Learning, 2014

memastikan transaksi mereka mematuhi prinsip-prinsip syariah. Selain itu, prinsip transparansi dan kejelasan dalam kontrak memberikan kepastian bagi kedua belah pihak, menghindari segala bentuk spekulasi (Gharar). Keterbukaan dan rinci dalam dokumentasi transaksi juga memastikan tidak adanya unsur perjudian (Maysir). Secara keseluruhan, strategi ini telah memastikan bahwa semua transaksi minimarket sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut peneliti, ada beberapa hal yang harus dilakukan Minimarket KOPSYAH RSAM Bukittinggi untuk meningkatkan pendapatan terkait Penghapusan Riba, Spekulasi (Gharar), dan Perjudian (Maysir) dalam Semua Transaksi, diantaranya:

1) Melakukan edukasi yang lebih intensif kepada konsumen tentang pentingnya transaksi tanpa riba dan manfaatnya bagi masyarakat.
2) Melakukan audit syariah secara berkala untuk memastikan semua praktik operasional tetap sesuai dengan prinsip syariah.
3) Mencari lebih banyak peluang investasi yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah untuk diversifikasi portofolio.

a. Peningkatan Kekayaan dan Pemerataan Pendapatan

Penerapan pengelolaan keuangan yang transparan dan berbasis pada prinsip keadilan telah membawa dampak positif bagi minimarket Koperasi Konsumen Syariah RSAM Bukittinggi. Dengan memberikan kepercayaan kepada anggota koperasi dan meningkatkan loyalitas

pelanggan, minimarket berhasil memperluas basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, sistem pembagian laba yang adil berdasarkan prinsip syariah telah memastikan bahwa keuntungan didistribusikan secara adil sesuai dengan kontribusi masing-masing anggota. Penyusunan anggaran yang mengikuti prinsip syariah dan pengelolaan keuangan yang hati-hati telah membantu minimarket mengelola dana dengan efisien. Dengan mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas, minimarket telah berhasil meningkatkan kekayaan dan pemerataan pendapatan di koperasi. Menurut peneliti, ada beberapa hal yang harus dilakukan Minimarket KOPSYAH RSAM Bukittinggi untuk meningkatkan pendapatan terkait peningkatan kekayaan dan pemerataan pendapatan dalam Semua Transaksi, diantaranya:

1) Mengembangkan atau mengadopsi lebih banyak teknologi yang mendukung pengelolaan keuangan syariah dan meningkatkan efisiensi operasional.
2) Mengadakan pelatihan rutin untuk anggota koperasi tentang pengelolaan keuangan dan prinsip-prinsip syariah.
3) Mengimplementasikan strategi pemasaran yang menekankan transparansi dan keadilan dalam transaksi untuk menarik lebih banyak pelanggan yang memperhatikan nilai-nilai syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi yang diterapkan Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi telah berhasil meningkatkan kualitas layanan, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan pendapatan. Strategi operasi yang mencakup fasilitas yang nyaman, peralatan yang efisien, dan pengendalian operasi yang baik telah memberikan pengalaman belanja yang memuaskan bagi pelanggan. Sementara itu, strategi pemasaran yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi telah berhasil menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Di sisi sumber daya manusia, strategi perencanaan, pengembangan, evaluasi kinerja, dan motivasi karyawan telah membantu menjaga kualitas layanan dan kesejahteraan karyawan. Terakhir, strategi keuangan yang berlandaskan prinsip syariah telah memastikan keberlanjutan usaha dengan meningkatkan kekayaan dan pemerataan pendapatan di komunitas. Meskipun demikian, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, seperti peningkatan pelatihan karyawan, diversifikasi produk, dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dengan terus mengimplementasikan dan memperbaiki strategi-strategi ini, minimarket dapat terus berkembang dan mmpu meningkatkan pendapatan Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran sebagai sebagai berikut :

1. **Strategi Operasi:**
   a) Terus evaluasi dan sesuaikan tata letak produk untuk meningkatkan efisiensi.
   b) Pastikan produk-produk yang sering dicari mudah dijangkau, terutama bagi pelanggan dengan mobilitas terbatas.
   c) Lakukan perawatan rutin pada peralatan untuk memastikan operasional yang lancar.
2. **Strategi Pemasaran:**
   a) Tingkatkan frekuensi survei harga untuk tetap bersaing.
   b) Berikan lebih banyak variasi promosi diskon untuk menarik lebih banyak pelanggan.
   c) Kembangkan paket bundling yang lebih inovatif untuk meningkatkan penjualan.
3. **Strategi Sumber Daya Manusia:**
   a) Gunakan teknologi rekrutmen untuk meningkatkan efisiensi.
   b) Tingkatkan frekuensi pelatihan untuk pengembangan karyawan.
   c) Implementasikan sistem evaluasi kinerja yang lebih terstruktur.

4. Strategi Keuangan:

a) Lakukan edukasi yang lebih intensif tentang transaksi tanpa riba kepada konsumen.

b) Melakukan audit syariah secara berkala untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

c) Meningkatkan penggunaan teknologi dalam pengelolaan keuangan dan operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, M., *A Handbook of Human Resource Management Practice*, Kogan Page, 2014

Asep ST sujana dan andriansyah (*jakarta raih asa sukses penebar swadaya grub*), 2012.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C., F*inancial Management: Theory & Practice*, Cengage Learning, 2014

Departement Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), .

Douglas McGregor, *The Human Side of Enterprise* (New York: McGraw-Hill, 1960), hal 17

Dr. Salim Al idrus, MM, *Kinerja Manajer Dan Bisnis Koperasi*, . (Malang*:* UIN Malang Press, 2008)

Drs. Hendrojogi, M.Sc, *Koperasi: Asas-Asas, Teori ,Praktik*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012), hal. 18.

Heizer, J., & Render, B., Operations Management, Prentice Hall, 2013

Hendrojogi. *Koperasi dalam Teori dan Praktik, Koperasi MasalahPengembangan dan Pembinasaannya*, Jakarta: Bagian Publikasi Lembaga Managemen FE-UI,

Henri Fayol, *General and Industrial Management, translated by Constance Storrs* (London: Pitman Publishing, 1949), hal 43

http: //Fatwa MUI tentang Perbankan Syariah.blogspot.com/2015/08.

https://www.rspatriaikkt.co.id/pengertian-meningkatkan-menurut-para-ahli, diakses pada Selasa 01/01/2024 jam 01.00 WIB

James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. "*Management.*" 6th ed. Prentice Hall, 1995. hal 45

Jurnal, hubungan kwa pelayanan dengan kepuasan konsumen mini market alfamart brawijaya, Millah Durriah, I Ketet Mustika, Universitas Jember

Kasmir, Bank dan lembaga keuangan lainnya, Grafindo, Jakarta, 2002,

Kotler, P., & Keller, K. L., *Marketing Management*, Pearson Education, 2016

Lawrence R. jauch dan William F. glueck, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 1998

Mahmud Machfoedz, *Pengembangan Usaha dan Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005), hal. 45.

Mary Parker Follett. "*Dynamic Administration: The Collected Papers of Mary Parker Follett." Edited by Henry C. Metcalf and L*. Urwick, 1941. hal 77

Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004)

Muhammad Suyanto, *Business Strategy and Ethics* Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Noer Sutrisno, *Permodalan dan Perkreditan Koperasi*", Makalah Penataran

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT. Rineka cipta, 1997

Peraturan Menteri Koperasi UKM Republik Indonesia, nomor:35.2/per/M.LULM/X/2007

Philip, Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997.

Raja Garfindo Persada, Jakarta 2012

Republik Indonesia. "Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil."

Richard E. Glos, Davis D. Steade, and K. David Lawry, *Business: Its Nature and Environment* (Cincinnati: South-Western Publishing Co., 1976), hal. 112

Robert J. Hughes and Jack R. Kapoor, *Business: Its Nature and Environmen*t, 4th ed. (Cincinnati: South-Western College Pub., 1998), hal. 78.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1987

Sofyan Syafri Harahap, *Teori akuntansi*, Edisi Revisi, cetakan Kedua belas

Sri Lestari, Strata Skripsi: "*Model Pengelolaan Unit Produksi Sekolah*"

Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert. *Management*. 6th ed. Prentice Hall, 1995. hal 23

Sudarsono, *Koperasi dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002

Surat Edaran Bank Indonesia No. 26/1/UKK Tanggal 29 Mei 1993 Perihal Kredit Usaha Kecil (KUK)."

Syamsir Salam, *Metodelogi Penelitian Sosial* Jakarta: UIN Jakarta Prees, 2006

Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi*, Rekayasa Sains, Bandung, 2005,

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI Nomor : 06/Per/M.KUKMI /I/2007 Tentang Petunjuk Teknis Program Pembiayaan Produktif Koperasi Dan Usaha Mikro (P3KUM) Pola Syariah

Wawancara langsung dengan Kepala Toko, Ibu Yulinda, (Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi), 23 april 2024

Wawancara langsung dengan Pelanggan Minimarket, Ibu Rina , (Minimarket Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi), 23 april 2024

Wawancara langsung dengan Staff IT, Bapak Deni Ismail S.E, (Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi), 23 april 2024

Wawancara langsung dengan Staff simpan pinjam, ibuk Indah Safitri A.Md, (Koperasi Konsumen Syariah Rumah Sakit Ahmad Mochtar Bukittinggi), 17 Oktober 2023

LAMPIRAN



Gambar 1. Wwancara dengan Ibu Yulinda selaku Kepala Toko Minimarket



Gambar 2. Wawancara dengan ibu Rina Selaku pelanggan Minimarket



Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Indah Safitri selaku Staff IT