

**STRATEGI PENGEMBANGAN UD SWALAYAN ALKHAIRAAT  
MART (SALmart) DALAM MENINGKATKAN USAHA DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
pada Jurusan Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*

**Oleh:**

**MUHAMMAD ABDUH**  
**NIM: 16.3.12.0147**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) PALU  
2020**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsidan gelar yang di peroleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 18 Nopember 2020 M  
03 Rabi al-thani 1442 H

**Penulis**

**MUHAMMAD ABDUH**  
**NIM: 16.3.12.0147**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Proposal yang berjudul “**Strategi Pengembangan UD Swalayan Alkhairaat Mart Dalam Meningkatkan Usaha Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam** ” Oleh Muhammad Abduh NIM: 16.3.12.0147, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa proposal tersebut telah memenuhi isyarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 18 Nopember 2020 M  
03 Rabi al-thani 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. H. Sidik, M.Ag**  
**NIP. 19640616 199703 1 002**

**Dr. H. Muhtadin Dg. H. Mustafa, M.H.I**  
**NIP. 19700925 199803 1 003**



## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt. Karena berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, keluarganya, para sahabatnya, dan umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan judul penelitian **“Strategi Pengembangan UD Swalayan Alkhairaat Mart Dalam Meningkatkan Usaha Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.”**

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Nasaruddin Mubin dan Ibunda yang kusayangi Istiari Sepa yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil yang senantiasa sabar mengajari arti kehidupan demi masa depan penulis, selalu membimbing dengan kasih sayangnya, yang senantiasa memberikan harapan, doa dan pengorbanannya serta dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan dukungan serta bantuan apa pun itu yang sangat besar nilainya bagi penulis. oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf Pettalongi, M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, Bapak Dr.H.Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. H. Iskandar M.Sos.I selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menimba ilmu di IAIN Palu.
2. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu beserta Wadek I,II, yang banyak mengarahkan penyusun dalam proses belajar.
3. Bapak Dr. H. Sidik, M.Ag, Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Muhtadin Dg. H. Mustafa, M.H.I selaku pembimbing II, yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan mulai dari perencanaan sampai penulisan skripsi ini.
4. Bapak Nur Syamsu, S.H.I., M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
5. Seluruh Bapak Ibu dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu dengan tulus dan Ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah. Semoga Allah membalas kebaikan Bapak dan Ibu, amin.
6. Seluruh staf akademik yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama kuliah sampai selesai kuliah.

7. Ibu Supiani, S.Ag, selaku kepala Perpustakaan dan seluruh staf perpustakaan Institut Agama Islam Negri (IAIN) Palu, yang dengan tulus memberikan pelayanan dalam mencari refensi sebagai bahan skripsi sehingga menjadi sebuah karya ilmiah.
8. Terima kasih banyak kepada Managemen UD Swalayan Alkhairaat Mart khususnya Bapak Muh Ikbal Ibrahim selaku manager dan para karyawan yang telah mengizinkan saya dalam penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016, khususnya Eks Ekonomi Syariah I dan Ekonomi Syariah II yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat begitu tinggi pada penulis.
10. Dan terakhir kepada seluruh nama-nama yang ikut andil dalam perjalanan hidup penyusun terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak tertulis di sini, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terimah kasih, atas kebaikan dan keikhlasan kalian.  
  
Akhirnya kepada Allah jua kita memohon taufik dan hidayah-Nya serta pahala berganda untuk kita semua. Amin.

Palu, 18 Nopember 2020 M  
03 Rabi al-thani 1442 H

Penulis,

**MUHAMMAD ABDUH**  
**NIM: 16.3.12.0147**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Penegasan Istilah .....	5
F. Garis-garis Besar Isi .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Kajian Teori .....	15
1. Strategi .....	15
2. Strategi Pengembangan Usaha .....	20
1. Tahap-tahap Pengembangan Usaha .....	21
2. Unsur Pengembangan Usaha .....	26
3. Ekonomi Islam .....	28
C. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Islam .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi Penelitian .....	36
C. Kehadiran Peneliti .....	36
D. Data Dan Sumber Data .....	36
E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
F. Analisa Data .....	38



<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	32
	1. Deskripsi UD SALmart .....	32
	2. Visi, Misi dan Motto UD SALmart .....	42
	3. Deskripsi Kegiatan Operasional UD SALmart .....	45
	a. Sumber Daya Manuasia.....	45
	b. Sumber Daya Aset .....	47
	B. Strategi Pengembangan UD Salmart Dalam Meningkatkan Usaha ...	49
	C. Strategi Pengembangan UD Salmart Dalam Meningkatkan Usaha Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam .....	55
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
	A. Kesimpulan.....	61
	B. Saran .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan .....	36
Tabel 4.2 Jenjang Pendidikan Karyawan .....	36
Tabel 4.3 Inventaris UD SALmart .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Pedoman Wawancara
2. Lembar Pengajuan Judul Skripsi
3. Surat Keputusan Penunjukan Dosen Pembimbing
4. Kartu Seminar Proposal
5. Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian
6. Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa

## ABSTRAK

Nama : **Muhammad Abduh**  
NIM : **16.3.12.0147**  
Judul : **Strategi Pengembangan Ud Swalayan Alkhairaat Mart  
Dalam Meningkatkan Usaha Ditinjau Dari Perspektif  
Ekonomi Islam**

---

Skripsi ini berjudul : “strategi pengembangan UD swalayan alkhairaat mart dalam meningkatkan usaha ditinjau dari perspektif ekonomi islam”.skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha UD swalayan alkhairaat mart ,dan juga untuk mengetahui strategi pengembangan usaha ditinjau dari perspektif ekonomi islam

Pendekatan penelitian yang dilakukan secara Kualitatif yang didukung oleh data primer yang diperoleh melalui observasi langsung pada objek penelitian dan wawancara dengan Manager Operasional UD Swalayan Alkhairaat Mart serta dokumentasi kegiatan penelitian. Data sekunder yang diperoleh dari buku, artikel atau bahan informasi lainnya yang memiliki relevansi dengan masalah penelitian. Teknis analisis data yang digunakan terdiri atas 3 (tiga) tahap yaitu; Reduksi Data, Penyajian Data dan Verifikasi Data/ Penarikan kesimpulan dengan tujuan mendeskripsikan data atau makna atau temuan –temuan pada saat penelitian di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian UD Swalayan Alkhairaat Mart dalam mengembangkan usahanya dan menjaga eksistensinya ditengah persaingan usaha sejenis yang semakin berkembang di tengah masyarakat kota Palu,maka strategi yang digunakan adalah sebagai berikut: 1.)Memiliki niat yang baik. 2.)Menjalankan usaha yang halal. 3.)Memanfaatkan lokasi yang strategis dan penataan ruang yang rapih dan bersih. 4.)Meningkatkan inovasi dan variasi barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan pasar dengan harga terjangkau. 5.)Mengutamakan sportifitas usaha. 6.)Menggunakan teknologi terbaru untuk kegiatan operasional toko.Apabila dilihat dari perspektif Ekonomi Islam, Penerapan strategi UD SALmart dalam mengembangkan usahanya sudah sesuai dengan aturan dan prinsip Ekonomi Islam karena dalam pelaksanaannya strategi-strategi tersebut terbebas dari praktik dzaliman dan keharaman.Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan agar UD Swalayan Alkhairaat Mart dapat memaksimalkan promosi terhadap usahanya, karena belum ada strategi khusus yang membahas tentang strategi pemasaran kedepannya dan mengoptimalkan jumlah dan kinerja karyawan.

Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah informasi terkait strategi pengembangan usaha sesuai perspektif Ekonomi Islam sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuka usaha atau mengembangkan usaha.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat membuat banyak dampak terhadap kehidupan manusia. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut memberikan dampak baik dan dampak buruk. Salah satunya terhadap usaha atau upaya manusia dalam mengeksplorasi sumber daya alam yang ada dalam melakukan pekerjaan atau kegiatan bisnis untuk mendapatkan materi yang cukup dalam rangka meningkatkan taraf hidup menjadi lebih baik.

Dalam Islam semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan usaha atau bisnis ada batasan yang diperbolehkan (Halal) dan yang tidak diperbolehkan (Haram). Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis, yakni Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu<sup>1</sup>. Seperti yang terlihat dalam beberapa ayat Al-Qur'an misalnya, yaitu firman Allah dalam QS. Al-Jumu'ah: 10 dan QS. Al-Qhashash: 77, sebagaimana berikut ini: QS. Al-Jumu'ah (10) :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٠

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, 7

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.<sup>2</sup>

QS. Al-Qhashash (77) :

وَأَتَّبِعْ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ  
الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ٧٧

Artinya :

“ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.<sup>3</sup>

Kedua ayat tersebut, mengisyaratkan bahwa manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Namun, bukan semata-mata materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan<sup>4</sup>. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahan. 554

<sup>3</sup> Ibid. 394.

<sup>4</sup>Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.21.

<sup>5</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009. 196

Salah satu jenis wirausaha yang saat ini banyak sekali dilakukan oleh para wirausahawan adalah usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan, baik itu berdagang pakaian, makanan, souvenir, atau produksi lain yang bisa dijual dengan harga jual yang menjanjikan. Pengembangan suatu usaha tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar<sup>6</sup>

Tapi tidak semua bentuk usaha yang sudah berkembang dan sudah menjanjikan di kalangan masyarakat, bisa meningkatkan perekonomian wirausahawan tersebut. mereka perlu menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik, agar nantinya usaha, perekonomiannya bisa tercukupi tanpa ada kekurangan dan perlu dibarengi dengan penerapan praktek usaha baik yang sesuai dengan ketentuan islam.

Salah satu yang peneliti lihat adalah pelaku bisnis Store Retailer Lokal yang ada di kota Palu, yaitu UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) merupakan satu satunya Store Retailer Palu yang masih terus bertahan ditengah pembangunan supermarket brand nasional yang semakin meningkat jumlahnya. Bentuk usaha yang dilakukan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) cukup pesat, mengingat usaha tersebut masih beroperasi hingga saat ini.

Mereka melakukan bentuk usaha sesuai dengan aturan Islam karena Alkhairaat sendiri merupakan salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia.

---

<sup>6</sup>Wirasmita, Yuyun, *Kewirausahaan: Buku Pegangan. Jatinangor: UPT-Pnerbitan IKOPIN*, 1994, 86.



Saat ini usaha yang di jalankan terus berkembang ditengah persaingan usaha Store Retailer dan Supermarket yang didominasi oleh pelaku usaha bertaraf nasional maka penulis hendak mengadakan penelitian tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) untuk meningkatkan usahanya, sehingga mampu beroperasi hingga saat ini. Maka dengan ini penulis mengambil judul: **“STRATEGI PENGEMBANGAN UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART DALAM MENINGKATKAN USAHA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

(Study Kasus pada Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) di kota Palu, Sulawesi Tengah)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi SAL MART dalam Mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART)?

## **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dalam meningkatkan usahanya

2. Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam mengenai strategi peningkatan usaha yang dilakukan oleh UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART)

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

##### a. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, khazanah dan ilmu pengetahuan dalam strategi peningkatan usaha store retailer khususnya strategi pengembangan usaha UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART.

##### b. Secara Praktis

- 1) Bagi peneliti sendiri, memberikan tambahan pengetahuan dan menambah wacana keilmuan khususnya dalam bidang strategi pengembangan usaha.
- 2) Bagi Manajemen UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART), dapat dijadikan bahan Evaluasi dan Acuan untuk mengembangkan usaha yang baik agar antara perekonomian dan usahanya dapat ditingkatkan lagi.

#### **E. Penegasan Istilah**

Skripsi ini berjudul STRATEGI PENGEMBANGAN UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART DALAM MENINGKATKAN USAHA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM untuk menghindari kekeliruan penafsiran mengenai judul skripsi ini, penulis akan menguraikan beberapa istilah atau makna yang terkandung didalamnya yaitu:

## 1. Strategi

Istilah Strategi (Strategy), oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi; akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi<sup>7</sup>.

## 2. Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, usaha adalah kegiatan dengan menggunakan tenaga pikiran atau badan untuk menyatakan suatu maksud<sup>8</sup>. Sedangkan UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART adalah pelaku bisnis Store Retailer Lokal yang ada di kota Palu.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa Strategi Pengembangan UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART dalam meningkatkan usaha adalah rencana yang dilakukan oleh Managemen UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART dalam melakukan atau menjalankan operasional perusahaan dengan memaksimalkan tenaga dan pikiran untuk mencapai tujuan perusahaan secara berkesinambungan dan bersinergi antar satu sama lainnya.

---

<sup>7</sup> John A.Pearce II, Richard B.Robinson, Jr., *Manajemen strategi*,(Jakarta:Salemba Empat, 2014).4

<sup>8</sup> Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia....* 646

### 3. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Alquran dan Sunnah<sup>9</sup>.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa paduan masyarakat dalam melakukan setiap kegiatan usahanya berdasarkan Alquran dan Sunnah.

#### **F. Garis-Garis Besar Isi**

Dalam rangka mempermudah pembaca dalam memahami skripsi skripsi ini, maka penulis mengemukakan secara garis besar isi skripsi skripsi ini. Garis besar pembahasan ini bertujuan untuk menjelaskan seluruh hal yang yang diungkapkan didalam materi pembahasan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, yang dalam bab ini memuat latar belakang, uraian masalah dan tujuan masalah serta manfaat penelitian yang mendasari diangkatnya judul ini. Pada bab ini, penulis juga mengemukakan pengertian judul dalam penegasan istilah dan garis-garis besar isi.

Bab II adalah Kajian Pustaka yang memuat penelitian terdahulu dan teori-teori yang menjadi dasar atau acuan dalam mengkaji persoalan yang dibahas dalam skripsi skripsi ini.

---

<sup>9</sup> Bank Indonesia, *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam*, (P3EI) (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).19

Bab III adalah bab Metode Penelitian, yang memuat jenis penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV adalah bab hasil penelitian, yang memuat gambaran umum SAL Mart sebagai subjek penelitian.

Bab V adalah bab penutup, dalam bab ini penulis membahas tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ilmiah memerlukan bahan rujukan untuk memperkuat kajian secara teoritis. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan penulisan skripsi yang profesional dan mencapai target yang diharapkan. Oleh karena itu penulis menggunakan beberapa buku dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan yang mengarah pada pengembangan penelitian, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang ditulis Muh. Rif'an yang berjudul "Strategi pemasaran produk khas daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu (Dalam Perspektif Ekonomi Islam). Ada beberapa upaya yang dilakukan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Palu dalam memasarkan produk khas daerah yaitu ikut serta dalam berbagai pameran baik itu pameran dalam skala nasional, ikut nimbrung untuk mempromosikan barang-barang khas daerah kota Palu disetiap acara-acara besar yang diadakan oleh Pemerintah Daerah Kota Palu maupun diluar daerah kota Palu, melalui puskesmas kreatif, dimana produk khas daerah dipasarkan melalui media elektronik dan dengan mempromosikan dan menjalin kemitraan dengan usaha-usaha kecil, menengah yang ada di kota Palu serta terjun langsung kesetiap dinas-dinas

yang ada di pemerintah kota Palu, namun tetap berada dalam ketentuan syariah sehingga pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan daerah menjadi berkah tersendiri bagi masyarakat kota Palu<sup>10</sup>.

2. Penelitian yang ditulis oleh Khusnul Hijriyah yang berjudul Strategi pemasaran Industri Tahu berkah di desa Beringin Jaya, Kecamatan Simpang raya, Kabupaten Banggai ditinjau dari segi Ekonomi Islam. Skripsi ini bertujuan untuk strategi pemasaran yang digunakan oleh Industri Tahu berkah di desa Beringin Jaya, Kecamatan Simpang raya, Kabupaten Banggai dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Adapun strategi yang digunakan adalah 1) Produk (Product), dimana Industri Tahu berkah menggunakan kedelai pilihan yang berasal dari petani lokal dan sebagian dari kedelai impor dari luar negeri sehingga tahun bisa bertahan hingga 3 (tiga) dengan penggunaan alat yang steril dan bebas dari bahan pengawet. 2) Harga (Price), Industri Tahu berkah menjual tahu dengan harga yang terjangkau yaitu Rp 1.000,- per tahu. 3) Tempat (Place), tempat Industri Tahu berkah berada ada lokasi yang strategis karena berada di pinggir Jalan utama Desa Beringin Jaya. 4) Promosi (Promotion), Industri Tahu berkah menyediakan 2 (dua) jenis tahu, sehingga pelanggan memiliki 2 (dua) pilihan. Adapun strategi pemasaran tersebut berlandaskan 4 (empat) landasan normatif yang dapat dipersentasikan dalam aksioma

---

<sup>10</sup> Muh. Rif'an , "*Strategi pemasaran produk khas daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu (Dalam Perspektif Ekonomi Islam)*"

etika; 1) Landasan Tauhid, 2) Landasan Keadilan dan Keseimbangan, 3) Landasan kehendak bebas dan 4) Landasan Pertanggung Jawaban.<sup>11</sup>

3. Penelitian yang dilakukan Fiata Nuratul Faizah (2015) dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan”. bertujuan untuk untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan terhadap strategi pengembangan bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi. data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisa secara kualitatif. Yang dimaksud kualitatif yaitu metode analisis data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan<sup>12</sup>.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Dyas NurFajrina (2015) dengan judul “Analisis Peranan Bisnis Berbasis Syari“ah pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu IndahKendal)”. Bertujuan Untuk memahami tentang konsep bisnis yang sesuai dengan

---

<sup>11</sup> Khusnul Hijriyah, “Strategi pemasaran Industri Tahu berkah di desa Beringin Jaya, Kecamatan Simpang raya, Kabupaten Banggai ditinjau dari segi Ekonomi Islam”

<sup>12</sup> Fiata Nuratul Faizah, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi KabupatenGrobogan”, Skripsi (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2015).110



syari'ah, Untuk mengetahui arti wirausaha menurut agama islam, Untuk mengetahui tentang pemahaman bisnis berbasis syari'ah pada wirausahawan muslim di perumahan kaliwunguindah. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Dimana model penelitian ini dimasukkan dalam penelitian kualitatif. Deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian. Penelitian dengan teknik ini digunakan untuk melakukan penelitian lapangan seperti lembaga keuangan syari'ah atau oraganisasi social keagamaan<sup>13</sup>.

5. Penelitian yang dilakukan Helen Malinda (2017) dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)” bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari guna meningkatkan pendapatan karyawan Untuk mengetahui pandangan ekonomi islam mengenai strategi pengembangan bisnis UKM Cahaya Bahari dalam meningkatkan pendapatan karyawan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif, dengan pendekatan berfikir induktif. Metode induktif yaitu suatu cara berfikir

---

<sup>13</sup> Dyas Nur Fajrina, *Analisis Peranan Bisnis Berbasis Syari'ah pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal)*, Skripsi, (Semarang : UIN Walisongo, 2015). 22

yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa yang khusus yang kongkret kemudian dari fakta-fakta itu ditarik generalisasi yang bersifat umum. Maksud penulisan ini adalah menghubungkan data-data yang ada di kepustakaan dan sesuai dengan praktek di lapangan, kemudian menarik kesimpulan secara umum<sup>14</sup>.

Dari kelima hasil penelitian diatas, jelas dapat dilihat fokus pembahasannya dengan apa yang diteliti oleh penulis. Pada skripsi pertama, fokus pembahasannya yaitu upaya yang dilakukan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Palu dalam memasarkan produk khas yaitu dengan ikut berpartisipasi atau turut serta dalam kegiatan pameran baik yang berskala nasional maupun internasional, mempromosikan barang-barang produksi khas daerah kota Palu pada event-event besar, dan memanfaatkan media elektronik dalam kegiatan promosi dan pemasaran sesuai dengan syariat Islam.

Pada skripsi kedua, fokus pembahasannya adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh Industri Tahu berkah di desa Beringin Jaya, Kecamatan Simpang raya, Kabupaten Banggai dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, yang mencakup (1) Produk (*product*), (2) Harga (*price*), (3) Tempat (*place*), (4) Promosi (*promotion*). Yang berlandaskan 4 (empat) landasan normatif yang dapat dipersentasekan dalam aksioma

---

<sup>14</sup> Helen Malinda, “*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)*”, Skripsi (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2017).139

etika; 1) Landasan Tauhid, 2) Landasan Keadilan dan Keseimbangan, 3) Landasan kehendak bebas dan 4) Landasan Pertanggung Jawaban.

Pada skripsi ketiga, fokus pembahasannya yaitu melakukan analisis terhadap strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Makar Abadi Kabupaten Grobogan. Adapun strategi yang diterapkan adalah strategi kombinasi yang meliputi strategi vertikal (dengan menerapkan strategi integrasi kedepan dan strategi integrasi kebelakang dan strategi integrasi horizontal), strategi intensif (dengan menerapkan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) dan Strategi diversifikasi dengan menerapkan strategi diversifikasi terkait/ konsentrik.

Pada skripsi keempat, fokus pembahasannya yaitu bertujuan Untuk memahami tentang konsep bisnis yang sesuai dengan syari'ah, Untuk mengetahui arti wirausaha menurut agama islam, Untuk mengetahui tentang pemahaman bisnis berbasis syari'ah pada wirausahawan muslim di perumahan kaliwunguindah. Adapun hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan agama yang dimiliki oleh wirausaha muslim telah diterapkan dalam kegiatan bisnisnya dengan menjalankan bisnis dengan tetap memakai aturan yang diperbolehkan dan yang dilarang oleh ajaran agama.

Pada skripsi kelima, fokus pembahasannya adalah melakukan analisis strategi pengembangan bisnis ukm guna meningkatkan pendapatan karyawan menurut perspektif ekonomi islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau

Mataram Kabupaten Lampung Selatan). Dalam kegiatan bisnis UKM, strategi pengembangan usaha yang dilakukan adalah; (1) Mempertahankan kualitas produk yang diperjualbelikan dan (2) Memaksimalkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan perkembangan media elektronik. Adapun penerapan strategi tersebut sudah sesuai dengan syariat dan etika bisnis Islam.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Strategi**

Saat ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi yang aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Istilah Strategi (Strategy), oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi; akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut; dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi<sup>15</sup>

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah

---

<sup>15</sup> John A.Pearce II, Richard B.Robinson, Jr., *Manajemen strategi*,(Jakarta:Salemba Empat, 2014). 4

organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak.

Dari perspektif yang pertama, strategi adalah "program" yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakannya. Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif, yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi. Dari perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu". Dibutuhkan suatu pelaksanaan Program pemasaran yang tepat. Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan. Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya.

Pembahasan mengenai strategi dalam tulisan ini akan menyangkut kedua definisi di atas, namun akan menekankan ada peran aktif. Menurut para ahli yang mengemukakan tentang tentang pengertian strategi diantaranya adalah:

Menurut Stephanie K. Strategi dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana suatu pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi,

serta penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai.<sup>16</sup>

Menurut Hamel dalam buku Z. Hefflin Frinces, Strategi adalah sesuatu yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan selalu di mulai dari apa yang dapat terjadi bukan di mulai dari apa yang terjadi terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen melakukan kompetisi inti (core competencies)<sup>17</sup>

Menurut Chandler dalam buku Husein Umar Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam Buku Husain Umar. Menurut Laerved, Christensen, Andrew, dan Guth Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing, dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.<sup>18</sup>

Menurut Sondang P. Siagian Dalam buku Handito Joewono strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai tuntutan. Menurut Handito Joewono dalam bukunya strategi management, strategi adalah sistematisa berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan dan mencapai tujuan.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin, *Manajemen Produksi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.50

<sup>17</sup> Z. Hefflin Frinces, *Persaingan Dan Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi*, Jogjakarta: Mida Puataka, 2011). 36.

<sup>18</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010. 16.

<sup>19</sup> Handito Joewono, *Strategy Management*, Jakarta: Arrbey, 2012. 3.

Menurut Chandler dalam buku Handito Joewono Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam buku Handito Joewono. Menurut Child strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. Dalam buku Handito Joewono. Menurut Faulkner dan Johnson strategi juga memperhatikan posisi organisasi itu sendiri dengan memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan manuver teknis, tetapi dengan menggunakan perspektif jangka panjang.<sup>20</sup>

Menurut Johnson dan Scholes dalam Buku Sunarto strategi merupakan arah dan cakupan organisasi untuk jangka yang lebih panjang, menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan yang berubah, dan secara khususnya dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder. Kay mengatakan strategi bisnis memperhatikan kesesuaian kapabilitas internal perusahaan dan lingkungan eksternal.<sup>21</sup>

Menurut Steiner dan Milner dalam buku Sunarto menyebutkan bahwa strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai<sup>22</sup>

Strategi perusahaan adalah rencana jangka panjang yang telah disiapkan untuk mencapai misi perusahaan dan menghadapi berbagai kendala yang akan

---

<sup>20</sup> *Ibid.* 4

<sup>21</sup> Sunarto, *MSDM Strategik*, Yogyakarta: Amus, 2004. 23

<sup>22</sup> *Ibid* 24

dimasuki perusahaan. Strategi yang dimiliki oleh perusahaan harus konsisten dengan sasaran perusahaan dan dapat dicapai dengan sumber daya yang ada, atau yang diperkirakan akan ada serta memperhitungkan masalah-masalah peluang yang mungkin ada pada lingkungan.

Menurut Didin Hanifuddin dan Henri Tanjung strategi adalah respon secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.<sup>23</sup> Strategi terdapat pada berbagai tingkatan dalam sebuah organisasi organisasi. Tingkatan strategi dapat di bagi menjadi tiga bagian, yaitu<sup>24</sup> :

a. Strategi Korporat

Suatu pertanyaan maksud perusahaan, arah pertumbuhannya dan tujuan jangka panjangnya. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pertanyaan kunci: bisnis apa yang harus digeluti perusahaan?. Strategi korporasi akan menentukan apakah bentuk kegiatan bisnis dari organisasi tersebut, perlukah sebuah perusahaan diintegrasikan dengan perusahaan lain atau harus berdiri-sendiri sendiri dan bagaimana bisnis tersebut berhubungan dengan masyarakat.

b. Strategi Bisnis

Pernyataan rinci definisi, misi, tujuan unit bisnis dan ancangan-ancangan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Isu utama strategi pada level ini berkenaan dengan

---

<sup>23</sup> Didin Hadifuddin dan Henri Tanjung, *Management Syariah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2012. 29.

<sup>24</sup> Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen*, Jakarta Barat: Indeks Permata Puri Media, 2013. 60



persaingan di suatu pasar oleh setiap unit bisnis, misalnya apa saja keuntungan terhadap pesaing, apa peluang yang di manfaatkan, bagaimana perusahaan mengalokasikan sumberdayanya untuk mencapai posisi kompetitif yang diinginkan.

c. Strategi Operasional

Suatu pernyataan rinci tujuan jangka pendek dan metode yang akan digunakan oleh suatu bidang operasional untuk mencapai tujuan jangka pendek unit bisnisnya. Isu utama strategi pada level ini berkenaan dengan bagaimana masing-masing bagian dari organisasi dapat dirangkai secara bersama-sama membentuk strategic architecture yang secara efektif mampu menghasilkan arah strategi.

## 2. Strategi dalam pengembangan Usaha

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan<sup>25</sup>

Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu

---

<sup>25</sup> Racmat, *Manajemen Startegik*, Bandung: cv Pustaka Setia, 2014. 14

yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

#### 1. **Tahap-Tahap Pengembangan Usaha.**

Di dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha (business development), seorang wirausahaan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

Memiliki ide usaha Usaha apapun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha, ide usaha yang dimiliki oleh seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain, sebagai contoh, pengusaha bakmi langgaran tergerak untuk memasuki usaha bakmi setelah pemilik usaha ini melihat keberhasilan bisnis bakmi Gajah Mada. Selain melalui pengamatan terhadap keberhasilan bisnis orang lain, ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari wirausahawan. Sebagai contoh, ide usaha untuk mendirikan modern market telah mendorong seseorang untuk merealisasikan impiannya membuat supermarket matahari sebagai alternatif tempat belanja bagi keluarga indonesia yang pada umumnya belanja dipasar tradisional (*traditional market*).

- a. Penyaringan Ide/ Konsep Usaha Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya,

wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut kedalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha kedalam matra-matra bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide usaha-usaha tersebut dapat dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal (melalui studi kelayakan) maupun yang dilakukan secara informal (misalnya melalui focus group discussion).

- b. Pengembang Rencana Usaha ( *Business Plan*) Wirausahawan adalah orang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (proforma income statement) dari bisnis yang akan dijalankan. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), harus segera ditambahkan bahwa wirausahawan memiliki perbedaan yang menonjol dalam membuat rincian rencana usaha. Ada wirausahawan membuat rencana usaha sedetail mungkin dengan mengumpulkan berbagai informasi relevan mengenai berbagai skenario usaha yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Tetapi, ada pula wirausahawan yang hanya membuat rencana usaha secara sederhana dengan hanya memerhatikan kecenderungan pasar yang terjadi saat ini.

c. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha.

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha, rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi, rencana usaha seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha. Berdasarkan proses evaluasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan usaha dengan target usaha yang telah di buat dalam perencanaan usaha. Seorang wirausahawan dapat mengetahui apakah bisnis yang dia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau tidak? Apakah usaha yang dijalankan bertambah maju, atau bahkan mengalami kemunduran?

Melalui kegiatan usaha, seorang pengusaha justru akan memperoleh umpan balik (*feedback*) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, penetapan tujuan-tujuan dan strategi-strategi usaha baru atau melakukan berbagai tindakan koreksi (*corrective action*).<sup>26</sup> Dalam bisnis atau Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan

---

<sup>26</sup> Ismail Solihin, *pengantar bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006, 123-125.

pemantapan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang besar terutama di bidang teknologi industri pengembangan usaha adalah istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain.

Pengertian pengembangan usaha menurut para ahli, ada beberapa defenisi pengembangan usaha menurut para ahli di antaranya<sup>27</sup> :

1. Brown dan Petrello Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang di butuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
2. Hughes Pengembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan.
3. Mussleman dan Jakson Pengembangan usaha adalah suatu aktifitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut. Huat T Chwee Menurut Huat T Chwee pengertian pengembangan usaha ada 2 yaitu:

---

<sup>27</sup> <http://blog-pinta.blogspot.co.id>,Kewirausahaan. Diakses tanggal 02 Oktober 2020

- (1) Pengembangan usaha dalam arti yang luas adalah istilah umum menggambarkan semua aktifitas dan industri yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.
  - (2) Pengembangan usaha adalah sekumpulan uang kecil yang dikelola sekumpulan orang banyak sehingga berubah menjadi barang nyata.
4. Allan Affuah Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.
  5. Steinfeld Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha seperti, pedagang kelil lima yang tidak memiliki surat izin tempat usaha.
  6. Mahmud Mach Foedz Perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Sebagaimana dikutip oleh Mardani "Hukum Bisnis Syariah" menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja

bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalfahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.

## 2. Unsur Pengembangan Usaha

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

### a. Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal):

1. Adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya untuk lebih besar.
2. Mengetahui tehnik produksi barang seperti berapa banyak barang yang harus di produksi, cara apa yang harus di gunakan untuk mengembangkan barang /produk, dan lainlain.
3. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

### b. Unsur dari pihak luar (pihak eksternal):

1. Mengikuti perkembangan usaha dari luar usaha.
2. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.

3. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/ kondusif untuk usaha.
4. Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum di temui strategi ini bisa di gunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai untuk menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah

5. Cakupan jajaran produk

Suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi 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 anda untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternatif untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa di sandingkan dengan keahlian yang seksama. Sedangkan kreatifitas merupakan salah satu unsur yang penting yang perlu di jadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan sebuah bisnis usaha. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemiliknya dalam segala aspek , mulai dari ide dan produksinya.



### 3. Ekonomi Islam

#### a. Pengertian Ekonomi Islam

Menurut M. Umer Chapra, Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumberdaya yang terbatas, yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>28</sup>

Ekonomi Islam merupakan suatu konsep atau teori yang dikembangkan berdasarkan ajaran-ajaran Islam. Sedangkan secara luas Ilmu Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari aktifitas atau perilaku manusia secara aktual dan empiris baik dalam aspek produksi, distribusi maupun konsumsi berlandaskan syariat Islam yang bersumber dari Al Quran dan sunnah dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan duniawi dan ukhrawi.<sup>29</sup>

Allah berfirman pada QS Al Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهَا وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ١٥

*Artinya:*

*Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.<sup>30</sup>*

<sup>28</sup> Umer Chapra, *Ekonomi dan Tantangan Ekonomi, Islam Kontemporer*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999. 215

<sup>29</sup> Munrokhim Misanam, dkk, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008. 17.

<sup>30</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,,365

Dari beberapa pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Ekonomi Islam menerapkan suatu perilaku individu dalam kegiatan ekonominya harus sesuai dengan syariat dan tuntutan yang berlaku dalam Islam untuk mewujudkan dan menjaga *maqasyid syari'ah* (agama, jiwa, akal, nasab da harta)

### C. Strategi pengembangan usaha dalam perspektif Islam

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Sebagaimana dikutip oleh Mardani “Hukum Bisnis Syariah” menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya.

Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. Demikian pula, dengan bekerja individu bisa memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya bisa terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja.

Allah berfirman pada QS. Al-Ahqaaf (19):

وَالَّذِينَ دَرَجَاتٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَاللَّيُونَ فِيهِمْ أََعْمَلُهُمْ وَهُمْ لَا يظَلْمُونَ

Artinya :

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka.

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari- harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan perbuatan curang dan memakan riba<sup>31</sup>.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh<sup>32</sup>.

#### a. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumen sudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

#### b. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi juga memperhitungkan keuntungan non materiil (mendapat ridha dari Allah SWT)

---

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya.... 504

<sup>32</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011. 40.

#### c. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu atau dalam menghadapi suatu masalah. Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

#### d. Silaturahmi

Silaturahmi merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptanya. Silaturahmi menjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (future market), dan bahkan dengan kompetitornya.

#### e. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al Dhariyat (56):

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya :

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku”.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,,523.

f. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budaya pebisnis syariah. Menurut ajaran islam harta yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkan menjadi tabungan kita yang akan dilipatgandakan oleh Allah di dunia dan akhirat.

Adapun hal-hal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha yang berdasarkan prinsip syariah, diantaranya adalah:

a. Bangun motivasi dan bulatkan tekad.

b. Perkuat tawakal kepada Allah.

Untuk menjalankan usaha mereka juga selalu bertawakal kepada Allah, dan mematuhi segala perintahnya di buktikan dari sikap dan cara mereka melakukan sebuah usaha.

Allah berfirman dalam QS. Ali Imran (159):

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.<sup>34</sup>

c. Saat merintis usaha, jangan memaksakan diri untuk berbisnis

---

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,,. 71.

- d. gambaran ideal yang anda miliki.
- e. Pilih bisnis yang paling dikuasai dengan cepat.
- f. Pilih fokus dan bekerjalah secara fokus.
- g. Carilah teman atau partner.
- h. perkuat kesabaran, ketaqwaan dan tawakal

Allah berfirman dalam QS. Al – Baqarah (2) :153 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.<sup>35</sup>

- i. Berbuat baiklah dan tinggalkan maksiat.

Allah berfirman dalam QS. Al-Lail (92): 4-7:

إِنَّ سَعْيَكُمْ لَشَتَّىٰ ۚ فَأَمَّا مَنْ ءَعْطَىٰ وَءَاتَقَىٰ ۝ وَصَدَّقَ بِٱلْحُسْنَىٰ ۖ فَسَنُيَسِّرُهُ لِلْيُسْرَىٰ ۗ

Artinya :

“sesungguhnya usaha kamu memang berbeda-beda Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa, dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (surga), maka Kami kelak akan menyiapkan baginya jalan yang mudah.”<sup>36</sup>

Dan dalam QS. Thaha (20): 124

وَمَنْ ءَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ ٱلْقِيٰمَةِ ءَعْمَىٰ ۚ ۱۲۴

Artinya:

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,, 23

<sup>36</sup> Ibid. 595.

“Dan Barangsiapa berpaling dari peringatan-Ku, Maka Sesungguhnya baginya penghidupan yang sempit, dan Kami akan menghimpunkannya pada hari kiamat dalam Keadaan buta”.<sup>37</sup>

Dalam menjalankan usaha haruslah dilakukan dengan cara yang baik, dan jauh dari perbuatan maksiat seperti yang diperintahkan oleh Allah Swt. Perilaku manusia dalam menjalankan usahanya akan berdampak pada usahanya. Apabila dilakukan sesuai perintah Allah Swt maka keberkahan dan kemudahan akan didapatkan sebaliknya usaha yang dilakukan dengan upaya atau strategi yang tidak diridoi Allah Swt atau dilakukan dengan maksiat maka akan memberikan kerugian dunia dan akhirat bagi pelakunya.

---

<sup>37</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,, 320

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yang bersifat Kualitatif Deskriptif. Deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya. Adapun penelitian deskriptif yang dimaksud adalah adanya manusia sebagai alat peneliti utama yang mampu menemukan kepastian dan keaslian data untuk diuraikan dan dijabarkan sebagai hasil penelitian yang akurat, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan dengan kualitatif merupakan penelitian yang berdasar pada kondisi sebenarnya dari objek di lapangan.

Dengan demikian maka penulis berusaha untuk memberikan pemaparan tentang segala sesuatu yang menjadi objek penelitian dalam bentuk deskriptif yang kalimatnya sesuai dengan keadaan sesungguhnya dari suatu objek. Selanjutnya, sebelum penulis melaksanakan penelitian ke lokasi, penulis telah mengumpulkan informasi singkat terkait objek penelitian pada saat pelaksanaan KKP (Kuliah Kerja Profesi).



## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian dilakukan di Palu, Sulawesi Tengah. Adapun lokasi penelitian yang menjadi sumber data adalah UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) yang beralamat di Jalan Sis Aljufrie No 44 Palu, Sulawesi Tengah. Pemilihan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai objek penelitian dikarenakan peneliti sebelumnya telah melaksanakan kegiatan KKN ditempat tersebut dan kegiatan operasional yang tergolong stabil sejak berdirinya store retailer lokal tersebut.

## **C. Kehadiran Peneliti**

Dalam kegiatan penelitian, penulis bertindak sebagai instrument penelitian sekaligus pengumpul data sehingga keberadaan penulis di lokasi penelitian kualitatif bersifat mutlak dan telah diketahui oleh seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian.

Kehadiran penulis dalam lapangan membutuhkan waktu kurang lebih 1(satu) bulan untuk mendapatkan informasi dan data yang benar dan akurat sesuai dengan pembahasan dalam penelitian ini, namun tidak menutup kemungkinan akan memerlukan waktu tambahan apabila situasi dan kondisi yang tidak mendukung untuk pengumpulan data yang dibutuhkan.

## **D. Data dan Sumber data**

Data dan sumber data merupakan hal mendasar yang menentukan keberhasilan suatu penelitian. Suatu penelitian dikatakan bersifat ilmiah jika

memiliki data dan sumber data yang akurat dan terpercaya. Sumber data dalam penelitian dikategorikan dalam 2 (dua) bentuk yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah suatu data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung<sup>38</sup>. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah Manager dan karyawan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART).

2. Data Sekunder

Jenis data sekunder adalah jenis data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok, atau dapat pula didefinisikan sebagai sumber yang mampu atau dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok.<sup>39</sup>

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, maka dibutuhkan teknik pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan adalah:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan pencatatan-pencatatan terhadap objek sasaran.<sup>40</sup>

Metode ini juga bias diartikan sebagai pengamatan atau pencatatan data proses yang diselidiki. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang usaha UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART).

---

<sup>38</sup> Joko P. Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rimeka Cipta, 1997). 88

<sup>39</sup> Suryadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998). 85

<sup>40</sup> Abdurraman Fhatoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006). 104

## 2. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses Tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diperoleh dari yang diwawancarai.<sup>41</sup> Penelitian menanyakan suatu hal yang telah direncanakan kepada responden. Pada wawancara ini penulis dimungkinkan melakukan Tanya jawab dengan responden seperti Manager dan Karyawan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART).

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang beberapa catatan, transaksi, buku, surat kabar, majalah, tesis, makalah, jenis jenis karya tulis, agenda dan sebagainya.<sup>42</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dokumentasi yang langsung diambil dari objek penelitian.

## F. Analisa Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis semua catatan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang study kasus yang diteliti. Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

---

<sup>41</sup> Abdurraman Fhatoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta:PT.Asdi Mahasatya, 2006).105

<sup>42</sup> Suharsmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Cet XI., Jakarta:PT. Rineka Cipta, 1998).237

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi data

Penulis merangkum seluruh data yang ditemukan di lokasi penelitian dan mengambil beberapa data yang dianggap pantas mewakili untuk dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Penyajian Data

Penyajian data yang direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran terhadap data tersebut sebagaimana yang dikemukakan oleh Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman “alur penting kedua dari analisis adalah penyajian data, yakni sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.”<sup>43</sup>

3. Verifikasi Data

Verifikasi data adalah suatu pengambilan kesimpulan dengan cara mengevaluasi data atau memeriksa kembali data yang telah disajikan, sehingga penyajian dan pembahasan benar-benar dijamin akurat atau mengevaluasikan dan menilai data-data yang disajikan.

Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, menjelaskan:

“Kegiatan manusia ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi; dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat

---

<sup>43</sup> Matthew B Milles dan A. Michael Huberman, *IQualitatif Data Analisis*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendim *Analisis Kualitatif*, (Cet,I: Jakarta: UI Press, 1992).16

keteraturan, pola-pola, penjelasan konfigurasi alur sebab akibat dan proporsi.”<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Matthew B Milles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendim *Analisis Kualitatif*, (Cet,I: Jakarta: UI Press, 1992).9

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Deskripsi UD SALmart**

Pada bab ini, penulis akan melakukan pembahasan yang berasal dari hasil penelitian yang penulis dapatkan selama melakukan penelitian melalui langkah observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi yang terkait dengan strategi pengembangan usaha UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART).

Sal Mart didirikan pada tanggal 09 Juli 2003 yang kala itu dimana Yayasan Al-Khairaat dipimpin oleh Ir. Fadel Muhammad Al Hadar selaku ketua ketua yayasan.

Sebelum menjadi Swalayan Al-Khairaat diperiode tahun 1980 an masih berupa Toko Buku dan Kitab Al-Khairaat, dimana toko ini menyediakan buku-buku agama Islam dan kitab-kitab kuning yang biasa dikenal dengan kitab gundul dan perlengkapan sholat yang digunakan oleh sekolah-sekolah dan pesantren yang ada dilingkungan al-khairaat. Seiring dengan berkembangnya toko buku dan kitab tersebut maka diubahlah toko tersebut menjadi Koperasi Serba Usaha (KSU) Al-Khairaat yang mana salah satu cabangnya adalah Toko Serba Ada (TOSERBA), dimana yang tadinya cuman menjual peralatan sekolah, buku, kitab, dan alat sholat maka koperasi ini melalui unit usaha TOSERBA juga menjual kebutuhan barang sehari-hari.

Tahun demi tahun usaha ini semakin berkembang karena semua guru-guru dan pegawai yayasan dilingkungan Al-Khairaat itu menjadi anggota Koperasi

Serba Usaha Al-Khairaat. Karena usaha koperasi ini berkembang maka diubahlah lembaga tersebut menjadi Sal Mart/Swalayan Al-Khairaat pada tanggal 09 Juli 2003 dibawah kepemimpinan Ir. Alwi Aljufri yang merupakan pengembangan dari Koperasi Serba Usaha Al-Khairaat dimana dari tahun ketahun mengalami pergantian pimpinan sebanyak 5 kali. Yaitu sebagai berikut:

1. Ir. Alwi Aljufri
2. Dr. Sofyan Bachmid S.pd. MM
3. Ahmad Aljufri S.E. MM
4. Ir. Abd Rahman Al Habsi
5. Michael Die
6. H. Muh. Iqbal Ibrahim S.E (hingga sekarang).

Kepemimpinan H. Muh. Iqbal Ibrahim pada Juni 2015 hingga sekarang mengalami perkembangan yang sangat pesat terhadap Swalayan Al-Khairaat, yang dimana bangunan Swalayan Al-Khairaat pada saat itu masih sangat kecil dan strukturnya belum tertata rapi. Dan setelah kepemimpinannya lahan kosong yang ada dibelakang Swalayan Al-khairat tersebut diambil oleh beliau untuk memperluas area Swalayan tersebut dan membuat kantor dibelakang Swalayan seperti sekarang ini, dan struktur manajemennya pun tertata dengan rapi

## 2. Visi, Misi dan Motto

### a. Visi dan Misi UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART)

UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai salah satu usaha yang didirikan dibawah naungan Yayasan Alkhairat memiliki Visi khusus yaitu “MENGENALKAN DAN MENGEMBANGKAN USAHA DAGANG MILIK YAYASAN ALKHAIRAAT”. Visi tersebut mengandung makna bahwa UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai salah satu usaha store retail atau swalayan tidak hanya fokus pada upaya untuk mendapatkan *profit (keuntungan)* semata namun UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) adalah salah satu upaya YAYASAN ALKHAIRAAT mengenlkan dan memperluas jenis usahanya kepada masyarakat umum/ luas sekaligus melakukan kegiatan syiar Islam dari proses muamalah yang terkordinasi dengan baik. Guna mencapai visi tersebut, maka dijabarkan kedalam 2 (dua) misi yaitu:

1. Menjadikan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai salah satu Store Retail/ Swalayan yang dikenal seluruh masyarakat di kota Palu.

Upaya pengenalan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai salah satu usaha milik Yayasan Alkhairat terus dilakukan dan dikembangkan hingga saat ini dengan tetap mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan antar store retail yang ada di kota Palu. Sehingga saat ini UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) tidak hanya diketahui oleh kalangan Alkhairat saja namun seluruh



masyarakat dari berbagai kalangan, ras maupun keyakinan yang berbeda juga tahu bahkan berbelanja di UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) untuk segala kebutuhannya.

2. Menghadirkan segala jenis kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau.

Misi ini bertujuan untuk mengubah perspektif atau sudut pandang masyarakat yang beranggapan bahwa UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) adalah store retail khusus warga Akhiraat saja dengan menjual perlengkapan khusus Alkhairaat saja. Namun seiring berkembangnya waktu, barang-barang yang dijual juga mengalami perkembangan dengan dihadirkannya berbagai jenis kebutuhan pokok masyarakat. Bahkan Store Retail SALmart tergolong lebih lengkap daripada swalayan lainnya dimana cakupan barang yang dijual cukup beraneka jenisnya mulai dari perlengkapan ibadah khusus Muslim, kebutuhan pokok (makanan dan minuman), perabotan rumah tangga dan lainnya.

- b. Motto

Selanjutnya Sebagai usaha store retail lokal milik Yayasan Alkhairat di kota Palu, SALmart memiliki *motto/ slogan* yang khusus yaitu “*Belanja sambil beramal*”. Dari *motto/ slogan* tersebut diketahui bahwa UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) berbeda dibandingkan dari swalayan lainnya yakni bermuamalah sesuai dengan

ketentuan syariat Islam dan sebagai bentuk pengenalan terhadap keberadaan usaha dari Yayasan Alkhairaat.

### **Profil Lembaga**

Nama Lembaga	<b>UD.SALmart</b>
Alamat	<b>Jln.Sis Aljufri</b>
Kelurahan	<b>Siranindi</b>
Kecamatan	<b>Palu Barat</b>
Kota	<b>Palu</b>
Kode Pos	<b>964223</b>
No.Telepon	<b>456615</b>
E-mail	<a href="mailto:udsalmart05@gmail.com">udsalmart05@gmail.com</a>
Nama Pimpinan	<b>MUH. IQBAL IBRAHIM</b>
Tahun Berdiri	<b>2003</b>
Status Gedung	<b>Milik Sendiri</b>
Jenis Lembaga	<b>Yayasan</b>

#### **a. Deskripsi Kegiatan Operasional UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) Sumber Daya Manusia**

Dalam kegiatan operasionalnya UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) telah mengalami perubahan dan perkembangan sejak awal perdiriannya. Dimana yang pada awalnya merupakan sebuah koperasi yang bertujuan khusus menangani segala kebutuhan peserta didik yang mengenyam pendidikan di Yayasan Alkahairaat Palu hingga menjadi salah

satu swalayan lokal terbesar di kota Palu. Adapun fokus kegiatan operasional yaitu perdagangan. Kegiatan operasional dilaksanakan setiap hari dengan tetap memperhitungkan dan mempertimbangkan tenaga kerja yang digunakan. Indikasi kegiatan operasional yang cukup baik hingga saat ini dapat dilihat dari peningkatan profit yang diterima, perluasan area usaha, keberagaman barang yang diperjual belikan, jumlah alat dan pembaharuannya serta jumlah karyawan yang dimiliki. Adapun data karyawan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-laki	7
2	Perempuan	9
Jumlah		16

Tabel 4.2 Jenjang Pendidikan Karyawan

No	Tingkat	Jumlah (orang)	Keterangan
1	SD	-	
2	SMP	-	
3	SMA	15	
4	S1	1	
Jumlah		16	

Sama halnya dengan usaha store retailer, supermarket atau swalayan lainnya. Jam kerja karyawan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dibagi menjadi 2 (dua) jam kerja atau sistem kerja shift yaitu pagi dan sore sesuai dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan.

#### b. Sumber Daya Aset

Keadaan Inventaris dan perlengkapan SALmart adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Inventaris UD SALmart

No	Jenis Barang	Satuan	Volume	Ket
1	Komputer	unit	5	baik
2	Jam Dinding	unit	3	baik
3	Printer	unit	3	baik
4	Meja kerja	unit	7	baik
5	Meja kasir	unit	2	baik
6	Motor Roda 3 Kaisar	unit	1	baik
7	Mesin pompa air	unit	1	baik
8	Terali besi pengaman	unit	3	baik
9	AC	unit	6	baik
10	Kipas Angin	unit	8	baik
11	Dispenser air	unit	1	baik

12	Kulkas	unit	4	baik
13	CCTV	unit	7	baik
14	Monitor CCTV	unit	3	baik
15	Kursi Karyawan	unit	8	baik
16	Kursi Tamu	unit	3	baik
17	Genset	unit	1	baik
18	Lemari Barang	unit	3	baik
19	Tempat sampah	unit	6	baik
20	Papan nama swalayan	unit	1	baik
21	Radio	unit	1	baik
22	Lemari Penitipan barang	unit	1	baik
23	Gorden Jendela	unit	5	baik
24	Papan struktur	unit	1	baik
25	Papan nama ruangan	unit	3	baik
26	Karpet	unit	1	baik
27	Lemari Arsip	unit	1	baik
28	Telepon Fax	unit	1	baik
29	Timbangan	unit	1	baik
30	Gunting	unit	6	baik

31	Cutter	unit	3	baik
32	Shopping trolley	unit	12	baik
33	Tas plastik belanja uk besar	unit	15	baik
34	Tas plastik belanja uk kecil	unit	15	baik
35	Lemari produk	unit	28	baik
36	Ember plastik	unit	6	baik
37	Sapu lantai	unit	5	baik
38	Keset kaki	unit	5	baik
39	Mesin Kasir	unit	2	baik

Berdasarkan data inventaris diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) sebagai swalayan dilakukan dengan baik dan sudah mengikuti standar operasional store retail.

## **B. STRATEGI PENGEMBANGAN UD SALMART DALAM MENINGKTKAKAN USAHA**

Pada dasarnya sebagai salah satu jenis usaha perdagangan, UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) memiliki strategi pengembangan usaha yang baik karena telah melibatkan tenaga profesional untuk kegiatan managemennya. Adapun peneliti mengetahui strategi yang diterapkan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dalam kegiatan operasionalnya

sebagai hasil obeservasi dan wawancara langsung pada objek peneliian sebagai berikut:

1. Memiliki niat yang baik

Niat dianggap sebagai salah satu hal yang mendasar yang harus diperhatikan dan dimiliki pelaku usaha untuk memulai atau menjalankan usahanya adalah niat yang baik. Hal yang baik akan mendatangkan hal-hal yang baik sebaliknya hal yang tidak baik akan mendatangkan yang tidak baik pula, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muh Ikbal Ibrahim, responden yang diwawancarai, beliau mengatakan *“bahwa awal mula usaha ini adalah niat dari Yayasan Alkhairat untuk dapat menyediakan kebutuhan buku dan perlengkapan sekolah bagi siswa yang bersekolah maupun santri pesantren di lingkungan Alkhairaat”* (Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita)<sup>45</sup>.

Seperti yang telah dipaparkan bahwa YAYASAN ALKHAIRAAT membentuk UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) pada awalnya merupakan koperasi khusus untuk memenuhi kebutuhan anak didik ALKHAIRAAT hingga berkembang seperti saat ini didasari oleh niat baik untuk memperkenalkan dan mengembangkan usaha dagang milik Alkhairaat sebagai salah satu organisasi komunitas Islam terbesar di kawasan Indonesia Timur. Melalui usaha dagang ini lah, Alkhairaat memberikan contoh nyata muamalah yang baik dan sesuai syariat Islam.

---

<sup>45</sup> Muh Ikbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, *“Wawancara”*, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.

## 2. Menjalankan usaha yang halal

Dalam islam, kehalalan sebuah usaha merupakan suatu hal yang sangat penting dan benar-benar diperhatikan oleh seluruh pelaku usaha tidak terkecuali store retail seperti UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART). Contohnya makanan, minuman bahkan barang-barang berupa perabotan rumah tangga yang mengadung atau terbuat dari babi atau bahan haram lainnya tidak diperkenankan untuk dijual di UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART). Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Muh Iqbal Ibrahim, *“Karena zaman semakin canggih kita harus lebih teliti lagi terhadap kandungan yang terdapat dalam barang yang diperjual belikan di SALmart contohnya nugget yang dijual harus diketahui dengan pasti komposisinya sebelum kita display”*. (Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita)<sup>46</sup>.

Pada pengelolaannya, Manajemen UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) berpegang teguh pada prinsip Halal. Baik dari segi kegiatan operasional maupun jenis barang yang di perjualbelikan menempatkan aspek halal sebagai pertimbangan utama.

## 3. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan penataan ruang dan lingkungan yang bersih dan rapi.

Lokasi UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) yang berada di Jalan Utama di Kota Palu sangat membantu dari segi pengenalan usaha

---

<sup>46</sup> Muh Iqbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, *“Wawancara”*, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.



ditengah masyarakat. Tempat yang mudah dijangkau dan akses kendaraan yang mudah serta terletak diantara pemukiman penduduk yang cukup padat. UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) menjadi salah satu pilihan utama berbelanja. Seperti yang dijabarkan oleh Bapak Muh Ikbal Ibrahim, *“salah satu keunggulan SALmart adalah tempatnya ditepi jalan besar, dan Alhamdulillah saat ini kita sudah punya ruangan yang besar karena sudah diadakan renovasi. Karena ruangan yang kecil bikin kita tidak maksimal dalam memberikan pelayanan pada pelanggan kita”* (Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita)<sup>47</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa keputusan untuk memperbesar Ruangan toko merupakan keputusan yang tepat karena hal tersebut menambah kenyamanan dan kebebasan pelanggan dalam berbelanja. Keadaan lingkungan yang bersih dan penataan barang yang baik juga nilai tambah untuk UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART).

4. Meningkatkan inovasi dan variasi barang yang dijual sesuai kebutuhan pasar.

Sebagai upaya usaha SALmart dalam mempertahankan eksistensinya hingga saat ini adalah peningkatan inovasi dan variasi barang yang dijual. Kemajuan akan zaman dan permintaan kebutuhan pasar yang semakin beragam membuat UD Swalayan Alkhairaat Mart

---

<sup>47</sup> Muh Ikbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, *“Wawancara”*, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.

(SAL MART) untuk terus melakukan pembaruan terhadap minat dan selera pasar. Dalam hal meningkatkan inovasi dan variasi barang tersebut, UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) mengandalkan para perusahaan pemasok yang telah bekerja sama untuk memenuhi hal tersebut, selain menyediakan beragam barang yang dibutuhkan oleh masyarakat, perusahaan pemasok juga merupakan informan terbaik dalam memberitahukan atau menggambarkan jenis pasar yang sedang diminati oleh masyarakat, seperti yang disampaikan oleh Bapak Muh Iqbal Ibrahim selaku Manager SALmart, *“untuk bertahan hingga saat ini, SALmart berupaya menghadirkan barang-barang yang sedang hits dan dibutuhkan oleh masyarakat kita. (Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita).<sup>48</sup>*

##### 5. Mengutamakan sportifitas dalam menjalankan usaha

Seperti yang diketahui bahwa persaingan dalam usaha merupakan hal yang umum. Namun perlu dipahami pula bahwa Islam mengajarkan pentingnya sportifitas dalam usaha. Dalam kegiatan usaha yang dilakukan tidak boleh dijalankan dengan metode yang dapat merugikan atau merusak kepentingan orang lain. Muslim dihibau untuk berkompetisi secara sehat agar usaha yang dimiliki diridhoi ALLAH SWT, sama halnya yang dikemukakan oleh Bapak Muh Iqbal Ibrahim *“Dalam menjalankan usaha, kami tetap mengedepankan persaingan yang sehat. Upaya kami untuk*

---

<sup>48</sup> Muh Iqbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, *“Wawancara”*, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.

*menguprade barang-barang yang kami jual adalah salah satu contohnya.”(Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita)*

Meskipun harus bertahan ditengah persaingan usaha sejenis yang terus berkembang dan keadaan ekonomi yang tidak stabil, UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) tetap berupaya untuk menempatkan sportifitas dalam menjalankan usaha. Keyakinan akan kemungkinan bahwa usaha tidak akan berjalan dengan baik dan akan merugikan semua pihak membuat managemen UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) menjauhi upaya-upaya pengembangan yang berpotensi merusak usaha yang telah dirintis.

#### 6. Menggunakan teknologi terbaru untuk kegiatan operasional toko

Dalam upaya memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan, UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) juga *menguprade* peralatan yang digunakan seperti Store Retail atau Swalayan lainnya contohnya penggunaan *price checker* dan *Cash Drawer* pada setiap transaksi yang dilakukan. Bapak Muh Ikbal Ibrahim, “*kami upayakan untuk memakai teknologi terbaru untuk kegiatan operasional kami, contohnya mesin kasir. Jadi kasir kami tidak manual meskipun lokal namun kami berupaya untuk menggunakan standar nasional.”* (Wawancara pada Rabu, 23 September 2020, Jam 14.07 Wita)<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Muh Ikbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, “*Wawancara*”, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.

Dalam hal pengembangan dan peningkatan usaha, teknologi merupakan hal yang sangat menunjang keberlangsungannya. Kecakapan tenaga kerja yang dimiliki harus didukung peralatan yang baik. Disamping itu, pemanfaatan teknologi terbaru dalam dunia usaha jenis juga merupakan daya tarik tersendiri bagi pelanggan (*customer*) setia dan usaha promosi yang tepat.

### **C. STRATEGI PENGEMBANGAN UD SWALAYAN ALKHAIRAAT MART DALAM MENINGKATKAN USAHA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Islam menugaskan kepada seluruh kaum muslimin untuk beriman dan beramal saleh, beribadah, berbisnis, serta bekerja dan berusaha secara halal seperti berdagang yang merupakan kegiatan yang diridhoi oleh Allah SWT, dimana usaha harus terus dikembangkan agar lebih meningkat dan lebih baik kedepannya. Dalam kegiatan pengembangan usaha seperti memasarkan dan mengelola produk yang akan digunakan masyarakat haruslah memperhatikan segala aspeknya sehingga tidak menimbulkan kemudharatan. Islam sangat mendukung manusia yang mau berusaha dan bekerja untuk memperbaiki taraf hidupnya, dimana bekerja dipandang sebagai ibadah oleh Allah Swt. Oleh karena itu Allah menjelaskan kepada umatnya bahwa Allah memberikan berbagai karunia yang berlimpah dimuka bumi dan tugas manusia lah mengelola karunia tersebut, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS An-Nahl ayat 5-7

وَالْأَنْعَمَ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ ٥ وَلَكُمْ فِيهَا جَمَالٌ حِينَ تُرِيحُونَ  
 وَحِينَ تَسْرَحُونَ ٦ وَتَحْمِلُ أَثْقَالَكُمْ إِلَىٰ بَلَدٍ لَّمْ تَكُونُوا بُلِغِيهِ إِلَّا بِشِقِّ الْأَنْفُسِ إِنَّ رَبَّكُمْ  
 لَرَّءُوفٌ رَّحِيمٌ ٧

Artinya:

1. Tuhanmu benar-benar Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.<sup>50</sup> Dan Dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagiannya kamu makan,
2. Dan kamu memperoleh pandangan yang indah padanya, ketika kamu membawanya kembali ke kandang dan ketika kamu melepaskannya ke tempat penggembalaan dan
3. Dan ia memikul beban-bebanmu ke suatu negeri yang kamu tidak sanggup sampai kepadanya, melainkan dengan kesukaran-kesukaran (yang memayahkan) diri. Sesungguhnya

Dari kandungan ayat tersebut, dapat kita pahami bahwa Allah telah memberikan kepada umatnya berbagi manfaat yang bisa diambil dari seekor ternak dengan cara dikelola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila manusia menginginkan suatu hal yang lebih banyak dan besar maka keinginan tersebut harus diiringi usaha yang lebih giat. Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dia pun akan mendapatkannya. Sama halnya dengan UD SALmart, mereka harus terus mengembangkan usahanya agar lebih besar dan eksis ditengah persaingan usaha yang semakin maju.

<sup>50</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,, . 267.

Strategi UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dalam mengembangkan usahanya menurut perspektif Islam haruslah berlandaskan dengan nilai-nilai yang ditetapkan oleh Allah SWT dan rasul-rasulnya.

Dari hasil penelitian penulis pada lokasi penelitian bahwa penerapan 6 (enam) strategi UD SALmart dalam mengembangkan usahanya yaitu;

1. Memiliki niat yang baik
2. Menjalankan usaha yang halal
3. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan penataan ruang yang rapi dan bersih
4. Meningkatkan inovasi dan variasi barang yang dijual sesuai kebutuhan pasar dengan harga terjangkau.
5. Mengutamakan sportifitas dalam menjalankan usaha
6. Menggunakan teknologi terbaru untuk kegiatan operasional toko

Strategis UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) tersebut diatas telah memenuhi aturan dan kriteria yang telah dianjurkan oleh Agama Islam, dimana dalam penerapannya, tidak ada yang bertentangan dengan Ekonomi Islam, bahkan daam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga sikap dan etika dalam berbisnis dan pengembangan bisnis<sup>51</sup>. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Al-Ahqaaf

QS. Al-Ahqaaf: 19

---

<sup>51</sup> Muhammad Djakfar, *Anatomi perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang:UIN-Malang Press. 2009. 79

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَيُؤْتِيهِمُ أَجْرَهُمْ وَهُمْ لَا يَظْلَمُونَ

Artinya:

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.<sup>52</sup>

Dalam surat tersebut, orang-orang Islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitulah pula dalam berusaha dilarang menggunakan perbuatan curang dan memakan riba. Dalam strategi pengembangan usaha UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) niat usaha yang halal serta upaya bermuamalah secara sehat merupakan usaha yang bebas keharaman dalam Ekonomi Islam.

Apabila ditinjau dari Ekonomi Islam, usaha dagang UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dari sudut pandang kualitas dan harga barang yang diperjualbelikan serta sikap SALmart dalam menghadapi persaingan antar usaha sejenis masih sesuai dengan aturan Islam dan masih dalam kategori sehat. Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi

QS. Al-Muthaffin:1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ١ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ٣

Artinya :

1. kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang.

<sup>52</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,,, 587

2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,
3. dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.<sup>53</sup>

Yang dimaksud dengan orang –orang curang disini adalah orang-orang yang curang dalam menimbang dan menakar. Dalam praktik usaha yang dilakukan oleh UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dapat dipastikan bahwa tidak ada upaya menipu atau membohongi pelanggan dengan membedakan harga atau bahkan menjual barang-barang yang hanya ditemui di SALmart dengan harga yang tidak wajar. Sama halnya dalam strategi persaingan usaha, SALmart sangat menjunjung tinggi sportifitas dalam berkompetisi dan perapannya sudah sesuai dengan aturan Islam. Karena dalam strategi persaingan antar usaha UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) tidak terdapat kezaliman yang merugikan pelaku usaha lainnya. Seperti firman Allah yang berbunyi

QS An – nahl ayat 105

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ ١٠٥

Artinya:

*Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka Itulah orang-orang pendusta.*<sup>54</sup>

Dari beberapa strategi usaha yang dilakukan UD Swalayan Alkhairaat Mart (SAL MART) dalam mengembangkan usahanya dapat diambil

<sup>53</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya,, . 71.

<sup>54</sup> Ibid. 279



kesimpulan bahwa secara umum strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usahanya sudah sesuai dengan prinsip dan aturan Islam.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Strategi UD SALmart dalam mengembangkan usahanya dan menjaga eksistensinya ditengah persaingan usaha sejenis yang semakin berkembang di tengah masyarakat kota Palu adalah;
  1. Memiliki Niat yang baik,
  2. Menjalankan usaha yang halal,
  3. Memanfaatkan lokasi yang strategis dan penataan ruang yang rapi dan bersih,
  4. Meningkatkan inovasi dan variasi barang yang dijual sesuai kebutuhan pasar dengan harga terjangkau,
  5. Mengutamakan sportifitas dalam menjalankan usaha serta
  6. Menggunakan teknologi terbaru untuk kegiatan operasional toko.
2. Penerapan strategi UD SALmart dalam mengembangkan usahanya sudah sesuai dengan aturan dan prinsip Ekonomi Islam karena dalam pelaksanaannya strategi- strategi tersebut terbebas dari praktik dzaliman dan keharaman.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian sekaligus bagian akhir dari penulisan ini, berikut diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. UD SALmart dapat memaksimalkan promosi terhadap usahanya, karena belum ada strategi khusus yang membahas tentang strategi pemasaran kedepannya. Salah satu upaya yang bisa dilakukan selain publikasi melalui siaran radio dan media cetak milik Yayasan Alkhairaat, melakukan promosi via media sosial seperti Facebook dan Instagram agar target pasar bisa menjangkau kalangan remaja maupun pekerja usia kisaran 20 – 35 tahun.
2. UD SALmart sebaiknya menambah jumlah karyawannya yaitu pada bagian penginputan yang saat ini hanya ada 2 (dua) orang sedangkan barang yang masuk setiap hari sangat banyak dan butuh waktu dan ketelitian dalam penginputannya.
3. Perlu adanya pelatihan karyawan terkait tupoksi dan jobdesk tiap karyawan sehingga tidak ada karyawan yang lalai dalam bekerja contohnya karyawan bagian supervisor yang kurang teliti dalam mengorder barang. Pelatihan akan tupoksi membantu karyawan mahir/ahli dalam bagiannya sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi usaha yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011.
- Suharsmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet XI., Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Artinya*, Bandung: Diponegoro, 2010.
- Fajrina Nur Dyas, *Analisis Peranan Bisnis Berbasis Syari'ah pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal)*, Skripsi, (Semarang : UIN Walisongo, 2015).
- Tua MARIHOT Hariandja Efendi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Faizah Nuratul Fiatah, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Makar Abadi Kabupaten Grobogan", Skripsi (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2015).
- Abdurrahman Fhatoni Abdurrahman, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006.
- Heflin Z. Frinces, *Persaingan dan Daya Saing Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi*, Jogjakarta: Mida Pustaka, 2011
- Handito Joewono, , *Strategy Management*, Jakarta: Arrbey, 2012.
- Didin(ed.) Hanifuddin, *Management Syariah Dalam Praktik*, Jakarta: Geme Insani Press, 2012
- Harmaizar, *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2003.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Malinda Helen, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)", Skripsi (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2017).
- Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.

- B.Robinson Richard A.Pearce II, John., *Manajemen strategi*,(Jakarta:Salemba Empat, 2014).
- Hijriyah Khusnul, “*Strategi pemasaran Industri Tahu berkah di desa Beringin Jaya, Kecamatan Simpang raya, Kabupaten Banggai ditinjau dari segi Ekonomi Islam*”
- AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id>bitstream,.  
Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Michael A. Hubernam dan Mettew B milles Milles, *Qualitatif data analisis, diterjemahkan oleh Tjetjeb Rohendi, Analisis kualitatif Cet. I*; Jakarta:UI Prees, 1992
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi
- Muh Ikbal Ibrahim, Pemimpin UD Salmart Palu, “*Wawancara*”, di Ruang Pimpinan UD Salmart Palu, Tanggal 23 September 2020.
- Rif’an Muh, “*Strategi pemasaran produk khas daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu (Dalam Perspektif Ekonomi Islam)*”
- Racmat, *Manajemen Statetik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014
- Solihin, Ismail, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006
- Sumarsan, Thomas, *Sistem Pengendalian Manajemen*, Jakarta Barat: Indeks Permata Puri Media, 2013
- Sunarto, *Msdm Strategik*, Yogyakarta: Amus, 2004.
- P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rimeka Cipta, 1997.
- Suryadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* , Jakarta:Raja Grafindo Persada,1998.
- Umar , Husain, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Yuyun Wirasasmita, *Kewirausahaan: Buku Pegangan*. Jatinangor: UPTPnerbitan IKOPIN, 1994.

<http://blog-pinta.blogspot.co.id>,Kewirausahaan. Diakses tanggal 02 Oktober 2020