

BAB II

Tinjauan Teoritis

A. Indomaret

PT. Indomarco Prismatama merupakan perusahaan swasta nasional yang mengelola jaringan mini market Indomaret dengan akta notaris no. 207, 21 November 1988, Benny Kristianto dan SIUP no. 789/0902/PB/XII/88, 20 Desember 1988. UUD No. 207, 21.11.1988.

Indomaret merupakan jaringan bisnis waralaba convenience store terbesar di Indonesia. Mini market Indomaret melayani seluruh kebutuhan mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan yang dibutuhkan setiap harinya. Saat ini Indomaret dapat dengan mudah ditemukan di seluruh wilayah Indonesia, terutama di sekitar perumahan atau pemukiman, di sekitar gedung perkantoran, jalan raya, jalan lintas daerah dan sekitar fasilitas umum. Keberadaan Indomaret yang tersebar luas sejalan dengan “mudah dan ekonomis”. Motto yang diusung Indomaret dengan harapan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih mudah. Hingga saat ini Indomaret di Indonesia memiliki lebih dari 18.000 toko, dimana sekitar 38% dari toko tersebut merupakan waralaba dan sisanya dimiliki oleh PT. Indomarco Prismatama. Indomaret memiliki 17 pusat distribusi yang

mendistribusikan produk komersial, 4.800 jenis produk atau lebih, ke seluruh cabang Indomaret di Indonesia.¹

Indomaret merupakan jaringan mini market yang cocok untuk kebutuhan sehari-hari di kawasan perbelanjaan. Keinginan mulia untuk terus mengabdi kepada negara dan masyarakat lahir dari pengetahuan konsumen, menjaga perilaku belanja dan pembelian masyarakat ke tempat penjualan yang modern. Penggabungan Indomaret menjadi badan hukum dengan Visi PT. Indomarco Prismatama adalah “menciptakan jaringan ritel yang lebih besar” dan motto “mudah dan ekonomis”. Awalnya Indomaret hadir dengan konsep membangun perkantoran di dekat kawasan konsumen. Indomaret juga menawarkan berbagai kebutuhan pokok dan sehari-hari sehingga konsumen dapat membeli kebutuhannya di Indomaret.

Indomaret memperkaya strateginya dengan menghadirkan aplikasi belanja yang menghadirkan kenyamanan luar biasa bagi konsumen. Di era digital yang semakin dominan, langkah ini merupakan respons cerdas terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan menawarkan platform digital tersebut, Indomaret menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih fleksibel, nyaman, dan personal bagi konsumen.

¹ Setya Anugrah, Pengaruh Bauran Ritel terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang, [Skripsi Departemen Administrasi Bisnis], Semarang, Fakultas Ilmu Social Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2020, hal, 67.

Digital marketing biasanya didefinisikan sebagai cara untuk mempromosikan atau memasarkan produk atau jasa melalui media digital. Dengan perilaku masyarakat yang berubah yang lebih berfokus pada internet, memasarkan produk menjadi lebih sulit. Secara online konsumen lebih aktif mencari apa yang diinginkan menggunakan media online karena menjadi lebih mudah untuk mengakses berbagai informasi dari sebelumnya.²

- Konsep dasar sistem informasi manajemen (SIM). terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait seperti perangkat keras, perangkat lunak, data, prosedur, dan sumber daya manusia. Elemen-elemen ini bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan berbagi informasi yang relevan. Di ritel MIS biasanya digunakan untuk manajemen transaksi penjualan, pencatatan inventaris, analisis penjualan, dan pelaporan keuangan. Peran MIS di Indomaret Sebagai salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia, Indomaret menggunakan MIS untuk beberapa tujuan utama:

1. Manajemen inventaris: MIS memungkinkan pengelolaan inventaris secara real-time, meminimalkan risiko inventaris atau kelebihan inventaris, dan menjaga inventaris.
2. proses pengadaan: Strategi pemasaran dan lokasi toko baru.

² Hatapayo, N. F., & Relubun, D. A. (2023). *PERAN DIGITAL MARKETING TERHADAP JUMLAH WISATAWAN PADA TEHING MAKARIKI DI NEGERI YAPUTIH KECMATAN TEHORU*. Amal: Jurnal Ekonomi Syariah, 4(02).

3. Layanan pelanggan: MIS meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih cepat dan efisien seperti transaksi cepat dan program loyalitas.

4. Efisiensi operasional: dengan mengotomatiskan berbagai proses bisnis, MIS membantu Indomaret mengurangi dan meningkatkan biaya operasional. efisiensi keseluruhan.

5. Pengendalian internal

Dalam sistem informasi akuntansi Indomaret, akuntansi internal sangat penting agar laporan keuangan akurat dan bebas kesalahan. Ini memainkan peran penting dalam memperkuat pengendalian internal dan mempengaruhi personel.³

6. Strategi Porter

Indomaret menerapkan Strategi Porter untuk meningkatkan kesuksesan bisnis. Pendekatan ini mencakup analisis SWOT, analisis internal dan eksternal, serta penilaian kekuatan dan kelemahan.

7. Pengembangan MIS

Melibut pemahaman konsep dasar sistem, analisis kebutuhan, perancangan sistem informasi manajemen. Langkah-langkah ini memastikan MIS Indomaret efisien dan efektif dalam mengelola operasional.

³ Nikita Khairani Siregar, Rayyan Firdaus, (2024) Studi Sistem Informasi Manajemen : Kasus Indomaret, Jurnal Manajemen Bisnis Terkini (JUMBIDTER), Vol. 1, No. 3 Juli 2024, Hal 184-193

B. Strategi Pemasaran dan Produksi Indomaret

Strategi pemasaran dan inovasi yang digunakan oleh Indomaret. Indomaret, salah satu perusahaan ritel terbesar di Indoonesia, telah berhasil mengimplementasikan beberapa strategi pemasaran dan inovasi yang efektif untuk memperluas dan memperkuat posisinya di pasar. Beberapa strategi tersebut meliputi:

a. Lokasi strategis

Indomaret berhasil menerapkan strategi menempatkan diri pada posisi strategis sebagai salah satu penopang utama kesuksesannya di dunia ritel Indonesia. Dalam upaya ini, kami secara cermat memilih lokasi yang memiliki potensi besar untuk menjangkau beragam segmen konsumen. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen dan preferensi pembelian. Toko-toko yang tersedia berlokasi strategis di kawasan yang sering dikunjungi seperti kawasan perumahan, perkantoran, sekolah, kampus, dan dekat jalan raya dengan lalu lintas padat. Strategi ini diterapkan untuk mendekatkan Indomaret dengan keseharian konsumen sehingga memudahkan mereka mengakses kebutuhan pokok dan barang sehari-hari.

Dengan memilih lokasi yang strategis, mereka dapat memanfaatkan peluang pasar dengan lebih efektif. Mereka tidak hanya melayani mereka yang membutuhkan akses toko yang mudah, tetapi juga menciptakan interaksi yang lebih kuat dengan konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau memberikan

kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian tanpa harus melakukan perjalanan jauh. Hal ini juga memudahkan orang-orang dengan jadwal sibuk seperti pekerja dan pelajar untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan tanpa membuang banyak waktu. Namun, pemilihan lokasi yang strategis bukan satu-satunya keunggulan bisnis ritel ini. Penampilan setiap point of sale juga diperhatikan dengan matang. Perusahaan ritel menjadikan estetika modern dan menarik sebagai bagian integral dari strateginya. Toko-toko juga didesain dengan tampilan yang segar dan modern, menggunakan pencahayaan yang baik, tata letak produk yang rapi dan signage yang jelas. Semua itu bertujuan untuk menarik perhatian konsumen pada pandangan pertama, menimbulkan kesan profesionalisme dan menciptakan lingkungan berbelanja yang nyaman dan menarik.⁴

Lebih dari sekedar tempat berbelanja, tempat penjualan juga terintegrasi dengan lingkungan dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan pemilihan lokasi yang strategis dan tampilan yang modern, Indomaret tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan aksesibilitas dan kenyamanan berbelanja, namun juga menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. Pendekatan ini berhasil menciptakan ikatan emosional dengan

⁴Hani Subakti, Mengungkap 5 Strategi Indomaret, Industri Retail Yang Mendominasi, 13 Oktober 2023.

konsumen dan mengukuhkan posisi perusahaan sebagai salah satu pionir di sektor ritel Indonesia.

b. Mengidentifikasi produk atau layanan yang ditawarkan sesuai kebutuhan pelanggan.

Salah satu cara untuk meningkatkan daya beli masyarakat adalah dengan mengurangi keuntungan agar harga di toko lain tidak naik. Diskon atau potongan harga merupakan salah satu strategi yang jelas terkait dengan variabel harga dalam pemasaran, sehingga dalam hal ini juga merupakan contoh bagaimana suatu produk dan jasa menarik konsumen. Pemilihan produk yang tepat, harga yang efektif, saluran distribusi yang baik dan penawaran yang efektif merupakan beberapa faktor yang menunjang keberhasilan strategi pemasaran Indomaret. Jelaskan sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keberhasilan bisnis Indomaret. dari.⁵

c. Harga (price)

Kebijakan harga yang diterapkan di setiap Indomaret adalah harga produk. Mengingat profitabilitas harga jual dan permintaan. Strategi penerapan harga Indomaret adalah promosi harga melalui media cetak dan elektronik yang

⁵ Jenia Posumah, Sestia Guratji, Oktria Veni, Romi Mesra, Strategi Pemasaran Indomaret Dalam Meningkatkan Penjualan Produk, ETIC (*EDUCATION AND SOCIAL SCIENCE JOURNAL*), Vol. 1. No. 3. Hal 142-143.

menawarkan harga kompetitif dan diskon jika produk Indomaret memiliki kualitas yang baik.

d. Promosi

merupakan faktor yang sangat penting untuk menjaga dan meningkatkan minat beli perusahaan. Tujuan dari kegiatan promosi ini sangat terbatas, karena melalui kampanye ini hanya dapat dilihat oleh konsumen di toko. Pada saat yang sama, kegiatan promosi perusahaan lainnya meliputi penjualan pribadi dan kegiatan promosi. Selain itu Indomaret membuat promosi *Personal Selling* adalah ketika suatu bisnis menawarkan produk untuk dijual secara langsung atau dari mulut ke mulut kepada konsumen yang datang ke bisnis tersebut, berbicara secara tatap muka dengan pembeli yang dituju. Namun promosi penjualan yang dimaksud di sini adalah promosi penjualan yang ditawarkan kepada konsumen dengan memberikan potongan harga.⁶

e. Strategi Distribusi (Distribution)

Distribusi atau pendistribusian barang di Indomaret merupakan faktor yang sangat menentukan kelangsungan operasional usaha. Sementara itu, layanan Indomaret diberikan dalam dua cara, yaitu online (dengan mengklik Indomaret) dan offline (di toko Indomaret sendiri). Strategi distribusi Indomaret adalah

⁶ Anzilimah, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Indomaret (Studi Indomaret Cabang Adhyaksa Kota Banjarmasin), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan, 2020

memilih lokasi yang strategis. Sistem distribusi Indomaret menggunakan teknologi canggih melalui pengumpulan digital, yang memungkinkan sistem Indomaret dapat didistribusikan secara andal, bijak, dan efisien. Dengan dukungan tenaga ahli di bidangnya, dalam pendistribusian barang ke konsumen, pendistribusian ke seluruh kantor Indomaret dapat terlayani dengan baik.⁷

C. Usaha Mikro , Kecil, Menengah (UMKM) Sebagai Pilar Perekonomian Rakyat.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Istilah ini mengacu pada bidang usaha yang terdiri atas usaha kecil dan menengah, yang meliputi usaha mikro, kecil, dan menengah. UKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional karena mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inklusi sosial. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, UKM adalah badan usaha yang mempunyai banyak aset atau aset tahunan. nilai jualnya didasarkan pada kriteria yang ditetapkan oleh pemerintah dan dimiliki serta dioperasikan oleh satu atau lebih warga negara Indonesia.⁸

a. Peran UMKM dalam perekonomian lokal

⁷ Ratna, Kurniaty, Apriya Santi, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Voulume Penjualan Pada Indomaret KM 8.1 Cabang Banjarmasin, 2021

⁸ Satriaji Vinatra, Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Dan Masyarakat, [Jurnal Akuntan Publik], Administrasi Bisnis,UPN Veteran Jawa Timur, Vol.1, No.3 September 2023, hal 4

Istilah ini mengacu pada bidang usaha yang meliputi usaha kecil dan menengah yang meliputi usaha mikro, usaha kecil dan menengah. UMKM berperan penting dalam perekonomian suatu negara karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan mendorong inklusi sosial. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI, UMKM adalah suatu unit usaha yang digabungkan menjadi sejumlah aset atau aset tahunan. nilai penjualan menurut kriteria yang ditetapkan oleh pemerintah dan kepemilikan serta operasionalnya dikelola oleh satu atau lebih warga negara Indonesia. Menurut Badan Umum Pembinaan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM adalah unit usaha yang jumlah karyawannya tidak lebih dari 200 orang dan asetnya tidak lebih dari Rp 10 miliar. Berdasarkan Peraturan Nomor 17/Per/M.KUKM/XII/2015, UMKM merupakan usaha yang mempunyai kekayaan maksimal Rp500 juta (untuk usaha mikro), Rp10 miliar (untuk usaha kecil), dan Rp50 miliar. usaha menengah). Pemerintah dan organisasi lain seringkali memberikan dukungan khusus untuk pengembangan UMKM, seperti pelatihan kewirausahaan, akses permodalan, pendampingan, dan akses pasar. Hal ini dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan UMKM, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat sektor ekonomi yang lebih inklusif.⁹

b. Karakteristik UMKM

⁹ Ibid. Hal 4

UMKM mempunyai karakteristik yang berbeda dengan usaha besar.

Beberapa ciri umum UMKM antara lain :

1. Modal terbatas:

UMKM seringkali dimulai dengan modal yang terbatas. Pemilik bisnis sering kali mengandalkan tabungan pribadi, pinjaman kecil, atau dukungan finansial dari keluarga atau teman.

2. Jumlah karyawan yang terbatas:

UMKM seringkali memiliki jumlah karyawan yang terbatas. Bahkan ada pula yang hanya dijalankan oleh satu orang atau keluarga pemilik bisnis. Namun, ada juga UMKM yang jumlah karyawannya mencapai belasan orang.

3. Pasar lokal atau regional

UMKM cenderung fokus pada pasar lokal atau regional. Mereka memenuhi kebutuhan dan persyaratan regional, meskipun beberapa juga beroperasi secara nasional atau bahkan internasional.

4. Inovasi dan Kekecewaan

UMKM seringkali memiliki keunggulan dalam inovasi dan keanehan. Mereka dapat dengan cepat menyesuaikan produk atau layanan mereka agar sesuai dengan perubahan tren atau kebutuhan pasar baru.

5. Tingkat kepemilikan pribadi atau keluarga

UMKM seringkali dimiliki dan dikelola oleh individu atau keluarga. Hal ini memberikan sentuhan pribadi pada pengoperasian dan pemilik bisnis sering kali terlibat langsung dalam pengoperasian sehari-hari.

c. Peran UMKM Dalam Kesejahteraan Masyarakat

Usaha mikro memegang peranan penting dalam pembangunan perekonomian negara, khususnya perekonomian masyarakat sekitar, apalagi kedepannya Usaha Menengah (UMKM) akan memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Usaha mikro, kecil dan menengah telah membuktikan eksistensinya dalam berbagai situasi perekonomian Indonesia, mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar. Hal ini karena usaha kecil UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sebagian besar dari mereka tidak bergantung pada terlalu banyak modal atau pinjaman dalam mata uang asing. Oleh karena itu, kemungkinan dampak krisis terhadap fluktuasi nilai tukar mata uang paling besar terjadi pada perusahaan-perusahaan besar yang sebagian besar menggunakan pinjaman dalam mata uang asing. Menurut Departemen Koperasi (2005), usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu:

1. kedudukannya sebagai pemain utama di berbagai sector
2. pemberi kerja terbesar

3. Peran utama peserta dalam kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat
4. Menciptakan pasar baru dan sumber inovasi
5. Menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor. Kehadiran usaha kecil dan menengah terbukti berperan sangat penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi negara.¹⁰

D. Ekonomi Islam

1. Pengertian ekonomi islam

Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip dan ajaran Islam, yang tertuang dalam Al-Quran dan Hadis. Sistem ini menggabungkan aspek spiritual dan moral dengan aktivitas ekonomi untuk mencapai kesejahteraan material dan sosial¹¹

Muhammad Baqir as-Sadr mengemukakan bahwa ekonomi Islam adalah sistem yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral dan spiritual Islam, yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi. Menurutnya, ekonomi Islam menggabungkan nilai-nilai etis dengan mekanisme pasar untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil dan seimbang. Prinsip-Prinsip Utama dalam Ekonomi Islam Menurut Para Ahli:

¹⁰ Kadeni, Ninik Srijani, Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan masyarakat, EQUILIBRIUM, Volume 8, Nomor 2, Juli 2020, Hal 197-198

¹¹ Ibid. Hal 72-73

a. Keadilan sosial

Islam memandang kemanusiaan sebagai sebuah keluarga. Oleh karena itu seluruh anggota keluarga ini mempunyai kedudukan yang sama dihadapan Tuhan, hukum Tuhan tidak membedakan antara kaya dan miskin dan hitam putih. nilai-nilai yang bersifat sosial adalah kesalehan, keikhlasan, kemampuan dan komitmen terhadap kemanusiaan. Nabi SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah tidak melihat wajah dan hartamu, melainkan hati dan amal ikhlasmu (HR Ibnu Majah no. 4133). Zuhud) Sifat-sifat tersebut mencerminkan dan menguatkan ketakwaan seseorang. Rasulullah menekankan dampak negatif dari diskriminasi hukum. Jika ada yang mencuri, maka hukumannya dikurangi atau diringankan, namun jika pencurinya adalah orang biasa, maka hukumannya ditambah, dalam hal ini Rasulullah bersabda: "Jika Fathimah putri Muhammad mencuri, maka akulah yang mencuri.. dia memotong tangannya." (HR an-Nasai nomor 4814 dalam Qath'u as-sariq

b. Keadilan ekonomi

Konsep persaudaraan dan kesetaraan dalam masyarakat dan di hadapan hukum, harus diimbangi dengan keadilan sosial yang sudah kehilangan tujuannya. Dengan keadilan ekonomi, setiap orang mendapatkan haknya sesuai dengan cara mereka berpartisipasi dalam masyarakat. Islam melarang keras merugikan orang lain dan tidak memberontak di muka bumi (Ash-Syu'ara': 183). bagian lain Nabi SAW memperingatkan dalam sebuah surah:

“Wahai sekalian manusia, waspadalah terhadap kezaliman (ketidakadilan), karena sesungguhnya hari kiamat akan gelap.”.

c. Pemerataan pendapatan

Ketimpangan pendapatan dan sumber daya alam dalam masyarakat dibandingkan dengan semangat Islam dan komitmen terhadap persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi. Kesenjangan ini harus dijembatani dengan metode yang ditekankan oleh Islam. Cara-cara tersebut antara lain:

1. Menghilangkan monopoli, mengecualikan negara di beberapa sektor
2. Secara aktif menjamin hak dan kesempatan semua pihak dalam proses perekonomian, baik produksi, distribusi, sirkulasi maupun konsumsi
3. Menjamin terpenuhinya kebutuhan dasar setiap anggota masyarakat
4. Terwujudnya al-ijtim Al-Takaaful atau kebutuhan sosial, keamanan di mana mereka yang mampu melindungi dan membantu mereka yang tidak mampu.¹²

Allah memberikan keleluasan dalam beraktivitas muamalah selain itu syariah dapat beradaptasi dengan perkembangan bisnis modern. Dapat disimpulkan bahwa segala bentuk akad muamalah dianggap sah dan boleh jika tidak

¹² Ibid. Hal 73-74

mengandung sesuatu yang dilarang oleh hukum syariah. Dengan kata lain segala bentuk muamalah harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

1). (اد تزا صى وج بد) (kesediaan kedua belah pihak)

Kesediaan kedua belah pihak merupakan prinsip dasar dalam bertransaksi (al'uqud). Bagian tersebut menetapkan dua prinsip yang menjadi dasar keabsahan transaksi, yaitu. Pertama-tama, kewirausahaan harus dijadikan pilihan. Kedua, keuntungan yang diperoleh salah satu pihak tidak boleh melebihi kerugian pihak lain. Oleh karena itu, segala transaksi tanpa persetujuan kedua belah pihak adalah batal/tidak berlaku. Oleh karena itu, transaksi tidak boleh disertai dengan paksaan atau pelecehan (ikraaudagtun).

4). (اد غزار ادو) (non spekulatif)

Gharar adalah sesuatu yang dampaknya masih tersembunyi atau mempunyai dua kemungkinan, sedangkan yang sering terjadi adalah yang paling memprihatinkan. Prinsip ini penting untuk menciptakan kepercayaan dan tidak membiarkan perjudian yang mengarah pada perlindungan dan pelanggaran. Prinsip ini didasarkan pada Hadits Nabi: ﷺ mengatur jual beli baddea dengan cara melempar batu dan jual beli yang mengandung unsur-unsurnya. “[HR. Islam].

5). (اد زب ا ادو) (selain hak pakai hasil)

Akad yang menyangkut hak pakai hasil adalah akad jual beli atau hutang dan tuntutan yang melibatkan kelebihan harta kepada salah satu pihak tanpa ada pihak yang lain yang tidak seimbang. Berdasarkan intensitas tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pelarangan riba merupakan prinsip yang sangat penting dan mendasar. Artinya, tidak seorang pun dapat mengambil alih hartanya tanpa ganti rugi.

6. ادْ خَزْرَ ادْ (jangan merugikan)

Prinsip ini berarti bahwa suatu transaksi tidak boleh menimbulkan kerugian atau penderitaan bagi salah satu atau kedua belah pihak. Dengan demikian, muamalah apa pun yang menimbulkan kerugian atau penderitaan adalah batal.¹³

2. Prinsip-prinsip Pemasaran Dalam Ekonomi Islam

Ekonomi Islam Masalah Ekonomi Islam merupakan ilmu yang kompleks/interdisipliner, jangkauannya luas dan terpadu, termasuk sumber informasi Islami dari Al-Qur'an dan AlHadits, dan lebih jauh lagi ilmu pengetahuan berkepala dingin (akibat pemikiran dan pengalaman manusia), dengan informasi tersebut masyarakat dapat mengalahkan tantangan-tantangan yang ada. masalah harta terbatas untuk mencapai falah (kegembiraan). Falah (kepuasan) dimaksudkan mencakup seluruh sudut pandang keberadaan manusia, yang mencakup dunia lain, moral, finansial, sosial, sosial dan politik, baik yang dicapai di dunia ini maupun di akhirat.

¹³ Ibid. Hal 75-76

Masing-masing agama secara pasti mempunyai pandangan mengenai strategi yang diambil umat dalam mengatur kegiatan ekonominya. Meskipun dengan cara ini, kekuatan mereka berbeda-beda. Agama-agama tertentu memandang pergerakan finansial sebagai kebutuhan penting dalam hidup yang dipenuhi hingga memenuhi kebutuhan material dan moneter sehingga menimbulkan kebingungan terhadap alasan hidup. Oleh karena itu, agama ini memandang bahwa semakin dekat seseorang kepada Tuhan, semakin sedikit pula ia terlibat dalam urusan keuangan. Kelimpahan dipandang akan menjauhkan individu dari Tuhan.¹⁴

1. Ritel modern dalam perspektif ekonomi Islam

Bisnis harus sesuai dengan perintah Al-Qur'an agar layak disembah. Begitulah cara kita memperoleh materi dan berusaha mendapatkan keridhaan Allah SWT. Penerapan nilai-nilai syariah pada ritel modern mungkin sudah terjadi jauh sebelum munculnya ide-ide bisnis syariah, walaupun tidak secara langsung mengarah pada slogan-slogan Islami, namun secara tidak langsung kandungan nilai-nilai syariah diadopsi dalam proses bisnis. Misalnya saja konsep koperasi yang merupakan salah satu bentuk khas ekonomi syariah dalam konteks Indonesia. Implementasi Nilai-Nilai Syariah yang Tersirat Sebagai Proses Dasar Nilai-Nilai Syariah

¹⁴ Veithzal Rivai, Andi Buchori, Islamic Economics : Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi Solusi, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013, Hal. 91

Pada Retail Modern Sebagai Bentuk Implementasi Islami Rahmatal li al'alam.¹⁵

Konsep Islam menekankan bahwa pasar harus mengikuti prinsip persaingan sempurna. Namun bukan berarti kebebasan tersebut bersifat mutlak, melainkan kebebasan tersebut berada dalam kerangka syariah.

Dalam Islam, transaksi bersifat sukarela (Aziz, 2013). Sesuai firman Allah SWT dalam Al-Quran surat An-Nisa: 29.

يٰٰيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِيَنْتَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرِيَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahanya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa [4]: 29).

Ayat di atas menjelaskan tentang larangan menyalahgunakan kekayaan Allah SWT. Kata kurang terbuka Al Syaukani dalam kitabnya Fath Al Qadir diterjemahkan menjadi ma laisa bihaqqin (semua itu tidak benar). Kesombongan datang dalam berbagai bentuk. Dalam konteks ayat di atas, jual

¹⁵ Rahmad Raiyan, (2023), Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi UMKM Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Hal. 27-28

beli sesuatu disebut batil jika dilarang dalam syariat, sedangkan jual beli tidak sah jika mengandung unsur Maghrib yang merupakan singkatan dari maisir (judi), gharar (curang), riba dan kesombongan itu sendiri. Dalam arti luas, perbuatan yang melanggar teks syariah, seperti pencurian, perampokan, korupsi, dan lain-lain, dianggap sia-sia.

Tidak semua memerlukan kehadiran salah satu bagiannya, atau kedua bagian tersebut tidak saling memperoleh manfaat dari kehadiran bagian lainnya. Untuk mencegah terjadinya banyak hal yang tidak diinginkan, hendaknya ditunjuk seseorang atau sekelompok orang yang tugas utamanya mengatur kelancaran dan keharmonisan pasar. Dalam istilah ekonomi Islam lebih dikenal dengan istilah muhtasib. Karyanya disebut Al Hisbah. Dalam arti luas, tugas muhtasib adalah menyelesaikan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan al-amr bi al-ma'ruf wa nahi'an al-munkar, yang bukan merupakan pekerjaan segelintir orang, melainkan seluruh umat Islam.¹⁶

2. Pasar Tradisional(UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Islam menempatkan pasar pada tempat yang penting dalam perekonomian pasar. Dalam Islam, ini adalah tempat transaksi keuangan yang aturannya berdasarkan ajaran Islam. Mekanisme harga yang adil harus ditetapkan, misalnya. Nabi mengapresiasi harga yang ditentukan oleh mekanisme pasar

¹⁶ Ibid. Hal 29-30

sebagai harga yang benar-benar adil. Pasar syariah tidak lepas dari fungsi pasar sebagai wadah kegiatan jual beli. Pentingnya pasar sebagai tempat jual beli tidak hanya terlihat dari fungsi fisiknya saja, namun juga standar dan aturan yang berkaitan dengan urusan pasar.¹⁷

Mekanisme pasar dalam konsep ekonomi Islam menentukan harga melalui kekuatan pasar yaitu penawaran dan permintaan. Pertemuan permintaan dan penawaran harus terjadi secara sukarela, dan tidak ada pihak yang merasa berkewajiban untuk berdagang pada tingkat harga tertentu. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Ar-Ridha, yaitu segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan keinginan kedua belah pihak (perjanjian kebebasan).
2. Berdasarkan persaingan yang sehat (healthy competition). Mekanisme pasar menjadi lebih sulit ketika penimbunan (keserakahan) atau monopoli merajalela. Monopoli dapat diartikan sebagai suatu jenis barang yang kelestariannya merugikan konsumen atau orang banyak.
3. Kejujuran (integritas). Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam karena kejujuran merupakan nama lain dari kebenaran itu

¹⁷ Munir Hamid, Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang Di Pasar Lembung, ADDILA: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5. No. 2 juli 2022, Hal. 65-66

sendiri. Islam melarang keras segala bentuk penipuan karena nilai kebenaran berdampak langsung pada pihak bisnis dan masyarakat pada umumnya.

4. Keterbukaan (openness) dan keadilan (justice). Penerapan prinsip ini berarti bahwa transaksi yang dilakukan harus dilakukan dengan benar, sesuai dengan keinginan dan keadaan yang sebenarnya.

Pengusaha bergantung pada pekerja, pelanggan pada pedagang, bank pada peminjam, dan masing-masing pelaku atau pihak kini bergantung pada pihak sebelumnya, dan seterusnya. Itulah sebabnya kami menemukan bahwa perusahaan-perusahaan yang sukses dalam jangka panjang berusaha membangun semua hubungan berdasarkan kualitas, kejujuran, dan janji dengan orang-orang jujur ketika menerapkan strategi bisnis. Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an surat At-Taubah ayat: 119.¹⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُوْنُوا
مَعَ الصَّدِيقِينَ

Terjemahannya : *Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar (QS. At-Taubah: 119)*

¹⁸ Abdul Latif, Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam, *Islamic Economic Journal*, Vol. 3, No. 2 Desember 2017, Hal 163

Dan inilah salah satu kunci sukses Rasulullah dalam berbisnis. Dalam dunia bisnis, kepercayaan sangatlah penting. Tanpa rasa saling percaya, transaksi tidak dapat dilakukan. Namun juga dalam kehidupan bisnis, kita tidak boleh terlalu cepat percaya pada orang lain, karena hal itu berujung pada penipuan. Jadi kami sarankan untuk melihat rekam jejak para anti-trader sebelumnya. Menurut ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis selalu diimbau untuk berkompetisi secara sehat, jujur, berperilaku baik, penuh kasih sayang dan bersikap adil.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian pendahuluan merupakan suatu kegiatan yang membandingkan penelitian penulis dengan penelitian-penelitian peneliti sebelumnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk melihat persamaan dan perbedaan hasil penelitian penulis sebelumnya sehingga penulis dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari hasil penelitian penulis.

Pertama: Ahmad Dakhoir 2019, dengan judul eksistensi usaha kecil menengah dan pasar tradisional dalam kebijakan pengambilan pasar modern menyatakan bahwa dampak keberadaan toko modern Alfamart, Foodmart dan Indomart di Palangkaraya memberikan penguatan dan peningkatan omset UMKM (ritel roti) sekitar. Selain itu, dampak lain eksistensi toko modern memberikan kontribusi bagi masyarakat dengan meningkatkan penghasilan

ekonomi tenaga kerja lokal dikarenakan banyak tenaga kerja muda yang berasal dari lokal telah bergabung dengan toko modern tersebut.¹⁹

Kedua: Octovina Sonya Louhattu, William G. Louhenapessy, Stevie Sahusilawane, 2023, Analisis Dampak Kehadiran Indomaret Terhadap Pendapatan Ukm Di Kota Ambon (Studi Kasus Pada Pedagang Ukm Di Desa Urimessing Rt 009/Rw 003 Kampung Siwang. Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat perbedaan Laba/laba sebelum dan sesudah Hadirnya Indomaret pedagang eceran yang menjadi 30 sampel. Mengalami Penurunan Pendapatan, Pendapatan Dan Jumlah Pembeli yang Signifikan Sebelum Dan Sesudah Hadirnya Indomaret di Kota Ambon Tepatnya di Desa Urimessing Kampung Siwang, Pendapatan dan Jumlah Pembeli di Ritel Tradisional Menjadi Berubah.²⁰

Ketiga: Miranti , 2019, Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel Modern (Alfamart dan Indomaret) Terhadap UMKM di Lombok Timur menemukan bahwa keberadaan ritel modern berdampak negatif terhadap omset usaha kecil dan menengah seperti warung kelontong di Makassar. Aspek layanan yang ramah

¹⁹ Rahmat Kurniawan, Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kota Padangsidimpuan, AT-TAWASSUTH, Volume IV No. 1 Januari - Juni 2019: 208 – 230, Hal. 210.

²⁰ Octovina Sonya Louhattu, William G. Louhenapessy, Stevie Sahusilawane, Analisis Dampak Kehadiran Indomaret Terhadap Pendapatan Ukm Di Kota Ambon (Studi Kasus Pada Pedagang Ukm Di Desa Urimessing Rt 009/Rw 003 Kampung Siwang, Jurnal Jendela Pengetahuan, 2023, Hal. 63.

pembeli, lokasi ritel yang dekat dengan pemukiman penduduk, barang barang yang lebih lengkap, serta perubahan gaya hidup membuat konsumen lebih tertarik berbelanja di ritel modern dibandingkan di ritel tradisional.²¹

²¹ Ahmad Tohri1, Mastur, Habibuddin, Huldiya Syamsiar , Lalu Parhanuddin, Dampak Sosial dan Ekonomi Ritel Modern(Alfamart dan Indomaret)Terhadap UMKM di Lombok Timur, RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual, 2023, Hal. 48