

**PENERAPAN UNSUR-UNSUR MANAJEMEN  
DI RUDI AUREL (RA) POINT SWALAYAN & DEPT STORE  
METRO DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM**

**TESIS**

Diajukan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister

dalam Bidang Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah



Oleh:

**YULIANTO**

NIM. 18004829

**PASCASARJANA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1442 H/2021 M**

**PENERAPAN UNSUR-UNSUR MANAJEMEN  
DI RUDI AUREL (RA) POINT SWALAYAN & DEPT STORE  
METRO DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM**

**TESIS**

Diajukan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Magister

dalam Bidang Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah



Oleh:

**YULIANTO**

NIM. 18004829

Pembimbing I : Dr. Mahrus As'ad, M.Ag

Pembimbing II : Putri Swastika, M.IF, Ph.D

**PASCASARJANA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1442 H/2021 M**

## **ABSTRAK**

**Yulianto, Tahun 2021. Penerapan Unsur-Unsur Manajeme Di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store Metro Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam. Tesis Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.**

Dewasa ini kemajuan di bidang ekonomi telah banyak membawa dampak perkembangan yang cukup pesat dalam berbagai bisang usaha, salah satunya dalam bidang ekonomi. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk Toko, Minimarket, Toserba, Swalayan dan lain-lain seiring meningkatnya pendapatan masyarakat. Menjadi salah satu pendorong munculnya perusahaan ritel yang bernama Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tentunya terdapat manajemen yang bergerak didalamnya (baik itu karyawan ataupun sistem), sehingga operasional toko dapat berjalan sesuai dengan tujuan.

Penelitian dengan judul Penerapan Unsur-Unsur Manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam. Penelitian ini mengangkat pertanyaan masalah yaitu Bagaimana Penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dan Bagaimana Penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dalam perspektif manajemen bisnis Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini melakukan analisis data yang di dapat dari hasil penelitian. Selanjutnya hasil data yang diperoleh peneliti di analisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store telah menerapkan unsur-unsur manajemen dalam bisnisnya, hal ini dapat diketahui dari 6 unsur manajemen yang ada pada operasionalnya. Dalam praktiknya, terdapat beberapa aspek yang menunjang manajemen diantaranya SDM, produk, pelayanan, dan pemasaran. Dimana dari keempat aspek tersebut tidak melanggar hal-hal yang dilarang dan diharamkan dalam syariah maupun nilai-nilai Islam dalam bermuamalah.

## ABSTRACT

**Yulianto, 2021. Application of Management Elements at Rudi Aurel (RA) Point Supermarkets & Dept. Store Metro in the Perspective of Islamic Business Management. Thesis of the Postgraduate Program of Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.**

Today's progress in the economic field has brought about a fairly rapid development impact in various fields of business, one of which is in the economic field. This is marked by the emergence of many trading companies engaged in retail trade in the form of shops, minimarkets, department stores, supermarkets and others as people's incomes increase. Being one of the drivers of the emergence of a retail company named Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept. Store. In carrying out its business activities, of course there is a management engaged in it (either employees or systems), so that store operations can run according to their goals

Research with the title Application of Management Elements in Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept. Store Metro in Islamic Business Management Perspective. This research raises the question of the problem, namely how to apply the elements of management in Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept. Store Metro and How to Apply Management Elements at Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept. Store Metro in Islamic Business Management Perspective. The purpose of this study was to determine the application of management elements in Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro in the perspective of Islamic business management.

This research is a type of field research with a qualitative approach. Data collection techniques used are interviews and documentation. In this study, analyze the data obtained from the results of the study. Furthermore, the results of the data obtained by researchers were analyzed using descriptive analysis. The results obtained that Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store has implemented management elements in its business, this can be seen from the 6 elements of management that exist in its operations. In practice, there are several aspects that support management including human resources, products, services, and marketing. Where from these four aspects do not violate things that are prohibited and forbidden in sharia and Islamic values in muamalah.

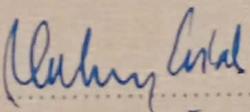
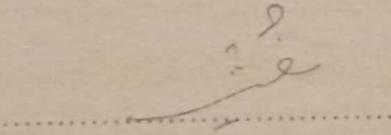


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

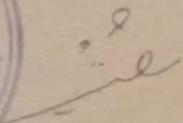
PERSETUJUAN AKHIR TESIS

Nama : YULIANTO  
NIM : 18004829  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Mahrus As'ad, M.Ag Pembimbing I		13 Januari 2022
Putri Swastika, M.IF.Ph.D Pembimbing II		13 Januari 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



  
Putri Swastika, M.IF.Ph.D  
NIP. 19730710199803 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
PASCASARJANA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN**

Tesis dengan judul : PENERAPAN UNSUR-UNSUR MANAJEMEN DI RUDI AUREL (RA). POINT SWALAYAN & DEPT STORE METRO DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM disusun oleh : YULIANTO, NIM : 18004829, Program Studi : Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang **Ujian Tesis/Munaqosyah** pada Program Pascasarjana IAIN Metro, pada hari Kamis/ 13 Januari 2022

**TIM PENGUJI**

**Dr. Suhairi, S.Ag, MH**  
Penguji Tesis I

(.....)

**Dr. Mahrus As'ad, M.Ag**  
Penguji Tesis II

(.....)

**Putri Swastika, M.IF.Ph.D**  
Penguji Tesis III

(.....)

Direktur Pascasarjana  
IAIN Metro

**Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si**  
NIP. 19730710199803 1 003

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YULIANTO

NIM : 18004829

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **Tesis** ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Metro, Desember 2021

Yang menyatakan:



YULIANTO

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Penelitian Tesis pada Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro sebagai berikut:

### 1) Huruf arab dan latin

Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan
ب	B
ت	T
ث	Ś
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Ž
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	Ş
ض	D

Huruf Arab	Huruf Latin
ط	Ṭ
ظ	Ẓ
ع	‘
غ	G
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ء	’
ي	Y

### 2) Maddah atau Vokal Panjang<sup>1</sup>

Harakat dan huruf	Huruf dan tanda
ا-ى	Â
ي-	Ï
و-	Û
ي ا	Ai
او	Au

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Pedoman Penulisan Tesis Edisi Revisi (Metro: Program Pasacasarjana 2018), h.57

## **MOTTO**

*"Berat Sama Dipikul Ringan Sama Dijinjing"*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT dimana hanya berkat hidayah dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya dan insyaAllah tepat pada waktunya. Dalam upaya penyelesaian tesis ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj Siti Nurjanah, M. Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mukhtar Hadi, M.Si selaku Direktur Pascasarjana IAIN Metro
3. Ibu Putri Swastika M.IF, P.hD selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana IAIN Metro dan sekaligus sebagai pembimbing II yang selalu memberikan dukungan untuk peneliti dalam menyelesaikan tesis
4. Bapak Dr. Mahrus As'ad, M.Ag selaku Pembimbing I yang senantiasa sabar dan banyak memberikan kontribusi bagi perbaikan penulisan tesis selama bimbingan berlangsung
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan Pascasarjana IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam upaya pengumpulan data
6. Ayahanda dan Ibunda yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan
7. Istri (Mar'ah Mufarokah) dan Putri (Wirda Adiba An Nafis) yang telah banyak memberikan doa dan motivasi

Peneliti menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan baik dari segi penelitian maupun isinya, hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan peneliti semata. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan para pembaca umumnya.

Metro, .....Desember 2021

Peneliti



**Yulianto**

NPM. 18004829

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8

<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
A. Unsur-Unsur Manajemen.....	10
1. Pengertian Manajemen.....	10
2. Unsur-Unsur Manajemen.....	11
3. Fungsi Manajemen.....	15
B. Bisnis Ritel.....	49
1. Pengertian Bisnis Ritel.....	49
2. Fungsi Bisnis Ritel.....	.50
3. Karakteristik Bisnis Ritel.....	51
4. Peran Bisnis Ritel.....	52
5. Manfaat Bisnis Ritel.....	54
6. Macam-macam Bisnis Ritel.....	55
7. Struktur Organisasi .....	56
8. Pengelolaan Fasilitas.....	59
9. Pengelolaan Barang.....	63
10. Penetapan Harga .....	64
11. Costumer Service.....	69
C. Manajemen Bisnis dalam Islam.....	75
1. Pengertian Bisnis.....	75
2. Manajemen dalam Perspektif Islam.....	78
3. Fondasi Bisnis Islam.....	90
4. Budaya Manajemen Bisnis Islam.....	98

5. Tujuan Bisnis Islam.....	101
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>105</b>
A. Rancangan Penelitian.....	105
B. Sumber Data.....	106
C. Metode Pengumpulan Data.....	107
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	108
E. Analisis Data.....	109
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>111</b>
<b>A. Temuan Umum.....</b>	<b>111</b>
1. Sejarah Berdirinya Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store...	111
2. Visi, Misi dan Motto.....	113
3. Logo Perusahaan.....	113
4. Struktur Organisasi.....	113
5. Produk-produk yang dijual Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store .....	116
<b>B. Temuan Khusus .....</b>	<b>118</b>
1. Penerapan unsur-unsur manajemen di Bisnis Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro.....	118
2. Penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dalam perspektif manajemen bisnis Islam.....	139

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>152</b>
A. Kesimpulan.....	152
B. Saran.....	153

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

**Tabel 1.** Jenis Ritel Modern

**Tabel 2.** Karakteristik Ritel Modern

**Tabel 3.** Deskripsi Tugas pada Organisasi Ritel

**Tabel 4.** Daftar Mitra Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

## **DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1.** Hubungan perencanaan dengan fungsi manajemen lainnya

**Gambar 2.** Bagan Organisasi Berbentuk Piramid

**Gambar 3.** Bagan Alur Bisnis Ritel

**Gambar 4.** Pengelompokan Bisnis Ritel

**Gambar 5.** Stuktur Organisasi Ritel

**Gambar 6.** Logo Perusahaan

**Gambar 7.** Struktur Organisasi Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

**Gambar 8.** Display Produk di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam kehidupan masyarakat modern seperti ini berbagai jenis kegiatan yang dilakukan sebagai upaya memenuhi kebutuhan baik secara individu maupun kelompok. Sehingga menuntut seseorang untuk kreatif dan inovatif dalam mengelola apa yang telah diusahakannya. Hal tersebut ditunjukkan dengan semakin pesatnya perkembangan market modern saat ini, salah satunya yakni bisnis atau usaha di bidang ritel khususnya di Indonesia. Yang dapat terlihat pada keadaan sekitar, banyak usaha pada bidang ritel yang mulai bermunculan dengan jenis, ukuran dan spesifikasi yang bermacam-macam. Dengan munculnya usaha ritel dalam bentuk pasar modern, hal tersebut mengakibatkan pasar tradisional menjadi tergeser dan mulai terancam keberadaannya.

Keberadaan persaingan antara ritel tradisional dengan ritel modern terjadi di hampir semua wilayah, terutama di kota-kota besar di Indonesia. Ini terjadi karena persediaan terbatas dibandingkan dengan permintaan. Bisnis ritel merupakan semua aktivitas bisnis yang bertujuan untuk menjual barang dan jasa secara langsung kepada konsumen. Oleh karena itu, bisnis ritel merupakan bagian dari sistem distribusi produk dan menjadi jembatan antara pabrik atau manufaktur dengan konsumen.

Kegiatan usaha semacam ini dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain: usaha mandiri, toserba, swalayan/ minishop/minimarket dan departement store. Departement store merupakan salah satu bentuk ritel yang menjual berbagai jenis produk, seperti kebutuhan wanita, pria dan anak, kebutuhan keluarga dan kebutuhan umum.<sup>2</sup> Untuk mencapai keberlangsungan bisnis, pebisnis/ritel bekerja sama dengan pihak produsen atau pemasok. Misalnya kerjasama dengan pemasok untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan (biasanya dengan potongan harga tertentu) atau kerjasama dengan perusahaan, media cetak, dan televisi sebagai sarana untuk mempromosikan penjualan agar meningkat. Semua aktivitas bisnis ini adalah hasil dari barang atau jasa yang dipertukarkan oleh pihak yang bertransaksi.

Menurut pandangan Islam, setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh umat Islam tidak boleh menyimpang dari ketentuan hukum Islam. Seorang muslim tidak diperbolehkan melakukan aktivitas bisnis dengan perilaku menyimpang, seperti menipu timbangan, mencampurkan kualitas baik dengan kualitas buruk, memasukkan barang palsu ke dalam wadah dan lain sebagainya. Ini adalah perilaku yang tidak sejalan dengan bisnis Islam. Karena dalam ajaran Islam selalu diharapkan untuk menemukan rezeki dengan cara yang sah (halal) dan menjauhi dari riba.

Selain itu, setiap kegiatan yang dilakukan dalam kelompok di dasari dengan kebaikan dan tim yang solid, hal ini diumpamakan seperti bangunan yang kokoh yang menopang satu sama lain demi kesejahteraan bersama. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 42 berikut ini:

---

<sup>2</sup> Aju Nitya Dharmani, "Management Ritel 1," <https://ayuraimanagement.blogspot.com/>, 2010, <https://ayuraimanagement.blogspot.com/2010/11/management-ritel-1.html>., diakses tanggal 01 Maret 2021

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui.”<sup>3</sup>

Dari ayat diatas dapat dijelaskan bahwa dilarang mencampurkan yang hak dengan yang bathil, dan juga dilarang bagi seorang muslim untuk memakan harta dengan cara yang batil dengan menyerahkan perkara kepada hakim untuk mendapatkan harta dengan cara yang salah. Setiap muslim tidak lepas tanggung jawabnya di akhirat kelak, termasuk ketika menjalankan aktivitas bisnisnya. Karenanya dalam berbisnis, seorang muslim tidak lepas dari aspek kejujuran, transparansi dan keadilan.

Setidaknya terdapat lima prinsip yang harus dipegang oleh pebisnis Islam yaitu a) Tauhid, b) ‘Adl (Adil), c) Nubuwah, d) *Khilafah* dan e) *Ma’ad*. Kelima prinsip ini merupakan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur’an dan Hadits, yang terdapat kaitannya untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat (*falah*) bagi setiap manusia. Dimana manusia sebagai khalifah memiliki tanggung jawab atas kehidupan di muka bumi dalam rangka mencapai *kemaslahatan* dunia dan akhirat.

Islam menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaanya direncanakan untuk kepentingan orang banyak, bagi individu pemilik kekayaan pribadi harus berperan sebagai capital produksi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

---

<sup>3</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya* (Bandung: PT Syaamil Cipta Media, 2004).h. 7

masyarakat muslim.<sup>4</sup> Sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak ada pihak yang dirugikan satu sama lain dan agar dapat mencapai manfaat secara bersama. Sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*<sup>5</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa jual beli dan perniagaan merupakan salah satu jalan baik yang dapat diambil dalam memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karena itu, bagi setiap pihak yang bertransaksi harus ada unsur saling rela, tidak ada pihak yang dirugikan dan tidak terdapat pula unsur pemaksaan. Sehingga transaksi jual beli atau bisnis terdapat keberkahan di dalamnya.

Seiring dengan perkembangan zaman, jiwa seorang pebisnis atau jiwa *entrepreneur* seseorang juga semakin tinggi untuk memulai suatu usaha atau bisnis dengan dukungan IPTEK yang semakin canggih. Banyak pebisnis yang membuka usahanya pada bidang ritel yaitu minimarket yang saat ini mulai berkembang pesat di Indonesia. Toko swalayan dapat didefinisikan sebagai sebuah bangunan, usaha

<sup>4</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Perseda, 2015).h.16

<sup>5</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.83

akomodasi atau logo perusahaan yang menyediakan dan menjual barang konsumsi terutama produk rumah tangga dan makanan secara satuan atau bijian.<sup>6</sup>

Salah satu perusahaan ritel yang ada di Kota Metro Lampung yaitu Rudi Aurel Point Swalayan & Dept Store atau dikenal dengan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Dimana toko swalayan ini menyediakan kebutuhan rumah tangga, seperti sembako, alat tulis, perlengkapan sekolah, elektronik, cctv, pakaian wanita dan pria, sepatu, sandal, berbagai jenis tas dan restoran.<sup>7</sup> Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ritel, maka diperlukan suatu sistem manajemen untuk mengelola dan menggabungkan berbagai sumberdaya guna mencapai output (penjualan) yang maksimal. Hal ini tentunya merupakan tugas seorang manajer untuk memimpin anggotanya.

Oleh karena itu, sejauh menyangkut manajemen bisnis, seorang muslim membutuhkan kemampuan dan keterampilan di bidang ilmu/wawasan dan kemampuan untuk berprestasi secara profesional. Kemampuan untuk mengelola bisnis ini disebut dengan manajemen. Manajemen merupakan hal yang penting dan mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia.

Dengan manajemen, manusia dapat mengenali kemampuan mereka dan mengurangi hambatan dalam mencapai suatu tujuan. Manajer pada dasarnya adalah subjek dari kegiatan manajemen. Artinya manajer adalah orang yang melakukan

---

<sup>6</sup> Saraswati, "*Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Dan Alfamart Terhadap Ukm Dalam Kaitannya Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern (Studi Di Kota Pontianak)*". Diakses pada laman <https://media.neliti.com/media/publications/209788-analisis-dampak-keberadaan-minimarket-in.pdf> pada tanggal 21 Juni 2021

<sup>7</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Andi, Manajer RA Point Swalayan & Dept Store, Wawancara Tanggal 25 Januari 2021.

kegiatan manajemen. Lebih lengkap manajer adalah individu yang bertanggung jawab secara langsung untuk memastikan kegiatan dalam sebuah organisasi dijalankan bersama anggota dari organisasi.<sup>8</sup>

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memotivasi, meningkatkan kinerja dan menggerakkan unit-unit dibawahnya, bertanggung jawab dalam penempatan, pelatihan, dan mensosialisasikan tugas-tugas kepada karyawan. Pada umumnya karyawan ingin bekerja dengan baik dan tekun terutama dalam peraturan-peraturan yang berlaku akan menunjang tercapainya tingkat prestasi yang baik. Dalam rangka mewujudkan karyawan yang profesional yang mampu mencapai prestasi kerja sesuai dengan yang diharapkan tentunya membutuhkan peran pimpinan/manager terhadap suatu pengelolaan sumber data yang terpadu, sehingga mereka akan diarahkan untuk mencapai prestasi optimalnya dalam bekerja, seperti melalui upaya pembinaan kinerja para karyawan agar tugas-tugas pelayanan pada masyarakat luas dapat berlangsung lancar seperti yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti merasa tertarik untuk menelitinya lebih lanjut tentang sistem manajemen yang dijalankan dalam upaya meningkatkan bisnis di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menurut pandangan Islam. Persoalan ini diangkat dengan judul **“Penerapan Unsur-Unsur Manajeme Di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store Metro Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam”**.

---

<sup>8</sup> Sarinah dan Mardalena, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Deepublish, 2017).h.18

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro?
2. Bagaimana penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dalam perspektif manajemen bisnis Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro.
2. Mengetahui penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dalam perspektif manajemen bisnis Islam.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen bisnis Islam

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Manfaat bagi lembaga, penelitian ini sebagai masukan bahan pengambilan keputusan manajemen dalam pengelolaan bisnis di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

- b. Bagi Akademik, hasil penelitian ini sebagai sumbangsiah perbendaharaan keustakaan di IAIN Metro di bidang manajemen bisnis Islam.
- c. Bagi peneliti lanjutan, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama

### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan adalah salah satu metode yang penulis gunakan untuk meninjau teori-teori penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Ar-Rahmah,<sup>9</sup> dengan judul “Etika dan Manajemen Bisnis Islam (studi kasus di Steak and Shake Shop cabang SM Raja Medan). Dari hasil penelitiannya, ditemukan bahwa Waroeng Steak and Shake cabang SM Raja Medan telah menerapkan bisnis Islam dan manajemen dalam menjalankan kegiatan yang berlaku bagi karyawannya. Mengutamakan konsep etika bisnis Islami agar seluruh karyawan memiliki karakter shidiq, tabligh, amanah dan fatonah. Serta pembagian kerja yang jelas bagi setiap karyawannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Fuad Mas’ud<sup>10</sup> yang berjudul “Konsep Manajemen Bisnis Islam (Kajian Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis Al-Qur’an). Dalam penelitiannya ia menemukan sembilan prinsip manajemen bisnis Islam, yaitu: tauhid, ibadah, amanah dan tanggung jawab, hikmah, keadilan, ihsan, tolong

---

<sup>9</sup> Rizka Ar Rahmah, “*Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus DI Waroeng STEAK AND Shake Cabang SM Raja MEDAN)*,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2017), <https://doi.org/10.32505/jebis.v2i2.183>.

<sup>10</sup> Fuad Riyadi, “Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam,” *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* (2016), <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1472>.

menolong, *halalan thayyiban*, musyawarah. Diantara kesembilan prinsip ini, secara khusus dapat digunakan sebagai pedoman untuk praktik manajemen bisnis baik bagi masyarakat muslim dan bahkan seluruh masyarakat secara umum.

Melalui beberapa penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk mempelajari lebih lanjut terkait penerapan unsur-unsur manajemen yang telah diterapkan dalam upaya meningkat pelayanan dan keuntungan bagi perusahaan dibidang ritel. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Unsur-Unsur Manajemen**

##### **1. Pengertian Manajemen**

Manajemen berasal dari kata bahasa Inggris “*management*”, dengan kata kerja “*to manage*” yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina, atau memimpin. Kata benda “*management*” dan “*manage*” berarti orang yang melakukan kegiatan manajemen. Manajemen merupakan suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya.<sup>11</sup>

Adapun pengertian manajemen dari beberapa pendapat para ahli sebagai berikut:

- a. Stoner J.A., R.E Freeman dan D.R. Colbert Jr., menjelaskan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan
- b. Mary Parker Follet menyebutkan manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

---

<sup>11</sup> Sarinah Mardalena, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017).h.7

- c. Hermawan dalam Dian Wijiyanto, menyebutkan manajemen dapat dikatakan sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan yang diperoleh melalui metode ilmiah.<sup>12</sup>

Dari beberapa pengertian diatas, manajemen dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kerjasama orang lain, sehingga memungkinkan tidak terjadinya kesalahan dalam melaksanakan kegiatan tersebut.

## 2. Unsur-unsur Manajemen

Manajemen merupakan sebuah subjek yang sangat penting karena ia mempersoalkan penetapan serta pencapaian tujuan tertentu yang telah ditetapkan oleh organisasi. Agar manajemen dapat berjalan dalam proses yang baik dan benar serta mencapai tujuan yang terbaik, maka diperlukan unsur-unsur manajemen. G.R Terry menyebut unsur-unsur manajemen dengan istilah “6M” (*man, material, machine, method, money, market*).

### a. Manusia (*Man*)

Manusia memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi yang menjalankan fungsi manajemen operasional suatu organisasi. Tanpa adanya manusia maka tidak akan ada proses kerja, sebab posisi manusia pada dasarnya sebagai makhluk kerja. Oleh karena itu, adanya manajemen karena adanya orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan.

---

<sup>12</sup> Dian Wijiyanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012).h.1

Manusia yang satu berbeda dengan lainnya, baik dalam hal berpikir, tingkah laku, sikap, perasaan, maupun gerak-geriknya. Menyangkut tenaga kerja manusia dapat digolongkan menjadi dua yaitu tenaga kerja *eksekutif* dan tenaga kerja *operatif*. Keduanya merupakan unsur manajemen yang memiliki peran yang sangat penting dalam pelaksanaan manajemen. Manusia berfungsi tidak hanya sebagai perencana, pengaktualisasi, tetapi juga sebagai pengawas.<sup>13</sup>

b. Uang (*Money*)

Uang dalam ilmu ekonomi tradisional didefinisikan sebagai alat tukar yang dapat diterima secara umum. Alat tukar itu dapat berupa benda apapun yang dapat diterima oleh setiap orang di masyarakat dalam proses pertukaran barang dan jasa. Sedangkan dalam ilmu ekonomi modern, uang didefinisikan sebagai sesuatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran bagi pembelian barang-barang dan jasa-jasa serta kekayaan berharga lainnya atau untuk pembayaran hutang.<sup>14</sup>

Uang atau modal menjadi kebutuhan mutlak dalam bisnis, tanpa uang tujuan yang ditetapkan dalam manajemen organisasi tidak akan bisa tercapai dengan begitu saja meski manusia sudah menjalankan fungsinya dengan wujud jasa, tapi efek yang akan timbul atas jasa harus adanya dana. Hal yang menjadikan dana itu sangat penting dalam proses bisnis.

---

<sup>13</sup> Buchari Alma dkk, *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Niai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer)*, Edisi Revi (Bandung: CV. Alfabeta, 2016).

<sup>14</sup> “<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Uang>,” n.d.

c. Metode (*Method*)

Metode berasal dari Bahasa Yunani *mentodos* yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah, maka metode menyangkut masalah cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Fungsi metode sebagai alat untuk mencapai tujuan, atau bagaimana cara melakukan atau membuat sesuatu. Fungsi metode berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan.<sup>15</sup>

d. Material (*Materials*)

Material merupakan salah satu unsur terpenting dalam sistem produksi. Tanpa material, produksi tidak mungkin dapat menghasilkan barang jadi atau produk akhir yang diinginkan. Pada sistem produksi, material merupakan masukan atau input yang digunakan untuk diolah menjadi barang jadi. Material yang dimaksudkan disini dapat berupa bahan mentah ataupun yang telah diproses sebelum digunakan untuk proses produksi lebih lanjut.

Faktor ini sangat penting karena manusia tidak dapat melaksanakan tugas kegiatannya tanpa adanya barang atau alat perlengkapan, sehingga dalam proses suatu kegiatan oleh suatu organisasi tertentu perlu disiapkan bahan perlengkapan yang dibutuhkan.

e. Mesin (*Machines*)

Mesin merupakan alat bantu dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan adanya mesin maka proses produksi atau kegiatan yang terkait dengan

---

<sup>15</sup> “<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Metode>,” n.d.

organisasi akan lebih efisien. Istilah mesin biasanya menunjukkan bagaimana bekerja bersama. Biasanya alat-alat ini mengurangi intensitas kerja yang dilakukan. Mesin merupakan suatu fasilitas yang mutlak diperlukan perusahaan manufaktur dalam memproduksi.

Dengan menggunakan mesin perusahaan dapat menekan tingkat kegagalan produk dan dapat meningkatkan standar kualitas serta dapat mencapai ketepatan waktu dalam menyelesaikan produknya sesuai dengan permintaan pelanggan dan penggunaan bahan baku akan lebih efisien karena dapat lebih terkontrol penggunaannya.

f. Pasar (*Market*)

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan.<sup>16</sup>

Dalam ilmu ekonomi arus utama, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang dan jasa disebut transaksi. Pasar terdiri dari semua pembeli dan penjual yang keduanya mempengaruhi harga pada barang yang diperdagangkan di pasar tersebut.

---

<sup>16</sup> “Id.Wikipedia.Org/Wiki/Pasar,” n.d.

Berdasarkan wujudnya pasar dibagi menjadi pasar konkret dan pasar abstrak. Pasar konkret adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung. Adapun pasar abstrak adalah pasar yang lokasinya tidak dapat dilihat dengan ksat mata. Konsumen dan produsen tidak bertemu secara langsung, biasanya melalui internet, telepon dan lain sebagainya.

Pasar tempat untuk menjual hasil. Dalam hal ini, pasar merupakan suatu tempat dimana produk yang telah dihasilkan akan bisa sampai pada konsumen akhir, baik melalui distributor atau dari produsen langsung kepada konsumen hasil sehingga pengusaha akan mendapat imbal balik atas transaksi yang terjadi. Begitu juga konsumen akan mendapatkan kepuasan dan dapat mengambil manfaat atas produk yang diperoleh.<sup>17</sup>

### **3. Fungsi Manajemen**

Menurut George. R. Terry, fungsi manajemen terdiri dari Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Penggerakan (*actuating*) dan Pengawasan (*controlling*). Adapun penjelasan terkait fungsi manajemen dalam bisnis Islam sebagai berikut:

#### **a. Fungsi Perencanaan**

##### **1) Pengertian**

Dalam berbagai bidang termasuk dalam bisnis “perencanaan” merupakan fungsi utama dan pertama dalam proses manajemen seperti

---

<sup>17</sup> Eni Latifah, *Pengantar Bisnis Islam* (Jawa Tengah: CV.Sarnu Untung, 2020).h.6

kegiatan bisnis. Perencanaan merupakan sebuah proses perdana ketika hendak melakukan pekerjaan baik dalam bentuk pemikiran maupun kerangka kerja, sehingga tujuan yang hendak dicapai mendapatkan hasil yang optimal. Perencanaan adalah salah satu fungsi awal bagi manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Beberapa pengertian perencanaan dari para ahli diantaranya:

- a) Storn dan Winkel, perencanaan adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program, yang diperlukan dalam mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin agar kebijakan dan program tersebut dapat dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang berkembang.
- b) Handoko, perencanaan adalah proses dasar dimana manajemen memutuskan tujuan dan cara mencapainya.
- c) Hafidudin dan Tanjung, perencanaan adalah kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan agar mendapatkan hasil yang optimal.
- d) Daft merumuskan, perencanaan menempati posisi yang sangat penting dalam manajemen, karena merupakan fungsi pertama dan utama dari aktivitas manajemen, yang sangat berpengaruh terhadap fungsi-fungsi manajemen yang lainnya, dalam pencapaian tujuan organisasi.

e) Abdullah, perencanaan menempati posisi yang sangat penting dalam manajemen, karena merupakan fungsi pertama dan utama dari aktivitas manajemen, yang sangat berpengaruh terhadap fungsi-fungsi manajemen lainnya, dalam pencapaian tujuan organisasi.<sup>18</sup>

Fungsi perencanaan ini diantaranya untuk menetapkan arah dan strategi serta titik awal kegiatan agar dapat membimbing serta memperoleh ukuran yang digunakan untuk pengawasan untuk mencegah pemborosan waktu dan faktor lainnya. Dalam setiap perencanaan terdapat tiga kegiatan yang meskipun dapat dibedakan, tetapi tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya dalam proses perencanaan. Ketiga kegiatan tersebut diantaranya:

- a) Perumusan tujuan yang ingin dicapai,
- b) Pemilihan program untuk mencapai tujuan itu dan
- c) Identifikasi dan pengarahan sumber yang jumlahnya selalu terbatas.<sup>19</sup>

## **2) Posisi Perencanaan dalam Fungsi-Fungsi Manajemen**

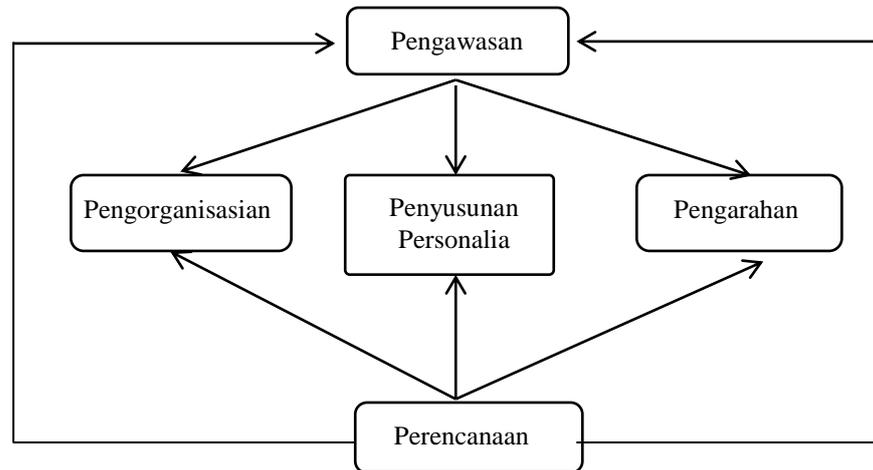
Sebagaimana dijelaskan di awal bahwa perencanaan merupakan fungsi utama dan pertama dalam manajemen, maksudnya adalah bagaimana aktivitas fungsi-fungsi manajemen yang lainnya itu sangat bergantung pada fungsi perencanaan yang meresap dan menyinari fungsi-fungsi manajemen yang lainnya (pengorganisasian, personalia, pengarahan dan pengawasan).

---

<sup>18</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014).h.117-118

<sup>19</sup> Fathurrahman, *Bunga Rampai (Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Quran Dan Hadits)*, (Surabaya: Citra Media Nusantara, 2021). H.18

Dimana posisi perencanaan sangat strategis dan menentukan segalanya dalam aktivitas organisasi.<sup>20</sup> Hubungan perencanaan dengan fungsi manajemen yang lain dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.** Hubungan perencanaan dengan fungsi manajemen lainnya<sup>21</sup>

### 3) Penyusunan Perencanaan

Sebuah perencanaan diprediksi akan baik bila memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, diantaranya:

- a) Dasar perencanaan bahwa yakin yang dilakukan itu adalah baik. Ukuran baik dalam Islam (syariah) adalah sesuai ajaran Islam. Dimana dilarang melakukan sebuah perencanaan bisnis yang dilarang dalam Islam walaupun usaha itu menguntungkan.
- b) Dipastikan betul bahwa sesuatu yang akan dilakukan dalam perencanaan itu memiliki banyak manfaat. Manfaat disini bukan hanya untuk masyarakat sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Tanggung jawab

<sup>20</sup> Ahmad Hendra Rofiullah Suparjo Adi Suwarno Supriyanto, *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)* (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2020).h.13

<sup>21</sup> Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. h.144

Sosial Perusahaan (*Social Corporate Responsibility*) didasarkan pada Ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan apa yang akan dilakukan dalam perencanaan itu.

- c) Sebelum membuat perencanaan sebaiknya dilakukan studi banding (*benchmark*) ke perusahaan sejenis yang terbaik pengelolaanya dan sukses dalam pelaksanaannya. Hasil studi banding itu akan menambah wawasan dan pengetahuan, serta memudahkan kita dalam membuat perencanaan bisnis
- d) Harus dapat dibayangkan bagaimana prosesnya dari perencanaan yang disusun itu sampai pada realisasinya, sehingga memudahkan kita memahami dari mana memulai, menuju kemana, dan dalam perjalanan menuju kemana tersebut apa saja yang dikerjakan.

#### **4) Tahapan Menyusun Perencanaan**

Perencanaan merupakan pekerjaan yang tersusun rapi, harmonis dan komprehensif yang menggambarkan hubungan yang sistematis antara fungsi perencanaan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya, sehingga nampak sebagai satu kesatuan yang kompak dan kokoh. Untuk mewujudkan yang demikian itu maka perencanaan harus disusun dengan tahapan-tahapan berikut ini:

- a) Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan. Pada tahap ini perencanaan dimulai dengan menetapkan keputusan tentang apa yang menjadi tujuan organisasi (lembaga bisnis) itu.

- b) Merumuskan keadaan saat ini. Memahami pengertian saat ini, bagi organisasi bisnis sangat penting, karena dari situlah kita berangkat untuk mencapai tujuan organisasi bisnis yang sudah dirumuskan dalam tahap pertama, dan apa saja yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan itu
- c) Mengidentifikasi segala kekuatan, kelemahan dan segala peluang dan ancaman, dengan memahami segala situasi dan kondisi obyektif ini kita dapat mempersiapkan strategi yang diperlukan memasuki keadaan itu dan berjuang untuk mencapai apa yang menjadi tujuan organisasi bisnis, yaitu mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan.
- d) Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi bisnis yang sudah ditetapkan pada tahap pertama. Termasuk disini mempersiapkan, membuat dan melakukan penilaian sebagai alternative, dan memilih alternatif kegiatan yang terbaik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan organisasi bisnis.<sup>22</sup>

### **5) Tujuan dan Rencana**

Tujuan dan rencana dalam organisasi menjadi konsep umum dalam pemahaman berorganisasi di masyarakat, termasuk dalam lingkup kegiatan berbisnis. Suatu tujuan adalah keadaan yang diharapkan di masa depan yang diupayakan dapat direalisasikan oleh organisasi. Adanya tujuan ini sangat penting sekali bagi organisasi seperti bisnis, karena bisnis didirikan untuk

---

<sup>22</sup> Supriyanto, *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*...h.16

maksud tertentu, dan tujuan dibuat untuk mendefinisikan dan menyatakan maksud tersebut.<sup>23</sup>

Rencana merupakan cetak biru (*blue print*) dari pencapaian tujuan dan memuat rincian tentang alokasi sumberdaya organisasi, jadwal, tugas dan tindakan yang diperlukan untuk merealisasikannya. Dengan demikian tujuan merupakan gambaran yang ingin dicapai oleh organisasi (dalam hal ini bisnis), sedangkan rencana merupakan perangkat atau alat (*tool*) yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan perencanaan atau *planning*, umumnya menggabungkan kedua definisi tersebut (tujuan dan rencana) yang berarti: tindakan untuk menentukan tujuan organisasi dan apa saja yang dibutuhkan untuk mencapainya.

Perencanaan yang dibuat secara utuh, memadukan tujuan dan rencana yang komprehensif mengandung makna penting bagi organisasi (dalam hal ini perusahaan), tidak saja diyakini dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja operasional organisasi (perusahaan), kinerja financial perusahaan, tetapi juga mengandung pesan-pesan penting yang ditujukan kepada pelanggan eksternal (*stakeholder*) dan pelanggan internal (karyawan organisasi (perusahaan) itu.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002).h.124

<sup>24</sup> Suparjo Adi Suwarno dan Supriyanto, *Manajemen Bisnis...* .h.18

## **b. Fungsi Pengorganisasian (*organizing*)**

### **1) Pengertian**

Pengorganisasian adalah proses mengatur, mengalokasikan dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya diantara anggota organisasi. Menurut Stoner, pengorganisasian adalah proses mempekerjakan dua orang atau lebih untuk bekerja sama dalam cara terstruktur guna mencapai sasaran spesifik atau beberapa sasaran.<sup>25</sup> Sedangkan menurut Terry pengorganisasian adalah kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses.

Dalam sudut pandang Islam, organisasi tidak hanya semata-mata suatu wadah, melainkan lebih menekankan bagaimana sebuah pekerjaan dilakukan secara rapi. Organisasi lebih menekankan pada pengaturan pembagian mekanisme kerja.<sup>26</sup> Sistem kerjasama ini terdapat pembagian tugas untuk menetapkan bidang-bidang atau fungsi-fungsi yang termasuk ruang lingkup kegiatan yang akan diselenggarakan. Sistem organisasi ini memiliki karakteristik antara lain: ada komunikasi antara orang yang bekerja sama, individu dalam organisasi tersebut mempunyai kemampuan untuk bekerja sama dan kerja sama itu ditujukan untuk mencapai tujuan.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Engkos Koswara, *Administrasi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2012).h.95

<sup>26</sup> Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2008)...h.101

<sup>27</sup> Fathurrahman, *Bunga Rampai (Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Quran Dan Hadits)*.h.22

Agama Islam mengajarkan bagi pemeluknya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir dengan rapi, hal ini bisa jadi suatu kebenaran yang tidak terorganisir dengan rapi akan dengan mudah bisa diluluhlantakkan oleh kebatilan yang tersusun rapi. Proses ini menekankan pentingnya tercipta kesatuan dalam berbagai tindakan sehingga tercapai tujuan, sebagaimana firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 103 berikut ini:

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ ءَايَاتِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٠٣﴾

*“Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.”*<sup>28</sup>

Hal utama dalam pengorganisasian dilakukan setelah perencanaan adalah proses mendesain organisasi penentuan struktur organisasi yang paling memadai untuk strategi, orang, teknologi dan tugas organisasi. Setiap unit kerja perlu dibentuk dan adanya hubungan yang jelas antara pengurus dengan manajer serta antara manajer dengan pegawai sehingga akan melahirkan suatu

<sup>28</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. h. 63

struktur organisasi yang dapat diartikan sebagai susunan dan hubungan antar bagian-bagian komponen dan posisi dalam suatu organisasi serta bagaimana mengkoordinasikan aktivitas organisasi.<sup>29</sup>

## 2) Struktur dan Bagan Organisasi

Struktur organisasi diperlukan dalam manajemen yang mengelola organisasi apapun. Begitu pola dalam manajemen Islam (syariah). Struktur organisasi mencerminkan pengalokasikan tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing orang yang ada dalam suatu organisasi. Struktur organisasi disusun sesuai keperluan, atau dengan kata lain tergantung pada besar kecilnya kapasitas organisasi. Sehingga ada istilah struktur organisasi yang ramping dan juga yang gemuk. Masing-masing tentu ada kelebihan dan kekurangannya. Struktur organisasi yang ramping akan menyediakan sedikit pos-pos jabatan tetapi kaya akan fungsi. Sebaliknya struktur organisasi yang gemuk akan lebih banyak menyediakan pos-pos jabatan, tetapi dengan fungsi yang biasa-biasa saja.

Struktur organisasi yang ramping hemat SDM, hemat tunjangan jabatan, tetapi bobot pekerjaannya besar. Sebaliknya struktur yang gemuk memerlukan banyak SDM, tunjangan jabatan, tetapi bobot tanggung jawabnya biasa/sesuai ukurannya. Dalam implementasinya tergantung pada ketersediaan SDM, dana, dan keyakinan pimpinan dalam menentukan pilihan.

---

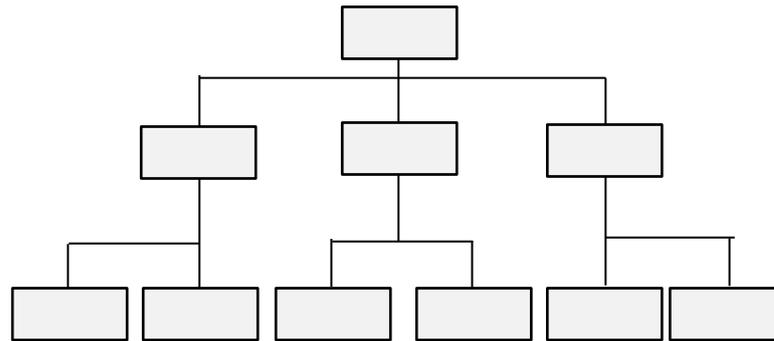
<sup>29</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016).h.120

Bagan organisasi adalah penggambaran struktur organisasi yang memperlihatkan susunan fungsi-fungsi, departemen-departemen, atau posisi-posisi yang menunjukkan hubungan kerja antara satu dengan yang lain. Setiap bagian yang terpisah digambarkan dengan kotak-kotak yang dihubungkan satu dengan yang lain dengan garis lurus yang menunjukkan garis perintah kalau dilihat dari atas dan garis pertanggungjawaban kalau dilihat dari bawah. Bagan suatu organisasi paling tidak menggambarkan aspek penting dari suatu organisasi bisnis, yang secara dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Tergambar adanya pembagian kerja, setiap kotak memperlihatkan satuan organisasi bisnis apa yang bertanggung jawab melaksanakan pekerjaan yang menjadi porsi bagian yang ada dalam kotak itu.
- b) Terdapat adanya posisi manajer dan bawahan, yang menunjukkan hubungan wewenang dan tanggung jawab antara atasan dan bawahan (dalam hal ini antara manajer dan bawahan)
- c) Tergambar adanya tipe pekerjaan yang dilaksanakan, juga tabel dan deskripsi pada tiap kotak menunjukkan pekerjaan organisasi yang menjadi tanggung jawab yang berbeda satu dengan yang lain.
- d) Tergambar pengelompokan segmen-segmen pekerjaan, atas dasar fungsional, divisional, atau departementalisasi.

e) Tergambar tingkatan manajemen, dimana suatu bagan tidak hanya menunjukkan manajer dan bawahan, tetapi juga keseluruhan hirarki manajemen.<sup>30</sup>

Berikut ini salah satu bagan organisasi dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2:** Bagan Organisasi Berbentuk Piramid<sup>31</sup>

### c. Fungsi Pergerakan (*actuating*)

#### 1) Pengertian

Menggerakan atau mengarahkan organisasi (*actuating*) adalah aspek terpenting dalam fungsi manajemen, hal ini karena agar semua anggota kelompok mulai dari tingkat teratas sampai terbawah berusaha mencapai sasaran organisasi organisasi sesuai dengan rencana yang ditetapkan semula, dengan cara dikelompokkan kedalam fungsi pelaksanaan ini adalah *directing commanding, leading* dan *coornairing*.<sup>32</sup>

Sebaik dan selengkap apapun fasilitas, sarana/prasarana yang dimiliki organisasi, tersedianya sumber daya organisasi (*man, money, material,*

<sup>30</sup> Supriyanto, *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*.h.25

<sup>31</sup> M ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012)*.h. 211

<sup>32</sup> Ahmad Munir, "Manajemen Pembiayaan Pendidikan Dalam Pespektif Islam," *Jurnal At-Ta'dib* 8, no. 2 (2013).h.223-239

*machine, and mentod*) apabila pemimpin organisasi tidak dapat menggerakkan orang-orang yang dipimpinnya, maka semua itu (kehadiran/keberadaan segala macam itu) tidak akan banyak artinya. Inilah alasan yang mendasari pendapat bahwa manajemen itu bukan hanya sebagai ilmu, tetapi juga sekaligus sebagai seni, dalam hal ini seni memimpin (*management is not only an science, but it also an art*).<sup>33</sup> Al Qur'an telah memberikan pedoman dasar terhadap proses mengarahkan dalam bentuk *actuating* ini. Allah SWT berfirman dalam surat al-Kahfi ayat 2 sebagai berikut:

قِيَمًا لِّيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِّن لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ  
الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا ﴿٢﴾

*“Sebagai bimbingan yang lurus, untuk memperingatkan siksaan yang sangat pedih dari sisi Allah dan memberi berita gembira kepada orang-orang yang beriman, yang mengerjakan amal saleh, bahwa mereka akan mendapat pembalasan yang baik.”*<sup>34</sup>

## 2) Aspek-aspek dalam Menggerakkan Organisasi (*actuating*)

Ada sejumlah aspek yang harus diperhatikan dan didayagunakan oleh seorang pemimpin untuk dapat berhasil menggerakkan organisasi, dalam arti semua orang yang dipimpinnya bergerak menuju pencapaian tujuan organisasi.

Aspek-aspek dalam mengerakkan organisasi tersebut meliputi:

<sup>33</sup> Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*.h.209

<sup>34</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.293

### a) Perilaku

Yang dimaksud perilaku disini adalah perilaku organisasional (*organizational behavior- OB*). Dengan memahami apa yang menyebabkan karyawan berperilaku tertentu, para pemimpin (manajer) dapat mendayagunakan perilaku tersebut untuk mencapai hasil yang positif. Misalnya perilaku kewarganegaraan organisasional (*organizational citizenship*) adalah perilaku kerja yang melebihi keperluan-keperluan pekerjaan dan memberikan kontribusi sesuai kebutuhan untuk keberhasilan organisasi.<sup>35</sup>

Karyawan yang mempunyai perilaku *organizational citizenship* ini nampak dalam sikapnya yang suka memberikan bantuan kepada karyawan yang lain, pelanggan, bahkan mengerjakan pekerjaan ekstra jika diperlukan. Perilaku ini dapat diperlihara dan diberdayakan terus bersama dengan cara menghargai secara proposional terhadap pengorbanan karyawan yang bersangkutan.

Jika perilaku seperti itu belum timbul, maka kewajiban pemimpin (manajer) mempelopori (menjadi contoh) bagaimana berperilaku yang dikehendaki oleh organisasi. Dalam manajemen syariah hal seperti ini disebut dengan istilah *ibda binafsik* (mulailah dengan dirimu sendiri). Pemimpin yang baik yaitu pemimpin yang bisa memberikan teladan kepada orang-orang yang dipimpinnya.

---

<sup>35</sup> Richard L. Daft, *Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2003).h.259

## **b) Kepemimpinan**

Kepemimpinan dapat diartikan sebagai kemampuan mempengaruhi orang-orang untuk mencapai tujuan organisasi. Kelihatannya mudah tetapi dalam pelaksanaannya tidak semudah itu. Ada banyak gaya kepemimpinan yang bisa dipilih oleh seorang pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi.

Kepemimpinan merupakan suatu proses untuk mempengaruhi aktivitas dari pada kelompok yang terorganisir dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam pencapaian tujuan. Memimpin adalah suatu proses mempengaruhi yang lain untuk bekerja menuju pencapaian tujuan tertentu.<sup>36</sup> Apabila kita mempelajari kepemimpinan Nabi Muhammad SAW, maka kita akan menemukan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam memimpin pengikutnya yaitu beliau menjalankan tugas kepemimpinannya itu dengan “teladan” (contoh) yang bisa langsung dilihat (dirasakan) oleh pengikutnya<sup>37</sup>

## **c) Motivasi Kerja**

### **1) Pengertian**

Motivasi berasal dari kata “*movere*” dalam bahasa latin yang memiliki arti menggerakkan atau mendorong. Menurut Marihot, motivasi merupakan sekumpulan faktor yang mendorong seseorang melakukan kegiatan melalui usaha keras. Motivasi dalam bekerja dapat dipahami

---

<sup>36</sup> Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*.h.121

<sup>37</sup> Ismail Noor, *Kepemimpinan Muhammad SAW (Edisi Bahasa Indonesia)* (Bandung: Mizan, 2011).h.82

bahwa seorang pekerja bersedia untuk mencurahkan usaha dan energinya dalam aktivitas-aktivitas produktif. Motivasi kerja dapat mendorong pekerja untuk melakukan pekerjaan dengan efektif, inisiatif, dan menunjukkan tanggung jawab.<sup>38</sup>

Pekerja yang memiliki motivasi tinggi akan cenderung memiliki kepuasan kerja yang lebih tinggi. Prestasi kerja merupakan hasil interaksi antara motivasi kerja, kemampuan kerja, dan peluang yang tersedia. Prestasi kerja berhubungan dengan motivasi kerja. Prestasi akan rendah terjadi jika motivasi rendah meskipun ada kemampuan. Performa kerja dapat digunakan untuk mengukur kualitas dan kuantitas pekerja dalam pencapaian tugas atau pekerjaan yang diberikan. Prestasi atau performa kerja dipengaruhi oleh tiga faktor penting, yaitu: minat dan kemampuan kerja; Penerimaan dan kemampuan menyelesaikan tugas; Tingkat motivasi pekerja

Tingkat prestasi dan performa yang tinggi bagi setiap karyawannya sangat diharapkan oleh organisasi (perusahaan), sehingga pihak manajemen harus dapat memberikan motivasi kepada pekerja sehingga dapat bekerja secara efektif dan efisien. Selain itu, kebijakan dan peraturan dari perusahaan dapat memotivasi karyawan.

---

<sup>38</sup> Sugiono Dkk, *Ergonomi Untuk Pemula (Prinsip Dasar & Aplikasinya)* (Malang: UB Press, 2018).h.152

## 2) Pemanfaatan Motivasi dalam Pekerjaan

Agar motivasi itu bermanfaat untuk meningkatkan gairah kerja, produktivitas, kualitas, dan kuantitas kerja, maka perlu adanya upaya pimpinan untuk mendesain pekerjaan yang diyakini dapat membangkitkan motivasi misalnya:

- 1) Penyederhanaan pekerjaan (*job simplification*) dengan mengurangi jumlah tugas namun tetap proporsional dari yang harus dikerjakan seseorang, dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektifitas.
- 2) Rotasi pekerjaan (*job rotation*) secara berbeda dan terkontrol dengan cara memutasikan karyawan dari suatu pekerjaan ke pekerjaan yang lain dalam basis yang sama untuk memberikan variasi dan stimulasi, sehingga karyawan tidak mengalami kejenuhan dan karyawan mendapat pengalaman pekerjaan yang ruang lingkupnya lebih luas, dan dapat membangkitkan semangat ingin tahu bagaimana bekerja di unit lain.
- 3) Pembesaran pekerjaan (*job enlargement*). Ini penting dilakukan untuk menyiapkan kader pimpinan dalam organisasi yang dilakukan dengan sangat selektif berdasarkan data yang ada dalam sistem informasi manajemen (SIM) yang setiap saat diamati dan di *update* (dimutakhirkan). Karyawan-karyawan yang berprestasi akan merasa senang dan bergairah bekerja apabila mereka mendapat kesempatan

dalam program *job enlargement* ini, karena itu berarti mereka diperlukan oleh organisasi.<sup>39</sup>

Ketiga langkah ini merupakan serangkaian langkah-langkah strategis dalam membangun mengembangkan motivasi karyawan dalam melaksanakan pekerjaan.

### 3) Kepemimpinan yang memotivasi

Selain melakukan *job simplification*, *job rotation*, dan *job enlargement*, seorang pemimpin (manajer) juga perlu secara terus-menerus dengan teratur melaksanakan prinsip-prinsip kepemimpinan yang bersifat memotivasi seperti:

- a) *Menetapkan target*. Target yang realistis akan membangkitkan semangat dan ilham dalam bekerja.
- b) *Berikan teladan*. Dalam jangka waktu tertentu bawahan cenderung menjadi duplikat atasan mereka. Oleh karena itu, segalanya yang berkenaan dengan pekerjaan di tempat kerja bawahan (karyawan) cenderung meneladani pimpinan (atasan) mereka
- c) *Teruslah melakukan perbaikan*. Jangan pernah mengatakan saya melakukan yang terbaik atau anda semua melakukan yang terbaik, karena sebenarnya kita terus melakukan perbaikan sebab semua orang bisa berbuat lebih baik lagi.

---

<sup>39</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h.230

- d) *Sediakan waktu untuk berpikir.* Luangkan waktu untuk berfikir guna mereview apa yang menjadi pekerjaan (tanggungjawab), agar bisa melihat seberapa banyak yang sudah dapat diselesaikan, berapa yang belum, apa kendalanya, sehingga dapat membuat strategi baru yang membangkitkan motivasi karyawan untuk bersama-sama menyelesaikan pekerjaan yang belum terselesaikan.
- e) *Memimpin tanpa memaksa.* Disini seorang pemimpin (manajer) melaksanakan kepemimpinannya lebih banyak dengan contoh (keteladanan) daripada dengan perintah. Karyawan akan lebih termotivasi dipimpin dengan contoh daripada dengan perintah.
- f) *Membuat penilaian berdasarkan hasil.* Penilaian yang berdasarkan hasil lebih objektif dari penilaian yang terkontaminasi dengan *prejudis, halo effect, rekayasa*, dan lain-lain.
- g) *Kembangkan sikap percaya diri.* Sikap percaya diri tidak saja memotivasi pelakunya tetapi juga memotivasi orang lain (karyawan) yang kita pimpin. Sikap percaya diri akan membangun kemampuan untuk melakukan sesuatu yang bermuara pada prestasi kerja (kinerja) yang dikehendaki.
- h) *Hargai kritik.* Apapun dan bagaimanapun bentuknya kritik yang datang kepada kita, kita sambut dengan baik, karena kritik itu adalah kesempatan yang sangat berharga untuk memproduksi dan memperbaiki perilaku dan tindakan dalam memimpin organisasi.

Tidak ada yang terbebas dari kekurangan dan kesalahan, dan orang yang berhasil memperbaiki kekurangan dan kesalahan itulah orang yang sesungguhnya berhasil.

- i) *Berorientasi ke masa depan.* Pemimpin (manajer) yang baik adalah pemimpin (manajer) yang dapat membawa organisasi ke masa depan yang lebih baik dari masa sekarang. Sikap pemimpin (manajer) yang demikian ini sangat banyak memberi motivasi kepada bawahan untuk bekerja lebih baik lagi agar semua orang dapat menikmati masa depan yang diidam-idamkan.
- j) *Berpikir sebagai seorang pemenang.* Selalu berpikir sebagai pemenang (the winner) akan sangat memotivasi pikiran untuk berkonsentrasi mengerahkan segala pikiran dan kemampuan, baik kemampuan manajerial maupun skill untuk mencapai tujuan yang ditargetkan.<sup>40</sup>

#### **d) Komunikasi**

Komunikasi berasal dari kata “*communis*” yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam *Kamus Bahasa Indonesia*, komunikasi adalah hubungan komunikasi, garis hubungan, alat hubungan, kabar, pemberitahuan dan sebagainya.<sup>41</sup> Berdasarkan hal tersebut, komunikasi dapat dipahami sebagai suatu kebersamaan atau hubungan antara satu dengan yang lain.

---

<sup>40</sup> Abdullah.h.231

<sup>41</sup> Tim Penyusun, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008).h.231

Oleh karena itu, dua orang atau sekelompok orang yang terlibat dalam komunikasi misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Komunikasi juga merupakan salah satu faktor penting dalam menggerakkan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Itu terbukti dari kenyataan lebih dari 70% waktu seorang pemimpin (manajer) dihabiskan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang ada dalam koordinasi tugasnya.

Untuk memahami komunikasi ini banyak sekali rumusan definisi yang diberikan oleh pakar ilmu komunikasi sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing.<sup>42</sup> Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dapat memberikan pengaruh (efek) terhadap orang yang menerima (komunikan). Pengaruh (efek) itu adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan sikap (*attitude*), pengetahuan (*knowledge*), dan perilaku (*behavior*). Tiga hal ini sangat berpengaruh dalam upaya pemimpin (manajer) untuk menggerakkan orang-orang yang dipimpinnya dalam suatu organisasi seperti misalnya karyawan meningkatkan pengetahuannya, karyawan berubah sikapnya dalam bentuk lebih bertanggung jawab dalam bekerja dan perubahan perilaku dalam bentuk lebih hati-hati dalam mengerjakan pekerjaannya.

---

<sup>42</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. h. 233

### e) Kerjasama

Dalam upaya menggerakkan karyawan dapat dilakukan dengan membangun kerjasama (*team work*), dan sering disebut tim. Tim adalah satu unit yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berinteraksi dan mengkoordinasikan kerja mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Kerjasama tim menjadi sebuah kebutuhan dalam mewujudkan keberhasilan kerja. Kerjasama tim ini akan menjadi suatu daya dorong yang memiliki energi dan sinergitas bagi individu-individu yang bergabung dalam kerjasama tim.

Menurut Bachtiar (2004), kerjasama merupakan sinergisitas kekuatan dari beberapa orang dalam mencapai satu tujuan yang diinginkan. Kerjasama ini akan menyatukan kekuatan ide-ide yang akan mengantarkan pada kesuksesan.<sup>43</sup> Dalam kerjasama tersebut akan muncul berbagai penyelesaian yang secara individu telah terselesaikan. dalam kerjasama tim adalah munculnya berbagai penyelesaian secara sinergi dari berbagai individu yang tergabung dalam kerja tim.

#### a) Efektivitas Tim

Efektivitas kerjasama tim dalam menggerakkan organisasi dapat dilihat dari dua sisi yaitu: kepuasan anggota tim dan hasil yang didapat. Kepuasan berkenaan dengan kemampuan tim (atas nama organisasi) untuk memenuhi kebutuhan pribadi para anggotanya, mempertahankan

---

<sup>43</sup> Arman Paramansyah dan Ade Irvi Nurul Husna, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam* (Jawa Barat: Pustaka Al-Muqsih, 2021).h.141

anggotanya dan komitmen mereka dalam melaksanakan tugas. Sedangkan hasil (produktivitas) berkenaan dengan kualitas dan kuantitas hasil kerja seperti seberapa banyak yang dihasilkan dan seberapa intens perubahan itu dapat ditangani tim.<sup>44</sup>

b) Faktor yang mempengaruhi Tim

Beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas tim misalnya: struktur organisasi, strategi, lingkungan, budaya dan sistem penghargaan. Pengalaman para manajer dalam mengidentifikasi karakteristik tim yang cukup penting untuk selalu menjadi perhatian yaitu jenis tim, struktur tim, dan komposisi tim.

Selain itu faktor perbedaan tim diantaranya gender dan ras, pengetahuan, keterampilan, dan sikap dapat menimbulkan pengaruh yang besar dalam proses dan efektivitas tim. Kebutuhan adanya tim yang bersifat permanen atau temporer, besar kecil keanggotaan tim, dalam realitanya tidak hanya ditentukan oleh hasil (manfaatnya), tetapi juga ditentukan oleh tersedianya biaya yang bisa digunakan untuk menstimulasi pekerjaan tim.

Jika biaya yang tersedia sedikit, sedangkan jumlah yang diperlukan untuk menstimulasi tim melebihi keuntungan, maka bisa saja manajer hanya menunjuk 1 orang karyawan saja untuk menyelesaikan apa yang seharusnya menjadi tugas tim itu. Karena keterbatasan tersebut tentu saja

---

<sup>44</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. h.237

hasilnya tidak maksimal, baik keterbatasan kemampuan seorang karyawan itu dan fasilitas serta dukungan dana yang tersedia.

Oleh karena itu, aksioma keberhasilan sesuatu yang diperjuangkan juga tidak bergantung pada dukungan fasilitas yang harus disediakan, dalam hal ini tersedianya orang-orang yang bisa menangani dan dana stimulus yang melancarkan operasi tim tersebut. Dalam manajemen berbasis Islam (syariah) untuk menggerakkan organisasi melalui tim terutama merujuk pada *halaqah* (lingkaran atau kelompok) dan *usrah* (hubungan). Tim terdiri dari tiga orang atau lebih yang bekerja dengan tujuan yang sama, dengan sebuah motif untuk mengerjakan sesuatu yang bermanfaat.

Dalam perspektif syariah tim harus menunjuk seorang *qiyadah* (pemimpin) yang membimbing dan mengarahkan anggota tim sehingga mereka bisa fokus pada tujuan yang ingin dicapai, dan dalam proses pencapaian tujuan tersebut harus dikembangkan nilai kebersamaan dalam tindakan, yang dalam sirah Nabi disebut *tanzhim haraki*. Kata *tanzhim* yang menunjukkan pada; disiplin, terorganisasi, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain, sedangkan kata *haraki* mengimplikasikan sebuah gerakan orang-orang yang melakukan aksi bersama untuk mencapai tujuan bersama. Sebuah tim harus memiliki identitas yang mudah dikenal dan sekaligus untuk membedakannya dengan tim yang lain.

#### f) **Spiritual Company**

*Spiritual company* merupakan organisasi yang menggabungkan konsep manajemen dengan nilai-nilai spritual. Spritual sering diartikan sebagai hal yang ada hubungan dengan agama. Dimana suatu perusahaan yang menerapkan konspe spritual company dalam aktivitas bisnisnya tidak hanya berfokus untuk mendapatkan keuntungan secara materi, namun juga keuntungan secara spritual. Organisasi berbasis spritual menilai pengembangan dan pembinaan SDM sangat diperlukan seiring tumbuhnya usaha baru yang memiliki ciri sama dan merupakan tantangan sehingga persepsi pimpinan dan karyawan dalam melakukan perubahan organisasi baik dari individu serta maupun kelompok untuk melaksanakan budaya tersebut dan menjadikan pimpinan sebagai perilaku tauladan yang layak diikuti.

Sebagai *agen of change* perilaku pimpinan layaknya dijadikan tauladan oleh seluruh karyawan hal ini sesuai etika Rasulullah SAW berupa sifat *Shidiq* (jujur), *Amanah* (bisa dipercaya), *Tablig* (menyampaikan firman-firman Allah) dan *Fathonah* (cerdas). Sebagai pelaku perubahan harus menyemangati tumbuhnya budaya organisasi dan mampu mengambil resiko dalam konsep manajemen yang ditetapkan.

Keberhasilan dari proses pengembangan organisasi dapat dilihat pada kemajuan usaha dan kesadaran karyawan baik individu maupun kelompok saat menjalankan budaya. Bentuk spritual personel dari karyawan organisasi

berbasis spritual tersebut menjadi budaya baku dalam manajemen berupa aksi nyata dan wajib dilaksanakan berupa Sholat wajib diawal waktu, Sholat Tahajud, Sholat dluha, sedekah, pengajian rutin, hafalan surat-surat pilihan dan kegiatan lainnya.<sup>45</sup>

#### **d. Fungsi Pengawasan (*Controlling*)**

##### **1) Pengertian**

Pengawasan atau *Controlling*, sering juga disebut pengendalian. Pengendalian merupakan fungsi manajemen yang mengadakan penilaian dan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud dan tujuan yang telah digariskan semula.<sup>46</sup> Dengan adanya pengawasan, bertujuan untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Pengawasan atau pengendalian merupakan proses untuk memastikan bahwa aktivitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang direncanakan.

Pengawasan menurut pandangan Islam dilakukan untuk meluruskan yang tidak lurus, mengoreksi yang salah, dan membenarkan yang hak.<sup>47</sup> Pengawasan dalam pandangan Islam dapat dilihat dari dua sisi yaitu pengawasan diri sendiri dan pengawasan dari luar.

---

<sup>45</sup> Haruni Ode, *Pengembangan Organisasi Berbasis Spritual* (Surabaya: CV.Jakad Publishing, 2019). h.1-5

<sup>46</sup> Fathurrahman, *Bunga Rampai (Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Quran Dan Hadits)*.h.29

<sup>47</sup> Abdul Manan, *Membangun Islam Kaffah* (Madrid Pustaka, 2000).h.152

### 1) Pengawasan dari diri sendiri

Pengawasan ini bersumber dari keimanan seorang hamba kepada Allah SWT. Seseorang yang kuat keimanannya yakin bahwa Allah pasti mengawasi semua perilaku hambanya, maka ia akan selalu hati-hati ketika ia sendirian, ia yakin Allah yang kedua, ketika ia berdua, ia yakin Allah yang ketiga, dan seterusnya.<sup>48</sup> Perlunya pengawasan dari diri sendiri ini yang terbangun dari keimanan seseorang kepada Allah SWT sejalan dengan peringatan Allah di dalam Al-Qur'an surat Al-Mujadilah ayat 7 sebagai berikut:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَا يَكُونُ مِنْ  
 نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا آدْنَى مِنْ  
 ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ  
 الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٧﴾

*“Tidakkah kamu perhatikan, bahwa Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah keempatnya. dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah keenamnya. dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu.”<sup>49</sup>*

<sup>48</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. h. 305

<sup>49</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.543

## 2) Pengawasan dari luar diri

Pengawasan dari luar diri ini bersangkutan ini adalah untuk lebih efektifnya kegiatan organisasi dalam kehidupan sehari-hari di dunia dan kenyataannya masih banyak orang yang dikalahkan oleh moral hazard nya, yang penting sekarang, soal di akhirat itu soal nanti, sehingga terjadilah tindakan; perbuatan yang menyimpang, menyalahgunakan, dan sejenisnya yang bertentangan dengan yang seharusnya. Sehingga pengawasan dari luar itu perlu dan pengawasan ini lebih dikenal dengan sebutan pengawasan menurut Islam.

## 3) Filosofi Pengawasan dalam Islam

Koreksi terhadap kesalahan dalam pandangan Islam sebenarnya sangat persuasif dan edukatif. Cara persuasif dan edukatif ini dimaksudkan untuk tidak mempermalukan yang bersangkutan. Sebagai orang yang beriman dan bertaqwa kalau sudah diberitahu kesalahan maka segera membetulkan kembali kesalahannya dan tidak lagi melakukannya. Koreksi yang persuasif dan edukatif ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:<sup>50</sup>

a) *Tawa shaubil haqqi*. Saling menasehati atas dasar kebenaran sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Ashr ayat 3 berikut ini:

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ....

---

<sup>50</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. h. 307-308

*“kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran...”*<sup>51</sup>

- b) *Tawa shawbis shabri*. Saling menasehati atas dasar kesabaran, hal ini sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Ashar ayat 3 berikut ini:

وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ

*“.....dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.”*<sup>52</sup>

- c) *Tawa shawbil marhamah*. Saling menasehati atas dasar kasih sayang, hal ini sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Balad ayat 17 berikut ini:

ثُمَّ كَانَ مِنَ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ وَتَوَاصَوْا بِالرَّحْمَةِ

*“Dan Dia (tidak pula) Termasuk orang-orang yang beriman dan saling berpesan untuk bersabar dan saling berpesan untuk berkasih sayang.”*<sup>53</sup>

Kemudian pengawasan dalam Islam terdapat tanggung jawab individu, amanah dan keadilan terhadap setiap diri manusia. Islam memerintahkan kepada setiap orang bertanggung jawab atas tugas kepemimpinannya, sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW yang artinya: *“Setiap orang (kamu) adalah pemimpin, dan setiap pemimpin harus bertanggung jawab atas kepemimpinannya”* (HR. Mutafaqun

<sup>51</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*...h.601

<sup>52</sup> Departemen Agama...h.601

<sup>53</sup> Departemen Agama...h.594

‘alaih dari Ibnu Umar). Islam juga memerintahkan setiap individu untuk menyampaikan amanat yang dititipkan kepadanya sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 58 berikut ini:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
سَمِيعًا بَصِيرًا

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.”*<sup>54</sup>

Dalam konteks kekinian, khususnya pandangan manajemen modern, pengawasan atau istilah lain disebut dengan monitoring dan evaluasi (*monev*) adalah upaya untuk melihat dan mengetahui apakah suatu pekerjaan yang dilakukan dalam suatu organisasi itu sudah dilakukan sesuai dengan yang direncanakan, atau apakah terjadi penyimpangan (ketidaksesuaian dengan rencana semula), apa saja yang menjadi penyebabnya, dan langkah-langkah apa saja yang perlu dilakukan untuk dapat meluruskan kembali sehingga ada kesesuaian dengan rencana awal.<sup>55</sup>

Jadi dari pengertian ini, pengawasan disebut juga monitoring dan evaluasi, dimaksudkan tidak untuk mencari-cari kesalahan orang lain, tetapi lebih pada upaya membantu para pelaksana untuk meneliti kembali apakah

<sup>54</sup> Departemen Agama...h.87

<sup>55</sup> Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. h. 233

ada hal-hal yang tidak sesuai dengan rencana awal dan membimbingnya untuk kemudian dilakukan langkah-langkah korektif dan konstruktif, sehingga pelaksanaan rencana itu dapat diluruskan kembali.

## 2) Pengawasan dalam Bisnis Islam

Pengawasan bisnis Islam memang telah dimulai sejak awal Islam. Hal ini ditunjukkan dalam ajaran Islam yaitu:

- 1) Pengawasan melekat (waskat) dari Allah sebagaimana tercantum dalam ayat Al-Qur'an surat al-Mutafifin ayat 1-3 berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

*“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”<sup>56</sup>*

- 2) Pengawasan dari Rasulullah SAW

Dalam bidang muamalah dan bisnis, Rasul pernah menegur seorang pedagang makanan yang menaruh makanan yang basah di timbunan makanan yang kering. Rasulullah SAW langsung menjelaskan jangan dilakukan seperti itu. Pisahkan makanan yang kering sendiri dan yang basah sendiri. Dalam kehidupan modern sekarang ini pengawasan yang dicontohkan Rasulullah SAW itu menjadi tugasnya LPPOM MUI, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dari versi pemerintah, dan Yayasan

---

<sup>56</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.587

Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang merupakan organisasi masyarakat yang bekerja secara sukarela.<sup>57</sup>

Di Indonesia, lembaga sertifikasi kehalalan produk pangan dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia secara spesifik Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia atau disingkat LPPOM MUI. Lembaga ini bertugas mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya.

Artinya bahwa produk tersebut secara proses dan kandungannya telah diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak adanya unsur haram, sehingga dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen (khususnya muslim). Produk makanan dan minuman yang sudah mendapat pertimbangan utama dari LPPOM MUI dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan syariat menjadi referensi bagi konsumen untuk dikonsumsi.

Label halal adalah sebuah logo yang tersusun dari huruf-huruf Arab yang membentuk kata halal dalam sebuah lingkaran yang tertera pada kemasan produk. LPPOM MUI akan memberikan sertifikasi halal terhadap produk-produk yang lolos audit sehingga pada produk tersebut dipasang

---

<sup>57</sup> Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. h. 234-236

label halal pada kemasannya dengan demikian masyarakat dapat mengkonsumsi produk tersebut dengan aman.<sup>58</sup>

BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tugasnya mengawasi pembuatan dan peredaran obat dan makanan (termasuk minuman), apakah sudah dibuat sesuai dengan ketentuan yang berlaku menurut syarat-syarat teknis ilmu kesehatan, dan masa peredarannya sesuai waktu yang ditentukan berdasarkan hasil tes laboratorium. Menurut Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, tugas BPOM diantaranya sebagai berikut:

- a) BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan Obat dan Makanan
- b) Obat dan Makanan yang dimaksud diantaranya obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan<sup>59</sup>

Adapun YLKI berperan membantu masyarakat melakukan pengawasan dan memberikan perlindungan terhadap praktik penyalahgunaan produk atau jasa yang diperlukan oleh konsumen (masyarakat), seperti iklan produk atau jasa tertentu yang berlebihan yang berdampak pada kerugian masyarakat (pengguna).

---

<sup>58</sup> LPPOM - MUI, "Panduan Umum Sistem Jaminan Halal", 2008, 1-78.h.8

<sup>59</sup> Abas Al-Jauhari, *Rencana Strategis Badan Pengawas Obat Dan Makanan 2015-2019*, Dialog, 2018.h.3

Sedangkan untuk perizinan bagi usaha UMKM yaitu dikeluarkannya sertifikasi dari PIRT. PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) merupakan sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang diberikan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan dan juga Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 tahun 2018 tentang pemberian sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga. Sertifikat ini dapat dikeluarkan berdasarkan pada hasil produksi yang dihasilkan telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditentukan.

Ada beberapa olahan pangan yang tidak dapat dibuatkan izin PIRT-nya, diantaranya:

- a) Susu dan hasil olahannya
- b) Minuman yang mengandung alkohol
- c) Daging, ikan, unggas dan hasil olahannya
- d) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)
- e) Makanan Kaleng
- f) Makanan Bayi
- g) Makanan dan minuman yang wajib memenuhi persyaratan SNI
- h) Makanan dan minuman yang telah ditetapkan oleh badan POM<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> bikinpabrik.id, “Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT),” 2020, <https://bikinpabrik.id/2020/07/09/sertifikat-produksi-pangan-industri-rumah-tangga-spp-pirt/>.

## B. Bisnis Ritel

### 1. Definisi Bisnis Ritel

*Ritel* atau *Retail*” berasal dari bahasa Perancis, *ritellier* yang artinya: memotong, memecah, atau membagi menjadi bagian lebih kecil. Bisnis Ritel merupakan semua kegiatan yang terkait dengan upaya untuk menambah nilai barang dan jasa yang dijual secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis.<sup>61</sup> Dalam Kamus Bahasa Inggris-Indonesia, ritel dapat diartikan sebagai “*Eceran*”. Pengertian ritailing adalah semua aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan. Pengertian *retailer* adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualan ritailing.

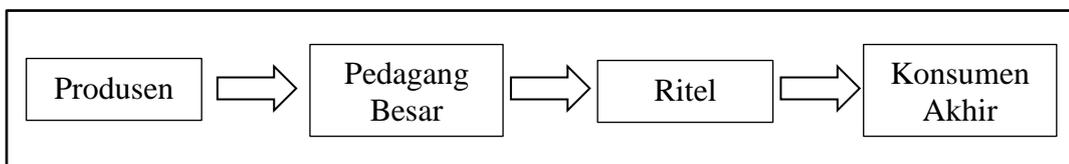
Ritel juga dikenal sebagai alat untuk kegiatan komersial (bisnis) yang digunakan untuk meningkatkan nilai produk untuk keperluan pribadi atau rumah tangga dan juga untuk menjual jasa kepada konsumen. Menurut definisi Berman dan Evans (2007), ritel diartikan sebagai kegiatan usaha yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk keperluan pribadi, keluarga atau rumah tangga.<sup>62</sup> Pedagang (*retailer*) berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan mencari kesesuaian antara komoditas dengan harga, lokasi dan waktu yang diinginkan konsumen.

---

<sup>61</sup> Ahmad Yani Syaikhudin Ariefah Sundari, “*Manajemen Ritel (Teori & Strategi Dalam Bisnis Ritel)*” (Jawa Timur: Academia Publication, 2021).h.1

<sup>62</sup> Yunita Nirmala and Hartono Subagio, “*Analisa Pengaruh Ritel Mix ( Customer Service , Assortment , Communication Mix , Dan Price ) Terhadap Tingkat Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So Surabaya,*” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 2 (2013): h. 2.

Manajemen dalam bisnis ritel yaitu pengaturan secara keseluruhan faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses perdagangan ritel secara langsung barang dan jasa kepada konsumen. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam bisnis ritel adalah *place, price, product, dan promotion* yang dikenal sebagai 4P. Dengan demikian ritel merupakan kegiatan usaha terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dan konsumen, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.** Bagan Alur Bisnis Ritel<sup>63</sup>

## 2. Fungsi Bisnis Ritel

Bisnis Ritel mempunyai fungsi-fungsi yang dapat meningkatkan nilai produk dan jasa yang dijual dari produsen kepada konsumen dan juga mempermudah proses distribusi produk yang telah dihasilkan. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Menyediakan produk barang dan jasa.* Peritel berusaha menyediakan berbagai macam kebutuhan konsumen yaitu berbagai ragam produk dan jasa. (*providing assortments*)
- 2) *Memecah (Breaking bulk).* Bisnis ritel berfungsi memecah beberapa ukuran produk yang besar menjadi lebih kecil, sehingga menguntungkan bagi produsen dan konsumen

<sup>63</sup> Ariefah Sundari, "Manajemen Ritel (Teori & Strategi Dalam Bisnis Ritel)." h. 2

- 3) *Perusahaan penyimpanan persediaan*. Ritel dapat diposisikan sebagai perusahaan yang menyimpan stok atau persediaan (*holding inventory*) dengan ukuran lebih kecil
- 4) *Penghasil jasa*. Peritel berusaha memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dengan mudah, menyediakan jasa (*providing service*) dan juga menawarkan kredit sehingga konsumen bisa memiliki produknya sekarang dan membayarnya nanti.
- 5) *Meningkatkan Produk dan Jasa*. Dalam suatu aktivitas pelanggan yang memerlukan beberapa barang, pelanggan akan membutuhkan ritel karena tidak semua barang dijual dalam keadaan lengkap sehingga dengan begitu akan menambah nilai barang tersebut terhadap kebutuhan konsumen.<sup>64</sup>

### 3. Karakteristik Bisnis Ritel

Menurut Berman dan Evans, ada beberapa karakteristik bisnis ritel diantaranya:

- 1) *Small enough quantity* adalah penjualan barang atau jasa pada karakteristik ini dalam partai kecil yaitu jumlahnya cukup untuk dikonsumsi sendiri dalam waktu tertentu. Meskipun peritel mendapatkan barang dari supplier dalam bentuk cases (kartonan), tetapi peritel men-display dan menjualnya dalam bentuk pecahan per unit.
- 2) *Impulse Buying* adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya

---

<sup>64</sup> Ariefah Sundari.h.4

pilihan dalam proses belanja konsumen. Hal ini biasanya terjadi saat konsumen dalam proses pembeliannya, keputusan yang diambil untuk membeli suatu barang adalah yang sebelumnya tidak tercantum dalam pembelian barang. Keputusan ini terjadi begitu saja terstimulasi oleh variasi bauran produk dan tingkat harga barang yang ditawarkan.

3) *Store Condition*, Pada karakteristik ini, dipengaruhi oleh toko, efektivitas penanganan barang, jam buka toko, dan tingkat harga yang bersaing. Aspek internal bisnis ritel diantaranya *assets, human, finance, dan merchandise*.<sup>65</sup>

#### 4. Peran Bisnis Ritel

Produsen menjual produknya kepada grosir (*wholesaler*) kemudian grosir menjualnya kepada pedagang eceran/ritel (pengecer/peritel). Pengecer/peritel ialah orang atau toko yang kegiatan utamanya mengecerkan barang. Mereka menjual barang kepada konsumen akhir. Produk yang dipasarkan melalui ritel ini sangat penting bagi produsen, hal ini karena produsen dapat memperoleh informasi berharga mengenai produknya. Produsen juga dapat mengetahui informasi melalui peritel mengenai pendapat konsumen mengenai bentuk, rasa, daya tahan, harga dan segala sesuatu mengenai produknya serta dapat diketahui kondisi perusahaan pesaing.

Produsen dan peritel dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Dimana produsen dapat memasang iklan produknya, mengadakan undian, atau memberi hadiah kepada konsumen melalui toko-toko

---

<sup>65</sup> Ariefah Sundari...h.4

ritel dan ada pula produsen yang langsung memberikan bonus kepada peritel. Bagi produsen, peritel merupakan ujung tombak yang akan menentukan laku tidaknya produk perusahaan, hal ini karena pedagang eceran dianggap sebagai orang yang ahli dalam bidang penjualan hasil produknya. sedangkan dari sudut konsumen, pedagang ritel juga mempunyai peranan penting.

Pedagang ritel atau eceran dapat bertindak sebagai agen yang membeli, mengumpulkan, dan menyediakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pihak konsumen. Beberapa hal yang disumbangkan oleh bisnis ritel adalah:

- a. Kesempatan kerja, kesempatan kerja yang disediakan oleh bisnis ini cukup besar, karena masih digunakan prinsip padat karya.
- b. Distribusi barang dan jasa, eceran mengumpulkan barang dan jasa dari berbagai produsen disuatu tempat sehingga konsumen dapat menghemat waktu dan tenaga untuk berbelanja, dibandingkan jika mereka harus berbelanja ke masing-masing produsen.
- c. Menyediakan kebutuhan sehari-hari konsumen
- d. Menyediakan pilihan produk yang beragam dan dapat dibeli dalam jumlah kecil.
- e. Mengetahui kebutuhan konsumen.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Maharani Vinci, Manajemen *Bisnis Eceran* (Bandung: Sinar Baru Algesindo Offset, 2009).h.2

Peran ritel dalam kehidupan perekonomian secara keseluruhan adalah sebagai pihak akhir (*final link*) dalam suatu rantai produksi yang dimulai dari pengolahan bahan baku sampai dengan distribusi barang dan jasa kepada konsumen akhir. Selain itu, ritel berperan penting dalam penyerapan sumber daya manusia atau tenaga kerja. Penyerapan sumber daya manusia ini tidak terkonsentrasi pada satu tempat saja karena bisnis ritel tersebar di berbagai tempat.

### **5. Manfaat Bisnis Ritel**

Usaha ritel bermanfaat bagi konsumen, produsen dan perekonomian. Bagi konsumen, usaha ritel bermanfaat untuk memperkecil skala pembelian (*bulk breaking*), memilih produk yang tepat (*assorting*), menyimpan (*storing*), memberikan informasi (*informing*) dan memberikan pelayanan (*servicing*).

Bagi produsen/pabrik/grosir, usaha ritel bermanfaat untuk mendistribusikan produk dari produsen kepada konsumen, menjadi bagian dari saluran informasi antara konsumen dengan perusahaan manufaktur, serta dapat menanggung risiko yang terjadi akibat kerusakan fisik barang, keuangan teknologi, dan barang yang tidak trendi. Bagi perekonomian, usaha ritel memberikan nilai kegunaan bagi pelanggan atau memberikan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan bagi pelanggan, baik dari segi kegunaan bentuk, waktu, tempat, maupun milik.

- a. Dari segi kegunaan waktu (*time utility*), usaha ritel memberikan kegunaan waktu atau mempermudah akses pelanggan mendapatkan barang yang dibutuhkan karena ritel mendekati tempat pelanggan.
- b. Dari segi kegunaan tempat (*place utility*), usaha ritel memberikan kegunaan tempat karena ritel mendistribusikan barang dari produsen, grosir/distributor ke tempat peritel sehingga konsumen mudah memperoleh barang yang diperlukannya.
- c. Dari segi kegunaan milik (*possession utility*), usaha ritel membantu konsumen memindahkan hak milik dari barang milik peritel menjadi barang milik konsumen dengan cara memecah barang pada harga yang lebih kecil dan mendekatkan barang kepada konsumen.<sup>67</sup>

## **6. Macam-macam Bisnis Ritel**

Bisnis ritel di Indonesia menurut Hartono (2007) dibedakan menjadi 2 kelompok, yakni ritel tradisional (warung dan toko tradisional) dan ritel modern (minimarket, supermarket, dan *hypermarket*). Dalam pengelolaan usahanya, setiap perusahaan ritel mempunyai standar penjualan sendiri. Hal ini sesuai dengan jenis perusahaan ritel tersebut.

Perbedaan utama dari ritel modern (minimarket, supermarket, dan *hypermarket*) terletak pada luas lahan usaha dan range jenis barang yang diperdagangkan, dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

---

<sup>67</sup> Aris Purwantinah, *Pengelolaan Bisnis Ritel* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018)...h.6

<b>Uraian</b>	<b>Minimarket</b>	<b>Supermarket</b>	<b>Hypermarket</b>
Barang yang diperdagangkan	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari
Jumlah item	<5000 item	5000 – 2500 item	>2500 item
Jenis Produk	Makanan kemasan, barang-barang hygiens produk	Makanan, barang-barang rumah tangga	Makanan, barang-barang rumah, elektronik, pakaian, alat olahraga
Model Penjualan	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan	Dilakukan secara eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan
Luas Lantai Usaha (BerdasarPerpes No. 112 th 2007)	Maksimal 400m <sup>2</sup>	4000-5000 m <sup>2</sup>	>5000m <sup>2</sup>
Luas Lahan Parkir	Minim	Standard	Sangat luas
Modal (di luar tanah bangunan)	s/d 200 juta	Rp 200 juta – Rp 10 Milyar	Rp 10 Milyar ke atas

Sumber: Peraturan Presiden no. 112 tahun 2007

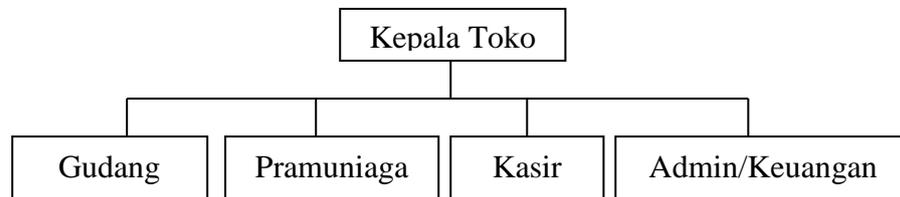
**Tabel 2.** Karakteristik Ritel Modern<sup>68</sup>

## 7. Struktur Organisasi

Organisasi adalah sekumpulan dua orang atau lebih yang memiliki tujuan hendak dicapai. Misalnya minimarket dapat disebut juga sebagai organisasi,

<sup>68</sup> Peraturan Presiden no. 112 tahun 2007

karena tidak mungkin minimarket dikelola seorang diri dan memerlukan tim dalam mengelolanya. Struktur organisasi ritel dapat pada gambar 5 berikut:



**Gambar 5 . Stuktur Organisasi Ritel<sup>69</sup>**

Berikut ini deskripsi tugas pada organisasi ritel menurut Hartono, (2007)

dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

No	Jabatan	Uraian Tugas
1	Kepala Toko (biasanya dipegang oleh pemilik toko sendiri)	a. Membuka dan menutup toko b. Membuat jadwal kerja untuk seluruh bagian c. Memeriksa laporan penjualan harian, mingguan, dan bulanan d. Menindaklanjuti permasalahan yang ada setiap saat. e. Memimpin pemeriksaan secara berkala( <i>stock opname</i> ) f. Memesan pembelian barang dagangan yang diminta bagian gudang g. Bertanggung jawab atas operasional minimarket secara keseluruhan
2	Bagian Gudang	a. Memeriksa setiap saat jumlah persediaan barang dagangan di gudang b. Mengajukan permohonan kepada kepala toko untuk melakukan pemesanan barang dagangan yang jumlahnya sudah di batas minimal stok c. Memeriksa tanggal kadaluarsa barang untuk kemudian dilaporkan kepada kepala toko untuk di return d. Melakukan <i>stock opname</i> yang didampingi satu orang pegawai lain

<sup>69</sup> Dadang Iskandar, *Retail Management*, 2010.h. 9

		(administrasi/keuangan) untuk kemudian dilaporkan hasilnya kepada kepala toko e. Mengisi kekosongan barang dagangan di rak <i>display</i> atas permintaan pramuniaga f. Bertanggung jawab atas persediaan barang dagangan di gudang kepada kepala toko
3	Pramuniaga	a. Membukakan pintu masuk yang akan berkunjung ke toko/gerai b. Melayani konsumen dalam mencari barang yang dibutuhkan konsumen. c. Memberikan ruang gerai dan perlengkapan toko bersama bagian lain yang tidak sibuk d. Memeriksa setiap saat persediaan barang dagangan yang ada di rak <i>display</i> e. Meminta pengisian kekosongan barang dagangan kepada bagian gudang f. Bertanggung jawab kepada kepala toko
4	Kasir	a. Melayani konsumen yang akan melakukan transaksi pembelian b. Menginput data penjualan c. Melaporkan laporan kas setiap hari d. Menghitung jumlah uang kas pada awal jam buka sampai tutup toko e. Bertanggung jawab kepada kepala toko
5	Administrasi/Keuangan	a. Mengelola surat-menyurat dan kearsipan b. Membuat laporan keuangan secara berkala. c. Membantu kepala toko dalam memeriksa laporan penjualan dari kasir. d. Membantu kepala toko dalam membuat laporan pembelian secara berkala. Membantu kepala toko memeriksa laporan persediaan dari bagian gudang

**Tabel 4.** Deskripsi Tugas pada Bisnis Ritel<sup>70</sup>

<sup>70</sup> Rudi Nurcahyo, *Pengelolaan Bisnis Ritel* (Jawa Timur: PT. Kuantum Buku Sejahtera, 2019).h.

## 8. Pengelolaan Fasilitas

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan fasilitas toko diantaranya:

### a. Lingkungan Toko (Store Environment)

#### 1) Citra Toko (*Store Image*)

Citra toko merupakan kepribadian dari sebuah toko. Citra yang dimaksud adalah “*bagaimana konsumen memandang dan merasakan lingkungan dari sebuah toko*”. Baik itu citra atau kesan yang ditimbulkan dari luar atau dari dalam toko. Kesan yang timbul dariluar diantaranya menyangkut tentang posisi toko di sebuah tempat, desain arsitektur, bagian muka toko, termasuk penempatan merk, pintu masuk dan *window display*, yang kesemuanya dapat mempertinggi citra yang ingin ditampilkan oleh sebuah toko.

Kesan yang ditimbulkan dari dalam toko merupakan citra toko yang dapat diciptakan dengan menggunakan berbagai ukuran, bentuk, warna, layout, susunan display, penggunaan tata cahaya dan papan nama toko, serta pemilihan *furniture* dan *equipment* lainnya. Dengan merancang layout toko akan menciptakan lalu lintas penjualan yang maksimal, dengan mengekspose barang sebaik mungkin kepada konsumen.

Dalam upaya mencapai penjualan yang maksimal, peritel harus menempatkan barang dagangan yang penting di lokasi utama. Yang dimaksud dengan barang dagangan yang penting adalah barang yang

memiliki volume penjualan tinggi, barang yang memiliki laba terbesar dan barang yang sering dicari konsumen. Daerah atau area utama adalah area yang paling sering dilihat oleh konsumen yaitu: didekat pintu masuk, area promosi, dekat Kassa, bersebelahan dengan gang utama, Eye level dan sedikit dibawahnya, display utama. Sedangkan daerah atau area mati adalah area paling tersembunyi dari pandangan mata yaitu: daerah sudut, bagian belakang yang kurang pencahayaan, di atas *eye level* dan dibelakang pilar.<sup>71</sup>

## 2) Suasana Toko (*Store Atmosphere*)

Adalah seluruh efek estetika dan emosional yang diciptakan melalui ciri-fisik toko, di mana semuanya berhubungan dengan panca indera (penglihatan) dari konsumen. Saat ini konsumen, dengan tidak menghiraukan motivasinya untuk berbelanja, menuntut untuk mendapatkan suasana yang aman, menarik dan nyaman yang ditawarkan oleh lingkungan di mana dia berbelanja. Untuk itu harus diciptakan *store atmosphere* yang sesuai dengan lingkungan (suasana) yang ingin dibangun baik oleh peritel maupun konsumennya.

Peritel akan mempengaruhi suasana hati konsumennya dengan menciptakan satu *atmosphere* yang secara positif dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli. Konsumen mencari sesuatu yang ditimbulkan dari suasana yang dibangun oleh peritel. *Atmosphere* (untuk pembeli) yang menarik dibangun dengan menggunakan isyarat-isyarat yang

---

<sup>71</sup> Vinci, Manajemen *Bisnis Eceran*. h. 46-80

dapat yang dapat menarik perasaan konsumen melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan dan rasa yang dapat diwakilkan oleh warna, suara musik, bau, pencahayaan, penempatan POP/POS, kebersihan dan kaca atau menekin.<sup>72</sup>

### 3) *Store Theatrics*

Proses retailing bukan hanya satu kegiatan penjualan produk, tapi juga merupakan sebuah kegiatan ekshibisi, penyelenggaraan event (acara-acara) tertentu yang berhubungan dengan proses berbelanja konsumen.

- a) *Tema Dekorasi*. Tema berbelanja (*in-store*) berguna sebagai sarana dalam menciptakan dekorasi toko/konter (baik interior maupun ekterior) yang dapat menarik perasaan konsumen (melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan dan rasa)
- b) *Store Events*. Merupakan satu acara khusus (misal: demonstrasi produk, program promosi toko, ulang tahun) yang diselenggarakan oleh manajemen untuk menarik konsumen potensial agar tertarik (masuk ke dalam toko dan melakukan proses transaksi)<sup>73</sup>

## **b. Desain Ekterior Toko (Exterior Store Design)**

### 1) *Store Position*.

Bagaimana dan di mana posisi toko dalam satu lokasi mempengaruhi kemampuan peritel untuk menarik konsumennya dengan memperhatikan

---

<sup>72</sup> Vinci.h.55

<sup>73</sup> Vinci.h.59

suasana toko sesuai dengan keadaan lingkungan sekitar dan fasilitas toko yang disediakan untuk kenyamanan berbelanja bagi konsumen.

2) *Store Architecture*.

Motif arsitektur sebuah toko dapat menjadi alat promosi yang kuat, yang dapat memberikan kesan-kesan yang berbeda sesuai dengan informasi tertentu yang ingin dikemukakan oleh peritel.<sup>74</sup>

**c. Desain Interior Toko (Interior Store Design)**

Interior toko harus dapat memperkuat sasaran utama yang ingin dicapai oleh peritel, yaitu memperkecil biaya operasional, dan meningkatkan penjualan serta kepuasan konsumen.

1) *Estetika Toko (Store Aesthetic)*.

Meliputi pengembangan fasilitas fisik toko yang berhubungan dengan panca indera konsumen. Kualitas estetika dari interior sebuah toko dapat membentuk persepsi konsumen mengenai suasana belanja dan kesan yang diberikan oleh toko. Kualitas estetika ini diciptakan melalui persepsi konsumen mengenai ukuran (*sizes*), bentuk (*shape*), dan warna (*color*).

2) *Perencanaan Space (Space Planning)*.

Interior toko dibagi menjadi dua area yaitu: *non selling area* dan *selling area*. *Non selling area* adalah area yang disediakan untuk melaksanakan customer service, proses terhadap produk (penyimpanan, display) atau kegiatan yang berhubungan dengan manajemen. Sedangkan *selling area*

---

<sup>74</sup> Vinci. h. 60-61

adalah area yang disediakan untuk memajang produk dan melakukan interaksi antara konsumen dengan personel toko.<sup>75</sup>

## 9. Pengelolaan Barang

Pengelolaan barang dalam bisnis ritel dititikberatkan pada perencanaan dan pengendalian barang serta biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan tersebut. Perencanaan barang terdiri dari penetapan tujuan dan pencarian sumber barang untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan pengendalian barang melibatkan perencanaan kebijakan dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa data barang untuk menemukan barang apa aja yang dapat diterima atau dibeli oleh peritel. Adanya ragam produk menggambarkan beragam produk dalam skala besar yang ditawarkan peritel kepada konsumennya.

Untuk merencanakan dan mengendalikan pengumpulan produk berdasarkan kelompok, jenis dan jumlahnya, peritel harus menetapkan struktur ragam produknya berdasarkan:

### a. **Merchandise variety (keanekaragaman produk),**

Adalah banyaknya kelompok produk yang ada dalam persediaan di toko ritel. Adapun strategi yang digunakan peritel untuk menentukan keanekaragaman produknya dapat dilakukan secara sempit dimana dalam persediaan peritel hanya terdapat satu atau sedikit kelompok produk, sampai penggunaan strategi secara luas, dimana dalam persediaan terdapat banyak kelompok produk.

---

<sup>75</sup> Vinci. h. 62

**b. Merchandise assortment (pemisahan produk)**

Adalah berhubungan dengan banyaknya jenis produk dalam **satu** kelompok produk yang ada dalam persediaan. Strategi pemisahan produk dapat berubah dari pemisahan produk yang dangkal, dimana dalam satu kelompok produk hanya terdapat satu atau sedikit jenis produk hingga strategi pemisahan produk yang dalam, dimana dalam satu kelompok produk terdapat jenis produk yang banyak.

**c. Merchandise support (dukungan produk)**

Adalah perencanaan dan pengendalian jumlah produk dari setiap jenis produk yang ada dalam satu kelompok produk, yang harus dimiliki oleh peritel dalam persediaannya untuk memenuhi tingkat penjualan yang diharapkan.<sup>76</sup>

**10. Penetapan harga**

Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan penting bagi peritel, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan berapa banyak uang yang akan diperoleh. Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus bagi konsumen. Berdasarkan definisinya, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang/jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang/jasa.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Vinci. h. 83

<sup>77</sup> Vinci. h.129

Bagi konsumen, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan pembelian. Bagi peritel, harga merupakan salah satu elemen penting yang menghasilkan pendapatan dan mewakili besaran biaya. Selain itu, harga merupakan salah satu elemen yang fleksibel, karena dapat diubah dengan cepat. Pada waktu yang sama, penetapan harga dan persaingan harga menjadi masalah nomor satu yang harus dihadapi oleh peritel, penyebabnya adalah harga dibuat terlalu berorientasi pada biaya; harga tidak cukup mencerminkan perubahan pasar; harga tidak memasukkan seluruh kombinasi ritel dalam pasar; harga tidak cukup variasi untuk segmen pasar dan peristiwa pembelian yang ada.

Dalam menetapkan kebijakan menetapkan harganya, peritel perlu mempertimbangkan banyak faktor baik faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan tentang harga, seperti terlihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 6** : Faktor yang mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga<sup>78</sup>

Adapun strategi dalam penetapan harga dilakukan diantaranya dengan:

**a. Penetapan Harga yang Berorientasi pada Permintaan**

Penetapan harga ini digunakan oleh peritel yang menetapkan targetnya dalam bentuk penjualan atau pangsa pasar. Penetapan harga ini mengestimasi

<sup>78</sup> Vinci.h. 130

kuantitas yang akan diminta konsumen dalam berbagai tingkat harga dan berkonsentrasi pada harga yang berhubungan dengan target penjualan yang telah ditetapkan. Ketika menetapkan harga dengan menggunakan orientasi permintaan, perlu dimengerti implementasi psikologis yang mungkin terjadi diantaranya:

1) *Asosiasi Harga-Kualitas*

Yaitu konsep yang menyatakan bahwa banyak konsumen percaya bahwa harga tinggi berkonotasi dengan kualitas yang tinggi dan harga rendah berkonotasi dengan kualitas yang rendah

2) *Penetapan Harga Prestise,*

Yang didasarkan pada asosiasi harga-kualitas. Diasumsikan konsumen tidak akan membeli barang dan jasa pada harga yang dianggap rendah. Konsumen menganggap harga yang rendah berarti kualitas dan statusnya juga rendah. Sejumlah konsumen melihat harga sebagai suatu prestise dalam memilih toko ritel dan tidak berbelanja pada toko yang mempunyai harga yang terlalu rendah. Harga prestise tidak berlaku untuk semua orang, oleh karena itu target pasar harus ditentukan lebih dahulu jika peritel hendak mencapai tingkatan ini.<sup>79</sup>

---

79 Vinci. h.142-143

## **b. Penetapan Harga yang Berorientasi pada Biaya**

### *1) Mark up Pricing*

Teknik penetapan harga ini paling banyak digunakan. Peritel menentukan harga dengan menambahkan harga beli per unit, biaya operasional dan profit yang diinginkannya. Persentase perbedaan antara harga beli dan harga jual ini yang disebut sebagai persentase mark up. Persentase mark up tergantung pada faktor-faktor mark up suatu produk yaitu: daftar harga yang diberikan oleh pabrik, inventori turn over, persaingan, biaya bunga dan biaya overhead lainnya, tingkat perubahan produk atau pelayanan serta tenaga penjual yang diperlukan.

Alasan penggunaan bentuk penetapan harga ini diantaranya adalah:

- a. Peritel lebih mudah menentukan besaran biaya daripada permintaan pada setiap tingkat harga.
- b. Peritel juga dapat menyesuaikan harga sesuai dengan perubahan permintaan atau mark up dapat digunakan untuk membuat segmentasi suatu pasar.
- c. Jika semua pengecer menggunakan metode penerapan harga, maka harga-harga cenderung sama. Hal ini akan meminimalkan persaingan harga.
- d. Penerapan harga mark up sangat efisien jika digunakan untuk kompetisi, faktor musim dan kategori merchandise yang sulit secara khusus.

- e. Banyak orang yang merasa bahwa penetapan harga ini lebih wajar bagi pembeli dan penjual. Penjual tidak mengambil keuntungan pembeli ketika permintaan kemudian meningkat, dan penjual memperoleh pengembalian yang wajar dari investasi mereka.

2) *Perhitungan Persentase Mark Up*<sup>80</sup>

$$\text{Persentase Mark up (on Retail)} = \frac{\text{Harga Jual Ritel} - \text{Harga Beli}}{\text{Harga Jual Beli}}$$

$$\text{Persentase Mark up (on Cost)} = \frac{\text{Harga Jual Ritel} - \text{Harga Beli}}{\text{Harga beli}}$$

c. Penetapan Harga yang berorientasi pada Persaingan

Dalam hal ini peritel menggunakan harga pesaing sebagai pertimbangan, bukan faktor permintaan atau biaya. Perusahaan tidak akan mengubah harganya jika terjadi perubahan pada permintaan atau biaya, kecuali pesaing mengubah harganya. Peritel juga akan mengubah harganya jika pesaing mengubah harganya walaupun faktor permintaan dan biaya tidak berubah.

Pendekatan penetapan harga yang berorientasi pada persaingan banyak digunakan karena relatif sederhana, tidak perlu menghitung kurva permintaan ataupun elastisitas permintaan. Harga pasar yang berlaku diasumsikan wajar untuk konsumen dan pengecer. Penetapan harga pada tingkat pasar tidak dipisahkan dari persaingan, namun tidak mengarah pada perang harga.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Vinci.h. 144-145

<sup>81</sup> Vinci.h. 152

## 11. Customer Service

Customer service merupakan semua aktivitas, tindakan dan informasi yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap 'nilai potensial' dari barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga konsumen tertarik untuk memiliki (membeli) barang atau jasa tertentu. Bentuk pelayanan (customer service) terbagi menjadi dua bagian, yaitu: *Service Features* dan *Service Action*.

### a. *Service Features*

Adalah hal-hal yang ditawarkan pengecer kepada konsumennya untuk membantu mereka sebelum, selama dan sesudah proses transaksi. Secara garis besar, *Service Features* dibagi ke dalam tiga kelompok:

#### 1) **Pelayanan sebelum transaksi (*Pretransaction Service*)**

Sebelum proses transaksi dimulai, peritel harus menyediakan fasilitas atau servis yang diperlukan oleh konsumen untuk kenyamanannya selama berbelanja. Pelayanan yang dapat diberikan sebelum proses transaksi berlangsung adalah mengenai hal-hal berikut:

- a) *Fasilitas Parkir*. Dapat berupa lahan parkir yang luas, tertutup dan aman serta mempunyai akses yang baik ke dalam toko.
- b) *Jam Buka Toko*. Dengan sikap/pendirian konsumen yang menyatakan '*I want to do what I want to do when I want to do it*', peritel harus mengantisipasi kondisi ini dengan menyediakan jam buka toko yang sesuai dengan waktu yang dimiliki oleh konsumen untuk berbelanja.

c) *Informasi Konsumen*. Penyampaian informasi yang tepat tentang produk atau jasa dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Beberapa hal yang harus diinformasikan untuk kepentingan konsumen diantaranya adalah: jam buka toko, produk dan layanan yang disediakan peritel, dimana dapat memperoleh produk yang ditawarkan tersebut, jalur keluar masuk toko, cara pembayaran yang diterima di toko dan sebagainya.<sup>82</sup>

## 2) **Pelayanan selama transaksi (Transaction Service)**

Merupakan pelayanan yang diberikan selama proses penjualan, meliputi hal-hal sebagai berikut:

### a) *Shopping Assistance*

Adalah tenaga asisten yang bertugas untuk mengelola seluruh kebutuhan konsumen, mulai dan mempelajari kebutuhan konsumen, menemani konsumen untuk berbelanja dan memberikan saran untuk pilihan yang dibuat oleh konsumen.

### b) *Wrapping Service. Bagging*

Adalah fasilitas tas belanja yang disediakan oleh peritel. *Store wrap* merupakan fasilitas pembungkus, biasanya dengan mencantumkan label produk atau toko. Fasilitas ini dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen yang berbelanja (nilai *prestisius*).

c) *Costumer Check Out.*

Harus diantisipasi bagaimana caranya memperbaiki jalur keluar konsumen yang biasa terjadi di kasir (antrian saat melakukan pembayaran). Dengan proses pembayaran yang relatif cepat dan baik akan memberikan satu kepuasan untuk konsumen.<sup>83</sup>

3) **Pelayanan setelah transaksi (*Posttransaction Service*)**

Setelah terjadi transaksi, peritel masih harus meneruskan pelayanannya. Kepuasan dan loyalty konsumen tergantung pada layanan yang diberikan oleh peritel setelah proses transaksi selesai. Hal yang paling penting dalam pelayanan setelah proses transaksi berlangsung adalah bagaimana caranya peritel menangani *Complain* dari konsumen. Setidaknya ada 4 hak dasar konsumen yaitu:

- a) Hak untuk merasa aman (*the right to be safety*)
- b) Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
- c) Hak untuk memilih (*the right to be choice*)
- d) Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak untuk didengar (*the right to be heard*) dan hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*) adalah kunci dalam menangani *complain* atau keluhan konsumen. Konsumen berharap mendapatkan informasi tentang *marchandise*, dan mereka berhak untuk didengarkan pada saat mereka menyampaikan keluhan tentang suatu

marchandise (produk). *Complain* dari konsumen memiliki nilai positif bagi pengecer/peritel, yaitu:

- a) Dengan mendengarkan *complain* konsumen berarti pengecer mempunyai kesempatan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang terjadi di toko atau konter atau pada produk yang ditawarkan.
- b) *Complain* konsumen merupakan informasi yang cukup penting bagi pengecer untuk meningkatkan mutu produk dan layanan yang telah ada.

Kebanyakan kasus *complain* yang disampaikan konsumen berhubungan dengan produk dan layanan yang diberikan. *Complain* yang disebabkan oleh “produk”, diantaranya:

- a) kualitas produk yang rendah (material produk)
- b) kerusakan pada produk (cacat, noda, kotor)
- c) kesalahan produk (salah label, salah ukuran)
- d) kurangnya pilihan produk (stok habis, produk dicontinue).<sup>84</sup>

Sedangkan *complain* yang disebabkan oleh pelayanan dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen. *Complain* ini biasanya berhubungan erat dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh tenaga penjual, diantaranya:

- a) Sikap dari tenaga penjual (membeda-bedakan pelayanan, tidak ramah, tidak bersahabat)

---

<sup>84</sup> Vinci.h.172

- b) Tidak kompeten/cakap (kurangnya pengetahuan tentang produk yang dijualnya, kemampuan menjualnya kurang)
- c) Tidak jujur (janji tidak ditepati, memberikan informasi yang salah)
- d) Metode penjualan (memaksakan satu transaksi kepada konsumen)

Beberapa cara yang digunakan untuk menangani *complain* konsumen diantaranya:

a) *Return and Refunds.*

Peritel dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menjamin pengembalian barang yang rusak dan menggantikannya dengan produk yang sama atau mengembalikan uang konsumen.

b) *Product Adjustement.*

Penanganan *complain* yang berhubungan dengan kesalahan produk dapat dilakukan dengan mudah, dengan cara menukar item barang yang salah tersebut dengan item barang yang diinginkan konsumen. Apabila terjadi *complain* seperti ini, sementara stok barang terbatas atau habis, penanganannya dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Menambahkan stok barang tersebut;
- 2) Mengganti barang tersebut dengan produk lain yang memiliki harga atau feature yang sama
- 3) Menyarankan kepada konsumen untuk menukarkan produk tersebut di outlet yang masih memiliki stok produk tersebut.

c) *Price Adjustment*. Dapat dilakukan dengan cara memberikan potongan harga terhadap produk yang dibeli (biasanya dilakukan untuk produk-produk yang mengalami kerusakan)

**b. *Service Action***

Peritel harus melakukan satu aksi untuk meyakinkan bahwa pelayanan (*costumer service*) yang diberikan telah memenuhi standar operasional peritel yang bersangkutan. Ada 5 langkah dalam menghasilkan standar *costumer service* yang tinggi diantaranya:

1) *Research (Expectation and Desires)*.

Amati harapan dan keinginan konsumen dengan menanyakan kebutuhan konsumen dan mendengarkan keinginan mereka secara serius.

2) *Development (Feature and Actions)*.

Pelayanan yang diberikan harus benar-benar mempertimbangkan harapan dan kebutuhan konsumen serta sumber daya yang dimiliki oleh peritel.

3) *Communication (Promis and Offers)*.

Pelayanan yang diberikan dan kualitasnya harus benar-benar dikomunikasikan kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan peritel dapat dikomunikasikan melalui tanda-tanda yang menunjukkan dimana satu produk bisa didapatkan, pengumuman tentang produk dan penjualan, brosur dan sebagainya.

4) *Execution (Motivation and Evaluating)*.

Peritel harus membangun sebuah *service culture* dalam arti seluruh karyawan harus mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan *costumer service* yang baik dan benar

5) *Management (Relationship and Partnership)*.

Peritel menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam upaya memberikan kebutuhan sesuai dengan keinginan konsumen.<sup>85</sup>

## C. Manajemen Bisnis dalam Islam

### 1. Pengertian Bisnis

Bisnis dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dimana orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung resiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut *entrepreneur*.<sup>86</sup> Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa pada konsumen. Adapun tujuannya bisnis adalah mencari profit (keuntungan). Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, yaitu *business* yang dari akar kata *busy* yang berarti “sibuk”, baik dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Sibuk dimaksudkan di sini berkaitan dengan kesibukan dalam aktivitas mencari profit.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> Vinci.h.126

<sup>86</sup> H.Fakhry Zamzam & Havis Avarik, *Etika Bisnis Islam (Seni Berbisnis Keberkahan)* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020).h.1

<sup>87</sup> Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam* (Nusa Tenggara Barat: CV.Alliv Renteng Mandiri, 2021).h.1

Beberapa pengertian bisnis menurut para ahli diantaranya:

- a. Griffin dan Ebert bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba atau keuntungan.
- b. Kasmir dan Jakfar, bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya yaitu keuntungan (profit).
- c. Hughes dan Kapoor, bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>88</sup>
- d. Brown dan Petrello (1976) menyatakan bahwa: “*Business is an institution which produces goods and services demanded by people.*” Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani masyarakat. Bisnis juga berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.<sup>89</sup>

Adapun pengertian bisnis menurut Islam yaitu bisnis yang dijalankan dengan memperhatikan segala bentuk larangan-larangan yang diharamkan syariah Islam dan menjalankan sesuai dengan prinsip syariah dengan mengharapkan keberkahan dan keridhaan kepada Allah sebagai pencipta alam semesta.

Oleh karena itu, bisnis dalam Islam adalah serangkaian pengelolaan dalam aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah

---

<sup>88</sup> Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*.h.2

<sup>89</sup> Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*.h.112

kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya. Artinya, dalam mendapatkan harta dan menggunakan tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan oleh Allah. Dalam berbisnis Islami yaitu bisnis menurut ketentuan syariah dan harus dibedakan antara halal dan haram atau yang hak dan yang batil tidak boleh dicampuradukkan.<sup>90</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 42 berikut:


 وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعَامُونَ

*“Dan janganlah kamu campuradukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui”.*<sup>91</sup>

Kegiatan bisnis ini merupakan bagian dari kehidupan umat, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Tidak ada yang dapat sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya. Karena Kekurangan kemampuan seseorang dalam menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis).

Dalam bisnis Islam menekankan bahwa setiap pebisnis tidak boleh melaksanakan kegiatan bisnis semata untuk mencari laba semaksimal mungkin. Namun, keuntungan yang diperoleh harus proporsional dengan tidak memberikan kerugian kepada orang lain. Kegiatan bisnis pada intinya yaitu melaksanakan kegiatan jual dan beli, yang artinya saling menukar atau tukar menukar.

---

<sup>90</sup> Supriyanto, *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*.h.7

<sup>91</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.7

Dimana kata Jual (*al-bai'*) dan beli (*asy-syifaa*) merupakan dua kata yang dipergunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda. Secara syariat, jual beli merupakan pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyosal, ataupun saling tidak puas.

## **2. Manajemen dalam Persepektif Islam**

Dalam menjalankan bisnis, tidak terlepas dari peran manajemen. Dimana manajemen sangat penting untuk diterapkan dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan terhadap manajemen, bukan hanya kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi, namun lebih dari itu, kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis, serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional bisnis secara optimal. Manajer yang terampil ialah manajer yang mampu mengimplementasikan fungsi manajemen dalam dalam kegiatan operasional bisnis secara optimal.

Ada beberapa alasan penting mengapa manajemen mesti diimplementasikan dalam kegiatan bisnis diantaranya:

- a. Manajemen adalah suatu kekuatan yang memiliki fungsi sebagai alat pemersatu, penggerak, dan pengkoordinir berbagai kegiatan bisnis
- b. Manajemen adalah sistem kerja dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Sehingga akan menghasilkan kinerja operasional bisnis yang efektif dan efisien.

- c. Manajemen memiliki prinsip-prinsip yang universal sehingga dapat dipergunakan dalam setiap kegiatan operasional bisnis tanpa mengubah budaya organisasi yang ada.
- d. Manajemen yaitu kemampuan atau keahlian pegawai untuk mengelola segala aktivitas yang terjadi di lingkungan bisnis, sehingga dapat mendeteksi, menyesuaikan, serta menghadapi berbagai perubahan yang terjadi, baik perubahan teknologi, lingkungan persaingan, maupun perkembangan yang lebih luas.
- e. Manajemen akan menciptakan kegiatan operasional bisnis yang akan membawa organisasi kepada kedudukan yang lebih tinggi dan dihargai, karena merupakan salah satu faktor produksi yang sangat diperlukan organisasi.
- f. Manajemen adalah suatu profesi untuk dapat menangani dengan tepat kegiatan operasional bisnis. Dengan manajemen akan terdapat pengaturan yang tepat bagi bisnis.<sup>92</sup>

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami akan manfaat manajemen dalam bisnis. Manajemen berperan penting, karena di samping bersifat pengetahuan, juga merupakan keahlian dari manajer atau pimpinan dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dalam bisnis melalui mekanisme sistem yang dapat dipergunakannya.

Sedangkan manajemen dalam konteks bisnis Islam jika merujuk kepada beberapa pendapat ahli di atas mengenai manajemen maka dalam menjalankan

---

<sup>92</sup> Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*.h.114

bisnis Islam sangat dibutuhkan sebuah manajemen untuk mencapai tujuan dari bisnis yang telah ditetapkan sebelumnya, karena manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan serta seni dalam menyelesaikan pekerjaan. Maka dari itu tujuan dari manajemen bisnis Islam ini untuk mengarahkan serta mengatur bisnis Islam yang sesuai dengan syariat-syariat ajaran Islam itu sendiri.

Manajemen dalam al-Qur'an mengandung dua pengertian yaitu At-Tadbir (Pengaturan) dan Rabb (Penguasa atau Pengatur)

#### 1) At-Tadbir (Pengaturan)

Istilah manajemen dalam Al-Qur'an disebut dengan istilah "*At-Tadbir*". Kata ini merupakan turunan dari kata: "*dabbara*". Dari kata ini terdapat istilah "*mudabbir*" yang berarti pengelola/pengurus yang mengatur urusan kesantrian di pondok pesantren. Kata "*yudabbiru*" dalam Al-Qur'an terdapat pada QS. As-Sajdah ayat 5 berikut ini:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ  
أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

*"Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitungannya"*<sup>93</sup>

Imam Ibnu katsir menjelaskan firman Allah SWT "Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi. Kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya". Maksudnya

<sup>93</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.415

adalah Dia menurunkan pelan-pelan urusan-Nya dari langit ke penjuru bumi yang tujuh, sebagaimana firman-Nya dalam QS. At-Talaq ayat 12 berikut ini:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَمِنَ الْأَرْضِ مِثْلَهُنَّ يَتَنَزَّلُ الْأَمْرُ بَيْنَهُنَّ لِتَعْلَمُوْا  
 أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ وَأَنَّ اللَّهَ قَدْ أَحَاطَ بِكُلِّ شَيْءٍ عِلْمًا ﴿١٢﴾

*“Allah-lah yang menciptakan tujuh langit dan seperti itu pula bumi. perintah Allah Berlaku padanya, agar kamu mengetahui bahwasanya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu, dan Sesungguhnya Allah ilmu-Nya benar-benar meliputi segala sesuatu.”<sup>94</sup>*

Menurut Ibn Katsir, semua amal perbuatan akan diangkat ke dalam kitab-kitab-Nya di atas langit dunia, sedangkan jarak di antaranya dan di antara bumi adalah seperti perjalanan lima ratus tahun dan atap langit itu lima ratus tahun. Mujahid, Qatadah, Dhahak berkata, “Turunnya Malaikat itu seperti perjalanan lima ratus tahun dan naiknya seperti perjalanan lima ratus tahun, akan tetapi Dia memutuskannya pada sekejap mata.

Menurut ayat di atas, Allah mengatur segala sesuatu di dunia. Semua urusan dikelola oleh Allah, termasuk urusan manusia di muka bumi. Tuhan ingin menjelaskan kepada umat manusia bahwa segala sesuatu diatur oleh Tuhan. Kita mengetahui aturan yang ditetapkan oleh Allah melalui kata-kata Al-Qur’an yang diturunkan di dunia. Al Qur’an berfungsi sebagai pedoman untuk mengatur kehidupan manusia. Selain itu, manusia diperlakukan sebagai khalifah, dan

---

<sup>94</sup> Departemen Agama.h.559

pengatur serta pelindung alam/tanah untuk menghindari kerusakan. Allah menciptakan alam semesta dan manusia sebagai khalifah di bumi bertanggung jawab untuk menjaga dan melindunginya dari kehancuran.

Menurut Abuddin Nata, kata “*yudabbiru*” dalam QS. As-Sajdah ayat 5 berarti mengatur, mengurus, memanager, mengarahkan, membina, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi. Dari kata “*yudabbiru*” muncul kata “*tadbir*” atau pengaturan yang dalam bahasa manajemen diartikan sama dengan istilah pengorganisasian. Dalam bahasa Arab, istilah manajemen diartikan sebagai *an-nizam* atau *at-tanzhim* yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya.<sup>95</sup> Oleh karena itu kata pengorganisasian diartikan sebagai “*Nizam*”

الحق بلا نظام يغلبه الباطل بالنظام

*“Kebenaran yang tidak diatur (diorganisir dengan baik) dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diatur (diorganisir) secara baik”*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengorganisasian ini sangat penting untuk mencapai tujuan yang sudah dirumuskan bersama. Dalam Al-qur’an, Allah telah mengingatkan bahwa ketika manusia tidak bisa mengatur (mengorganisasi) kehidupannya dengan tuntunan ajaran Islam maka akan rugi. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Asr ayat 1-3 berikut ini:

---

<sup>95</sup> Munir, Muhammad, “Manajemen Dakwah”. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). h.10

إِذَا جَاءَ نَصْرُ اللَّهِ وَالْفَتْحُ ﴿١﴾ وَرَأَيْتَ النَّاسَ يَدْخُلُونَ فِي دِينِ اللَّهِ  
أَفْوَاجًا ﴿٢﴾ فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ وَأَسْتَغْفِرْهُ إِنَّهُ كَانَ تَوَّابًا ﴿٣﴾

*“Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.”<sup>96</sup>*

Menurut Ibn Katsir, pengertian “Al-Asr” adalah “masa” yang didalamnya berbagai aktivitas anak cucu ada berlangsung, baik dalam wujud kebaikan maupun keburukan. Allah SWT telah bersumpah dengan “masa” tersebut bahwa manusia itu benar-benar dalam kerugian, yaitu kerugian dan kebinasaan. Kecuali orang-orang yang berfirman, mengerjakan kebajikan, saling menasehati supaya menaati kebenaran dan kesabaran, yaitu sabar atas segala macam cobaan, takdir, serta gangguan yang dilancarkan kepada orang-orang yang memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran.

Dalam QS. Al-Asr ayat 1-3 ini dijelaskan ada tiga golongan manusia yang selamat dari kerugian kehidupan di dunia, yaitu: beriman, beramal saleh (baik), dan saling menasehati dalam kebenaran dan kesabaran. Surah ini menjelaskan bahwa hidup ini perlu dimanaj (diatur) dengan baik agar tidak merugi. Manajemen kehidupan perspektif surah al-Asr menekankan pentingnya keimanan

---

<sup>96</sup> Departemen Agama.h.603

kepada Allah (sikap religius), amal saleh (sikap sosial), dan saling menasehati dalam kebenaran dan kesabaran (kerjasama).

## 2) Rabb (Penguasa/Pengatur)

Ayat Al-Qur'an yang mengandung makna manajemen (pengaturan) adalah "Rabb" yang berarti Raja yang menguasai/mengatur. Allah sebagai manajer. Sebagaimana firman-Nya dalam QS. Al-Fatihah ayat 2 berikut ini:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٢﴾

*"Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam"*<sup>97</sup>

Menurut ibn Katsir kata "Rabb" berarti raja yang berkuasa atau tuan yang berkuasa untuk melakukan perbaikan. Sedangkan "al-'Alamin" bentuk jamak dari 'Alam yang berarti semua yang ada selain Allah. Menurut al-Fara' dan Abu 'Ubaid, "Alam adalah ungkapan untuk makhluk yang berakal, yaitu manusia, jin, malaikat, setan, dan tidak digunakan untuk binatang", Zaid bis Aslam dan Abu Muhaishin menjelaskan maksud dari "Alam" adalah semua yang memiliki ruh, sedangkan menurut Az-Zujaj, "Alam adalah semua yang Allah ciptakan di dunia dan di Akhirat.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Asy-Syu'ara ayat 23-24 berikut:

قَالَ فِرْعَوْنُ وَمَا رَبُّ الْعَالَمِينَ ﴿٢٣﴾ قَالَ رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا  
بَيْنَهُمَا إِنْ كُنْتُمْ مُوقِنِينَ ﴿٢٤﴾

<sup>97</sup> Departemen Agama.h.1

*"Fir'aun bertanya: "Siapa Tuhan semesta alam itu?" Musa menjawab: "Tuhan Pencipta langit dan bumi dan apa-apa yang di antara keduanya (Itulah Tuhanmu), jika kamu sekalian (orang-orang) mempercayai-Nya".<sup>98</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah pengatur alam semesta alam, semua semesta berada dibawah kendali Allah, terlepas dari manusia, hewan, tumbuhan, malaikat, jin dan lain-lain. Seperti *sunnatullah* hukum kausalitas sepenuhnya berada dibawah kendali Allah. Pandangan ini jauh berbeda dengan pandangan naturalisme, deisme bahkan ateisme yang mengingkari peran Tuhan dalam penciptaan dan pengaturan Alam. Oleh karena itu, manajemen merupakan hal mutlak di sebuah perusahaan. Implementasi manajemen yang baik akan mencapai tujuan dan memperoleh hasil yang baik.

Sejak awal, Islam telah mendorong umatnya untuk mengorganisasikan setiap pekerjaan dengan baik. Manajemen dalam Islam muncul seteah Allah SWT menurunkan risalahnya kepada Nabi Muhammad SAW, Rasul akhir zaman. Pemikiran manajemen dalam Islam bersumber dari nash-nash Al-Qur'an dan petunjuk As-Sunnah, serta berasaskan nilai-nilai kemanusiaan yang berkembang di masyarakat diwaktu itu. Hal tersebut sesuai dengan maksud kehadiran Islam ditengah-tengah umat manusia sebagai pembawa rahmat (*rahmatan lil alamin*) bagi semua makhluk dimuka bumi.<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Departemen Agama.h.368

<sup>99</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h.2

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Anbiya ayat 107 sebagai berikut:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

*“Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.”<sup>100</sup>*

Manajemen dalam perspektif Islam adalah manajemen yang bersifat universal tanpa mengenal suku, ras atau agama yang harus didasari nilai etika, akhlak dan keyakinan yang bersumber dari Islam. Boleh saja berbisnis dengan label Islam dengan segala labelnya, namun bila nilai-nilai akhlak Islam dalam melakukan bisnis tersebut ditinggalkan, maka tidaklah lagi pantas dianggap sebagai islam dan cepat atau lambat bisnisnya akan hancur.

Adapun manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah tidak ada perbedaan antara atasan dengan bawahan. Perbedaan level kepemimpinan hanya menunjukkan wewenang dan tanggung jawab. Atasan dan bawahan saling bekerja sama tanpa ada perbedaan kepentingan. Adapun atasan tidak menganiaya bawahan dan bawahan tidak merugikan pimpinan atau perusahaan yang ditempati.<sup>101</sup> Untuk itu kesepakatan dibuat untuk kepentingan bersama anatara atasan dan bawahan. Namun, jika seorang manajer menyuruh bawahannya bekerja melebihi waktu kerja yang

<sup>100</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

<sup>101</sup> Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori Dan Praktik* (Salemba Empat, 2010).

ditentukan, maka manajer itu telah mendzalimi bawahannya, dan ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam.

Manajemen dalam Islam memiliki dua unsur penting yaitu subjek dan objek. Yang menjadi subjek adalah pelaku/manajer dan objek itu adalah tindakan manajemen yang terdiri dari organisasi, sumber daya manusia, dana, operasi/produksi, pemasaran, dan sebagainya, dan memiliki empat fungsi : perencanaan(*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan(*controlling*).<sup>102</sup> Dalam pandangan Islam bahwa segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal tersebut merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.<sup>103</sup>

Diantara ayat Al Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW yang menjadi dasar kegiatan manajemen diantaranya:

a) Firman Allah SWT dalam Q.S Ash-shaff ayat 4 berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنِينَ مَرصُومٍ ﴿٤﴾

*“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”*<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*.h.8

<sup>103</sup> Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*.h.1

<sup>104</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.551

b) Dalam sebuah hadis Nabi Muhammad SAW menyatakan:

*“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (tepat, terarah, jelas, dan teratur)”* (HR. Thabrani)

*Itqan* maksudnya arah/tujuan pekerjaan itu jelas, landasan mantab, dan cara mendapatkannya transparan. Hal tersebut merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT. Dalam hadis Nabi Muhammad SAW disebutkan: *“Allah mewajibkan kepada kita untuk berlaku ihsan dalam segala sesuatu”* (HR. Muslim).

*Ihsan* dimaksudkan melakukan sesuatu pekerjaan secara maksimal dan optimal sehingga hasilnya juga maksimal dan optimal.<sup>105</sup> Apabila diperhatikan ayat Al-Qur’an dan hadis tersebut, dapat dipahami bahwa manajemen mengandung arti mengatur sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan terarah merupakan sesuatu yang disyariatkan dalam ajaran Islam.

Selain itu, manajemen dalam Islam memandang manajemen sebagai objek yang sangat berbeda dibandingkan konvensional. Dalam manajemen konvensional, manusia dipandang sebagai makhluk ekonomi sedangkan dalam Islam manusia merupakan makhluk spiritual yang mengakui kebutuhan baik material (ekonomi) maupun imaterial.<sup>106</sup> Dalam sisi lain manajemen dalam Islam adalah manajemen yang tidak bebas dari nilai, karena manajemen Islam tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga berorientasi kepada

---

<sup>105</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h.14

<sup>106</sup> Amin, *Menggagas Manajemen Syariah: Teori Dan Praktik*. h. 67

kehidupan di akhirat nanti yang hanya dipahami dalam siste kepercayaan dalam agama Islam.<sup>107</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, manajemen adalah sebuah aktivitas yang tidak terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari untuk mengatur hidupnya, baik memimpin sekelompok orang atau tim kerja dalam sebuah organisasi agar tercapai tujuan secara bersama. Adapun tuntunan dan acuan manajemen didalam Islam ialah berpegang teguh kepada Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Manajemen dalam bisnis Islam menjadi standar utama dalam menjalankan bisnis itu sendiri, karena dengan kita memiliki manajemen bisa membuat perencanaan, strategi, pola kerja, pemasaran, pangsa pasar dan perolehan keuntungannya harus benar-benar tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Manajemen dalam bisnis harus memiliki nuansa Islami dengan harapan apa yang dijalankan akan terhitung sebagai amal ibadah yang akan memberikan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

Manajemen dalam bisnis Islam sangat penting peranannya sebagai perencana langkah-langkah yang akan dijalankan dalam berbisnis dengan mengkaji bisnis yang dijalankan agar sesuai dengan syariah Islam dan pengendali/pengontrol segala aktivitas bisnis agar selalu berada pada bisnis yang halal dan thoyyib.

---

<sup>107</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h. 2

Ada beberapa ciri manajemen Islami sebagai berikut: *Pertama*, manajemen Islami merupakan amanah. Titipan dari Allah harus dijaga dengan baik dan titipan tersebut harus dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT, Misalnya, seorang manajer wajib memenuhi hak-hak orang lain, baik rekan bisnis, bawahan maupun masyarakat (pelanggan).

*Kedua*, ciri manajemen Islami yang membuat istimewa dari manajemen modern adalah seorang pimpinan diwajibkan untuk bersikap ramah dan lembut. Implementasi sikap ramah dan lembut dalam hubungan kerja adalah seorang manajer senantiasa menyapa bawahannya, memberikan apresiasi atas pekerjaan yang dilakukan bawahan, dan memberikan senyum kepada bawahan ketika ia berjumpa dengan bawahannya.

*Ketiga*, ciri manajemen Islami adalah keadilan. Islam mendidik umatnya untuk agar senantiasa mengucapkan terima kasih kepada manusia dan bersyukur kepada Allah SWT. Adanya penghargaan atau apresiasi memiliki peran signifikan pada suatu ikatan kerja.<sup>108</sup>

### **3. Fondasi Bisnis Islam**

Islam merupakan agama yang sempurna, mengatur kehidupan manusia dalam urusan dunia dan akhirat. Islam tidak membuat jarak antara kedua urusan tersebut. Ketika menyelesaikan persoalan duniawi maka tuntunan agama, utamanya Tauhid, menjad landasan berpijak. Sedangkan persoalan duniawi diantaranya masalah konsumsi, produksi, transaksi bisnis, tata kelola perusahaan

---

<sup>108</sup> Ari Prasetyo, *Pengantar Manajemen Islami* (Surabaya: Airlangga University Press, 2021).h.10

dan kebijakan pemerintah diberi solusi berdasarkan kaidah dan tuntunan agama Islam. Sehingga perilaku konsumen, produsen dan perilaku pemerintah dalam beraktivitas berpijak dalam koridor tuntunan agama.

Setidaknya terdapat lima fondasi dasar dalam kegiatan ekonomi Islam: a) Tauhid, b) *'Adl* (Adil), c) *Nubuwwah*, d) *Khilafah*, dan e) *Ma'ad*. Kelima fondasi ini berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadist, yang terdapat dalam kaitan untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat (*Falah*) melalui tatanan kehidupan yang baik dan terhormat.<sup>109</sup> Tauhid merupakan konsep dalam akidah Islam yang menyatakan keesaan Allah SWT.

Dalam menjalankan setiap aktivitas, manusia dituntut berlaku adil yakni seimbang antara hak dan kewajiban dengan meneladani sifat-sifat yang dimiliki dan melekat pada Nabi Muhammad SAW. Manusia sebagai khalifah memiliki tanggung jawab atas kehidupan di muka bumi dalam rangka mencapai *kemaslahatan* dunia dan akhirat.

#### a) *Tauhid*

Tauhid merupakan pondasi pertama dan mendasar, karena tauhid akan berhubungan langsung dengan sang khalik (sang pemilik alam semesta).

Tauhid dibagi menjadi 3 macam yaitu:

- 1) Tauhid *Rububiyah* yaitu mengesakan Allah SWT dengan meyakini bahwa Allahlah satu-satunya Dzat yang menciptakan, memberi rezeki, menghidupkan, mematikan, menguasai dan mengatur segala sesuatu yang

---

<sup>109</sup> Nurlina T.dkk, *Ekonomi Bisnis Menurut Persepektif Islam Dan Konvensional* (Jawa Timur: Penerbit Penelaha, Anggota IKAPI, 2020).h.2

ada di alam semesta ini. Maksudnya adalah mengesakan Allah dalam hal penciptaan, kepemilikan dan pengurusan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Faathir ayat 3 dan Q.S Al-A'raf ayat 54:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ أَدْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ هَلْ مِنْ خَلْقٍ غَيْرِ اللَّهِ يَرْزُقُكُمْ  
مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ فَإِنِّي تُؤْفِكُونَ ﴿٥٤﴾

*Hai manusia, ingatlah akan nikmat Allah kepadamu. Adakah Pencipta selain Allah yang dapat memberikan rezki kepada kamu dari langit dan bumi ? tidak ada Tuhan selain dia; Maka Mengapakah kamu berpaling (dari ketauhidan)?*<sup>110</sup>

إِنَّ رَبَّكُمْ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ  
أَسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ يُغْشَىٰ اللَّيْلَ النَّهَارَ يَطْلُبُهُ حَثِيثًا وَالشَّمْسَ  
وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومَ مُسَخَّرَاتٍ بِأَمْرِهِ ۗ أَلَا لَهُ الْخَلْقُ وَالْأَمْرُ ۗ تَبَارَكَ اللَّهُ رَبُّ

الْعَالَمِينَ ﴿٥٤﴾

*“Sesungguhnya Tuhan kamu ialah Allah yang telah menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, lalu Dia bersemayam di atas 'Arsy[548]. Dia menutupkan malam kepada siang yang mengikutinya dengan cepat, dan (diciptakan-Nya pula) matahari, bulan dan bintang-bintang (masing-masing) tunduk kepada perintah-Nya. Ingatlah, menciptakan dan memerintah hanyalah hak Allah. Maha suci Allah, Tuhan semesta alam.”*<sup>111</sup>

<sup>110</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h.434

<sup>111</sup> Departemen Agama.h.157

2) Tauhid *Ulubiyyah* yaitu mengesakan Allah SWT dalam perkara ibadah (shalat, doa, puasa, menyembelih, bernadzar, haji, umrah dan bersedekah) dengan menghambakan diri hanya kepada Kepada-Nya. Allah SWT berfirman Q.S al-Anbiyaa ayat 25:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ ﴿٢٥﴾

*“Dan Kami tidak mengutus seorang Rasulpun sebelum kamu melainkan Kami wahyukan kepadanya: "Bahwasanya tidak ada Tuhan (yang hak) melainkan Aku, Maka sembahlah olehmu sekalian akan aku".<sup>112</sup>*

3) Tauhid *Asma wa Shifat* yaitu mengesakan Allah SWT dengan mengimani setiap nama-nama dan sifat-sifat Allah yang telah Allah tetapkan untuk diriNya sendiri dan yang telah Rasulullah SAW tetapkan untukNya, tanpa melakukan *tahrif* (ta'wil), *ta'thil*, *takyif* ataupun *tamsil* terhadap nama dan sifat-sifat Allah. Hal ini karena setiap nama dan sifat yang Allah miliki tidak sama dengan nama dan sifat pada para makhluk-Nya. Firman Allah SWT dalam Asy-Syura ayat 11:

فَاطِرُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا وَمِنَ الْأَنْعَامِ أَزْوَاجًا يَذُرُّكُمْ فِيهِ لَيْسَ كَمِثْلِهِ شَيْءٌ وَهُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ ﴿١١﴾

<sup>112</sup> Departemen Agama. h.324

*“(Dia) Pencipta langit dan bumi. Dia menjadikan bagi kamu dari jenis kamu sendiri pasangan-pasangan dan dari jenis binatang ternak pasangan-pasangan (pula), dijadikan-Nya kamu berkembang biak dengan jalan itu. tidak ada sesuatupun yang serupa dengan Dia, dan Dia-lah yang Maha mendengar dan melihat.”<sup>113</sup>*

b) ‘Adl (Adil)

Adil merupakan fondasi yang mengajarkan bahwa harus ada keadilan yang dijabarkan dalam memperlakukan yang sama dan sederajat, dimana tidak ada diskriminasi hukum karena perbedaan kulit, status sosial, ekonomi, atau politik. Keadilan meliputi: adil dalam memberikan hak kepada orang lain, adil dalam kesaksian, adil dalam menghadapi orang yang tidak disukai. Perilaku utama adalah adil dalam menetapkan hukum sebagaimana yang ditegaskan dalam firman Allah SWT pada Q.S An-Nisa ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا

بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”<sup>114</sup>*

<sup>113</sup> Departemen Agama. h.484

<sup>114</sup> Departemen Agama. h.87

Secara umum, keadilan bermakna tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Misalnya: pengusaha tidak menzalimi pekerjanya, salah satu bukti tidak menzalimi adalah balas jasa yang diberikan bersesuaian dengan kinerja yang dikontribusi oleh pekerja sehingga pekerja tidak merasa dizalimi.

c) *Nubuwwah*

*Nubuwwah* merupakan sifat-sifat yang dimiliki Nabi Muhammad SAW yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis diantaranya:

- 1) *Shiddiq* artinya jujur, karena perkataan dan perbuatan orang yang *shidiq* tidak saling bertentangan. Ayat yang menjelaskan sifat *shidiq* Rasulullah SAW yang harus diikuti pebisnis Islam, seperti tertera dalam firman-Nya Q.S an-Najm ayat 4-5:

إِنَّهُ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ ۖ عَلَّمَهُ شَدِيدُ الْقُوَىٰ ﴿٤﴾

*“Ucapannya itu tiada lain hanyalah wahyu yang diwahyukan (kepadanya). yang diajarkan kepadanya oleh (Jibril) yang sangat kuat.”<sup>115</sup>*

- 2) *Amanah* artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Nabi Muhammad SAW diberi gelar Al-Amin karena benar-benar amanah dan terpercaya.
- 3) *Tabligh* artinya menyampaikan. Sebagaimana firman Allah SWT yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW dalam Q.S al-A’raf ayat 68:

---

<sup>115</sup> Departemen Agama. h.526

أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ أَمِينٌ نَاصِحٌ ﴿١٨﴾

*"Aku menyampaikan amanat-amanat Tuhanku kepadamu dan aku hanyalah pemberi nasehat yang terpercaya bagimu".<sup>116</sup>*

4) *Fathonah*. Seorang pemimpin harus memiliki sifat *fathonah*, yaitu memiliki kecerdasan dan sifat yang bijaksana. Seorang pemimpin harus memahami dan mengerti apa yang menjadi tanggung jawabnya, tugas-tugasnya, dan kewajiban-kewajibannya agar usahanya tersebut bisa berjalan dengan seoptimal mungkin, efektif serta efisien untuk mencapai kesejahteraan umat.

d) *Khilafah*

Dalam kaitan dunia usaha, seorang pebisnis bertindak sebagai khalifah yang memiliki tanggungjawab untuk memanfaatkan SDA dan SDM dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat. Pertanggungjawaban manusia sebagai khalifah terdapat dalam Q.S an-Nuur ayat 55:

وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي  
الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ  
الَّذِي أَرْتَضَىٰ لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُم مِّن بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا  
يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَن كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ

*"Dan Allah telah berjanji kepada orang-orang yang beriman di antara kamu dan mengerjakan amal-amal yang saleh bahwa Dia sungguh-sungguh akan menjadikan mereka berkuasa dimuka bumi, sebagaimana*

<sup>116</sup> Departemen Agama. h.159

*Dia telah menjadikan orang-orang sebelum mereka berkuasa, dan sungguh Dia akan meneguhkan bagi mereka agama yang telah diridhai-Nya untuk mereka, dan Dia benar-benar akan menukar (keadaan) mereka, sesudah mereka dalam ketakutan menjadi aman sentausa. mereka tetap menyembahku-Ku dengan tiada mempersekutukan sesuatu apapun dengan aku. dan Barangsiapa yang (tetap) kafir sesudah (janji) itu, Maka mereka Itulah orang-orang yang fasik.”<sup>117</sup>*

e) *Ma'ad*

Adalah segala perilaku yang akan dipertanggungjawabkan di akhirat, karena itu pelaku ekonomi dalam Islam menginginkan laba yang diperoleh tidak hanya laba di dunia tetapi juga laba di akhirat. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan dunia dan keuntungan akhirat. Keuntungan adalah bagian rezeki Allah, karena itu Islam tidak membatasi keuntungan perdagangan selama tidak ada *ghoban* (mengelabui atau membohongi), menipu dan menjual di atas harga pasar. Keuntungan yang diperoleh juga tidak disebabkan penimbunan (*ihtikar*) yang mengakibatkan barang itu langka dan karena itu harga menjadi mahal. Allah SWT sangat murka jika terjadi hal-hal ini sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya Q.S al-Baqarah ayat 16:

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالََةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا

مُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

*“Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.”<sup>118</sup>*

<sup>117</sup> Departemen Agama. h.357

<sup>118</sup> Departemen Agama. h.3

#### 4. Budaya Manajemen Bisnis Islam

Pentingnya manajemen bagi para pebisnis dalam melakukan kegiatan bisnis, maka perlu dibangun budaya manajemen bisnis Islam, yang tujuannya agar pebisnis yang berbudaya dalam melaksanakan bisnisnya. Budaya manajemen bisnis Islam yang dimaksud diantaranya:

##### 1) Mengutamakan Akhlak

Salah satu faktor yang menjadi penentu akan keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam karier bisnis yang dijalannya adalah mengutamakan akhlak dalam setiap aktivitas bisnisnya. Akhlak Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis diantaranya: memegang teguh kebenaran, penyabar, penyantun, penyayang dan pemaaf.

Dalam kerangka kekinian yang dimaksud akhlak adalah *Emotional Quotient* (EQ) atau kecerdasan emosional. Dalam melaksanakan tugas kepemimpinan, adanya *Emotional Quotient* (EQ) akan menjadi sumber utama terbangunnya kredibilitas dan kapabilitas. Banyak orang yang menduduki jabatan pemimpin yang gagal dalam melaksanakan kepemimpinannya dan setelah ditelusuri kegagalannya tersebut ternyata umumnya mereka memiliki EQ yang rendah sehingga menghalalkan segala cara dalam mencapai tujuan.

Untuk berbagai bidang kehidupan termasuk menjadi pemimpin, Nabi Muhammad SAW menyatakan dalam hadisnya: “*Tidak ada semata yang lebih berat dalam timbangan daripada akhlak yang baik.*” (HR. Ahmad dan Abu Daud). Sebenarnya dalam diri setiap orang telah dibekali potensi akhlak (EQ)

oleh Allah. Dan akhlak tersebut dapat dikembangkan oleh manusia untuk meraih sukses kehidupan di dunia maupun di akhirat kelak.<sup>119</sup>

## 2) Mengutamakan Pembelajaran

Selain mengutamakan akhlak, Rasulullah SAW mengajarkan pentingnya pembelajaran. Hal ini dapat dilihat dari salah satu hadis yang disampaikan beliau “*Belajarlah walau sampai ke negeri Cina*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat itu Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa peradaban Cina sudah lebih maju sehingga pantaslah kaum muslimin itu belajar hingga ke sana. Misalnya, kepemimpinan Rasulullah dalam bisnis sejak menjalani magang (*internship*) dengan pamannya Abu Thalib sampai mandiri dan sampai puncak karirnya di usia 35 tahun (menjelang menjadi rasul), dijalankan dengan empat metode diantaranya:

- 1) Meniru (*copy paste*)
- 2) Coba dan coba lagi (*trial and error*)
- 3) Pengondisian (*conditioning*)
- 4) Berpikir (*thinking*)<sup>120</sup>

## 3) Mengutamakan Pelayanan

Dalam menjalankan tugas bisnisnya, Nabi Muhammad SAW memberikan contoh dalam mengutamakan pelayanan yang menjadi naluri akhlaknya. Kebiasaan Muhammad SAW mengutamakan pelayanan dalam kegiatan bisnis berlanjut dalam kegiatannya setelah menjadi rasul (pemimpin

---

<sup>119</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h. 65

<sup>120</sup> Muslim Kelana, *Muhammad SAW Is a Great Entrepreneur* (Bandung: Dinar Publishing, 2008).h. 129

umat). Dalam mengutamakan pelayanan, Nabi Muhammad SAW menjalankan pola-pola pelayanan seperti murah senyum, ramah, menepati janji, senang memberi hadiah dan juga adil.

#### 4) **Mengutamakan silaturahmi-kemitraan (*networking*)**

Seorang pemimpin dalam menjalankan tugas manajemennya selalu mengutamakan silaturahmi kemitraan (*networking*) maupun terhadap staf (pelanggan internal) maupun terhadap *stakeholder* (pelanggan eksternal). Dengan gaya silaturahmi-kemitraan (*networking*) ini maka hubungan kerja akan terbangun lebih hangat dan masing-masing pihak akan lebih merasa bertanggung jawab, karena ada rasa turut memiliki terhadap hubungan kerja tersebut.

Nabi Muhammad SAW dalam praktek kepemimpinannya di berbagai bidang kehidupan selalu mengajarkan dan memberi contoh tentang perlunya mengutamakan silaturahmi-kemitraan (*networking*) ini, sehingga terbangun kredibilitas dan kapabilitas kepemimpinan. Diantara sifat-sifat yang dianjurkan beliau untuk membangun *networking* ini antara lain: rendah hati (*tawadhu*), dermawan, tidak mau bergunjing, menghargai pendapat orang lain.<sup>121</sup>

#### 5) **Internalisasi agama dalam kehidupan seorang pemimpin**

Internalisasi merupakan proses penghayatan atau pemberian makna bagi motivasi, pola pikir, pola sikap, atau pola tindakan. Pentingnya internalisasi ini diingatkan oleh Allah dalam QS. Al-Hasyr ayat 18 berikut:

---

<sup>121</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*.h. 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>122</sup>

Ayat di atas mengisyaratkan agar orang yang beriman selalu mengupayakan internalisasi nilai-nilai agama secara terus-menerus agar ia dapat menepati keimanannya. Ada tiga cara dalam proses internalisasi diantaranya:

- 1) Pendidikan yaitu untuk menanamkan fondasi keagamaan yang kuat
- 2) Pelatihan yaitu untuk membiasakan sikap keterampilan melaksanakan perintah-perintah agama seperti ibadah *mahdhah*
- 3) Pengembangan merupakan aktivitas yang mendorong potensi individu secara optimal dalam penghayatan perilaku beragama<sup>123</sup>

## 5. Tujuan Bisnis Islam

Kegiatan bisnis sangat diperlukan, hal ini karena manusia tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Sebagaimana Allah telah menjelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 2 berikut ini:

<sup>122</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. h.548

<sup>123</sup> Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. h. 72

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا  
 اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿١٢٤﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksaNya.<sup>124</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa hubungan masyarakat dengan masyarakat hendaknya tercermin dalam sikap saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan, sehingga akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa manusia dilarang bekerja dan saling membantu dalam permusuhan yang dapat mendatangkan mudharat dan dosa. Dengan begitu tindakan ini mesti terlihat dalam bentuk kerja sama, sikap saling tolong-menolong dalam rangka memenuhi kepentingan masing-masing.

Tujuan bisnis Islam adalah untuk mengembangkan harta dan memperoleh keuntungan dengan jalan yang halal dan diridhai oleh Allah SWT.<sup>125</sup> Selain itu, menurut Veithzal Rivai et al., bisnis dalam Islam memiliki tujuan diantaranya:

a. Target Hasil: Profit Materi dan Benefit Nonmateri

Bisnis tidak hanya mencari *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi) semata, akan tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan dan manfaat) non materi, baik bagi si pelaku bisnis itu sendiri maupun pada lingkungan sekitarnya, seperti terciptanya suasana persaudaraan,

<sup>124</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.h. 106

<sup>125</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014).h.12

kepedulian sosial dan sebagainya. Disamping untuk mencari profit (*qimah madiyah*), juga ada 2 tujuan lagi yaitu *qimah khuluqiyah dan ruhiyah*.

*Qimah khuluqiyah* adalah nilai-nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli (bukan hanya hubungan fungsional maupun profesional semata). Sedangkan,

*Qimah ruhiyah* artinya perbuatan itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Bahwa dalam melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan Muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungan dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

#### b. Pertumbuhan

Jika *profit* materi dan *benefit* non materi telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan akan kenaikan akan terus-menerus meningkat setiap tahunnya dari *profit* dan *benefit* tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariah. Misalnya dalam upaya meningkatkan jumlah produksi, yang diringi dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru, dan sebagainya.

c. Keberlangsungan

Pencapaian hasil kinerja dalam bisnis Islami sesuai target dan pertumbuhan harus terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama serta menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat Islam.

d. Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup seorang Muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis yang selalu berada dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihinya keridhaan Allah.<sup>126</sup>

---

<sup>126</sup> Avarik, *Etika Bisnis Islam (Seni Berbisnis Keberkahan)*.tt

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang tergolong dalam penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan<sup>127</sup>. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Pendekatan ini digunakan untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai penerapan unsur-unsur manajemen pada manajemen bisnis di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Oleh karena itu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu gambaran yang utuh terorganisasi dengan baik tentang komponen-komponen tertentu sehingga dapat memberikan kebenaran hasil penelitian.

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Adapun karakteristik penelitian kualitatif antara lain: (i) berlangsung dalam latar yang alami (ii) peneliti sendiri merupakan instrumen atau alat pengumpul data yang utama (iii) analisis datanya dilakukan secara induktif.

---

<sup>127</sup> Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020).h.2

Dalam penelitian kualitatif, semakin dalam, teliti dan diekstraksi (digali) terhadap data yang diperoleh dapat diartikan semakin baik pula kualitas penelitiannya.<sup>128</sup> Metode ini digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis suatu data yang berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi yang berupa data dari manajer tentang pengetahuannya terhadap manajemen bisnis yang diterapkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang dilakukan secara proposive.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah Subjek darimana data tersebut diperoleh<sup>129</sup>. Adapun data yang diperoleh meliputi:

### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber yang pertama.<sup>130</sup> Dalam hal ini sumber utama (primer) adalah Bapak Andi Rasyid selaku manajer Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Untuk selengkapnya akan peneliti paparkan secara lengkap dalam bab ke IV yang berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan terkait penerapan unsur-unsur manajemen dalam sistem manajemen bisnis di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak dari sumber aslinya. Artinya, data tersebut merupakan data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan

---

<sup>128</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metode Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019).h. 76

<sup>129</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002) h.107

<sup>130</sup> Burhan Ashofa, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h.9

oleh pihak lain.<sup>131</sup> Pada dasarnya data sekunder merupakan data yang menjelaskan data primer. Data sekunder meliputi dokumen resmi milik instansi terkait, surat kabar, media sosial, dan jurnal yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

### **C. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah proses yang sistematis dan standar unruk memperoleh data yang dibutuhkan.<sup>132</sup> Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan dengan tujuan salah seorang diantaranya dapat memperoleh informasi atau ungkapan dari orang yang diwawancarai. Dalam bentuknya yang paling sederhana, wawancara terdiri atas sejumlah pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti dan diajukan kepada seseorang mengenai topik penelitian secara tatap muka dan peneliti merekam jawabannya sendiri.<sup>133</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara terbuka dan informal. Artinya peneliti tidak membatasi jawaban yang disampaikan oleh informan dan berjalan dalam suasana biasa. Sehingga pertanyaan dan jawaban juga disampaikan seperti pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>131</sup> Amiriddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h.45

<sup>132</sup> Moh. Nadzir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), h.24

<sup>133</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010). h. 49-50

Dalam melakukan wawancara, sebelumnya peneliti telah menyiapkan kerangka garis-garis besar pertanyaan. Garis-garis besar pertanyaan tersebut bertujuan agar segala yang dibutuhkan dapat tercakup keseluruhan dan tidak harus ditanyakan secara berurutan. Isi dari garis-garis besar pertanyaan yang telah peneliti siapkan sebagaimana ada didalam rumusan masalah.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis seperti buku, majalah, catatan dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Data yang diperoleh dari dokumentasi ini merupakan data sekunder sebagai pelengkap data primer, yang berkaitan dengan unsur-unsur manajemen dalam sistem manajemen bisnis di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau *variabel* yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya.<sup>134</sup>

### D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kredibilitas (derajat kepercayaan). Hal ini dimaksudkan untuk membuktikan bahawa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan dilapangan. Agar data yang diperoleh tidak diragukan lagi maka dalam penelitian ini diperlukan pengecekan keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi.

---

<sup>134</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h.114

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam penelitian ini peneliti mengecek kembali segala informasi ataupun catatan-catatan yang diperoleh dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta mengecek data yang sudah diperoleh dengan berbagai data. Tujuan penelitian kualitatif memang bukan semata-mata mencari kebenaran tetapi lebih pada pemahaan subjek terhadap dunia sekitarnya. Dengan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan suatu pendekatan.<sup>135</sup>

#### **E. Analisis Data**

Analisis adalah proses yang membawa bagaimana data yang diatur, mengorganisasikan apa yang ada dalam sebuah pola, kategori, dan unit dekripsi dasar. *Bogdan* dan *Biklen* mengatakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>136</sup> Disisi lain, menganalisis data yang didapatkan dari berbagai sumber sudah menjadi kewajiban dalam penelitian.

---

<sup>135</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 241

<sup>136</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*, h. 248

Dengan demikian, hal pertama yang akan peneliti lakukan setelah memperoleh data-data yang dibutuhkan adalah melakukan peneleditan terhadap data. Peneleditan merupakan proses penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, atau informasi yang dikumpulkan oleh peneliti.<sup>137</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian kembali atas data-data yang diperoleh dari lapangan, baik data primer maupun sekunder yang bertujuan untuk mengetahui kelengkapan data dan kejelasan makna serta kesesuaiannya dengan data yang diperlukan. Sehingga dalam proses ini diharapkan kekurangan atau kesalahan data akan ditemukan.

Setelah melakukan peneleditan, peneliti akan menyusun data-data tersebut untuk kemudian dijadikan dasar utama dalam menganalisis, sehingga pada akhirnya akan didapat keselarasan data dengan analisis yang diberikan. Setelah data tersusun dengan sistematis, selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap data-data tersebut. Dalam hal ini teknik yang peneliti gunakan adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode untuk menganalisis data dengan cara memberi gambaran atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul, sehingga peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu memang demikian adanya.<sup>138</sup>

Dengan teknik inilah peneliti akan mendeskripsikan bagaimana sistem manajemen bisnis yang selama ini dilakukan oleh manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store, disertai dengan dasar-dasar atau teori yang digunakan. Sehingga diketahui tentang unsur-unsur manajemen bisnis menurut pandangan Islam.

---

<sup>137</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode*, h.168

<sup>138</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*, h. 248

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Umum**

##### **1. Sejarah Berdirinya Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store**

Dewasa ini kemajuan di bidang ekonomi telah banyak membawa dampak perkembangan yang cukup pesat dalam berbagai bidang usaha, salah satunya dalam bidang ekonomi. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk Toko, Minimarket, Toserba, Swalayan dan lain-lain. Selain itu meningkatnya kebutuhan konsumen akan berbagai kebutuhan pokok serta meningkatnya pendapatan masyarakat di Kota Metro dan sekitarnya, merupakan peluang yang sangat potensial dan memberikan pengaruh terhadap berbagai macam usaha ritel yang menyediakan kebutuhan sehari-hari konsumen.

Kondisi ini merupakan pendorong berdirinya Rudi Aurel Point Swalayan & Dept Store atau lebih dikenal dengan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store beralamat di Jl. Pattimura No. 206, Banjarsari, Kec. Metro Utara, Kota Metro sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ritel. Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store didirikan oleh pemilik pada tanggal 31 Desember 2016.<sup>139</sup>

---

<sup>139</sup> Wawancara dengan Bapak Andi, Manajer RA Point Swalayan & Dept Store, Tanggal 25 Januari 2021

Usaha ini bergerak pada penjualan barang (ritel), yang menyediakan kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti sembako, kosmetik, peralatan dapur, peralatan rumah tangga, peralatan mandi, perlengkapan sekolah, baju pria/wanita, ATK (Alat Tulis Kantor) dan lain-lain. Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store memiliki jam operasional mulai pukul 08.00 WIB sampai jam 21.00 WIB. Toko Swalayan ini buka setiap hari kecuali tanggal merah.

Semua karyawan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store berjumlah 27 orang, dimana setiap karyawan telah mendapatkan tugas masing-masing. Untuk usahanya terbagi menjadi 2 bidang yaitu toko swalayan (bisnis ritel) dan rumah makan Jimbaran (bisnis kuliner). Beberapa fasilitas yang disediakan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store diantaranya: tersedianya tempat parkir, mesin ATM, ruang yang nyaman dan ber-AC, kamar mandi yang bersih, musholla, kursi tunggu dan *food corner* bagi konsumen berupa rumah makan.<sup>140</sup>

Adapun tujuan dari pendirian Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap kebutuhan sehari-hari, untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat dan untuk memperoleh keuntungan demi kelancaran usaha yang dijalankan. Untuk itu, manajemen mengadakan kerja sama dengan masyarakat, UMKM dan badan usaha atau supplier perusahaan.

---

<sup>140</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 25 Januari 2021

## 2. Visi, Misi dan Motto Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

### a. Visi

“Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor perdagangan, jasa dan wisata”

### b. Misi

- 1) Menjalin kerjasama UMKM khususnya masyarakat sekitar untuk bisa menitipkan produknya untuk dipasarkan.
- 2) Membuka kesempatan bagi para siswa-siswi SMK SMA yang ingin praktik
- 3) Memberikan wisata belanja dengan pelayanan yang terbaik

### c. Motto “*Make People Can Buy*” Di Sini Murahnya Kebangetan

## 3. Logo Perusahaan



Gambar 6. Logo Perusahaan<sup>141</sup>

## 4. Struktur Organisasi



Gambar 7. Struktur Organisasi RA Point Swalayan & Dept Store<sup>142</sup>

<sup>141</sup> Dokumentasi Rudi Aurel (RA).Point Swalayan & Dept. Store

Untuk merealisasikan tujuan organisasi perlu disusun suatu struktur organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk organisasi garis atau lini, dimana tercermin jelas mengenai adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap individu serta hubungan dalam fungsi-fungsinya dalam manajemen. Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Pemilik (*Owner*) mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - 1) Menambahkan modal
  - 2) Memeriksa hasil laporan keuangan
  - 3) Pemegang usaha
  - 4) Memantau perkembangan usaha
- b. Manajer mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - 1) Memastikan seluruh karyawan bekerja secara tepat sesuai tugasnya
  - 2) Memotivasi dan memberikan arahan kepada karyawan untuk meningkatkan Permintaan
  - 3) Memastikan target Permintaan barang terpenuhi
  - 4) Menjaga suasana minimarket tetap kondusif serta menjaga kebersihan minimarket
- c. Supervisor mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - 1) Mengelola stok yang ada di minimarket
  - 2) Bekerja sama dengan manajer dalam pengambilan keputusan minimarket

---

<sup>142</sup> Dokumentasi Rudi Aurel (RA).Point Swalayan & Dept. Store

- 3) Membuat laporan keuangan, Permintaan, dan laporan pembelian minimarket
- d. Bagian KA. Admin mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- 1) Membuat laporan keuangan dan Permintaan harian
  - 2) Bertanggung jawab atas segala hasil Permintaan Barang
  - 3) Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang terjadi di minimarket
  - 4) Melakukan pengawasan terhadap barang-barang yang ada di minimarket
- e. Bagian Gudang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- 1) Membuat laporan ketersediaan barang di gudang
  - 2) Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang terjadi di gudang
  - 3) Mengkoordinasikan, dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemesanan, penerimaan, penyimpanan.
- f. Bagian Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- 1) Membuat laporan keuangan, Permintaan, dan laporan pembelian bulanan
  - 2) Menyetujui atau tidak dalam membeli barang
  - 3) Mengelola keuangan yang masuk dari toko
  - 4) Bekerjasama dengan manajer dalam pengambilan keputusan minimarket
- g. Kasir mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- 1) Melakukan proses Permintaan dan pembayaran
  - 2) Melakukan pencatatan atas semua transaksi
  - 3) Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk
  - 4) Melakukan pengecekan kondisi barang dan tanggal expired

h. Pramuniaga mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Melakukan pendisplayan barang
- 2) Menjaga kebersihan barang
- 3) Mengontrol barang yang rusak
- 4) Meminta persediaan barang di toko ke bagian gudang
- 5) Pengantaran barang dari konsumen
- 6) Menjaga kebersihan ruang.<sup>143\</sup>

#### **5. Produk-produk yang dijual di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store**

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store merupakan usaha jasa yang bergerak dibidang ritel atau minimarket yang tugasnya adalah menjual barang-barang yang telah diproduksi oleh pihak ketiga (produsen), dan menjualnya kembali kepada masyarakat. Produk yang dijual berasal dari *supplier*, baik dari perusahaan besar (produsen) dan juga UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Berikut ini beberapa jenis barang atau produk yang dijual di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang dijual diantaranya:

- a. Kebutuhan pokok dan makanan, seperti beras, minyak goreng, gula pasir, kopi, kecap, air mineral, minuman ringan, dan lain-lain
- b. Perlengkapan sehari-hari, seperti pakaian pria dan wanita, baju anak-anak, sabun mandi, sabun cuci, pasta gigi, minyak wangi, pembersih wajah, dan lain-lain

---

<sup>143</sup> Dokumentasi Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

- c. ATK (Alat Tulis Kantor), seperti pensil, penggaris, penghapus, bolpoint
- d. Obat-obatan, seperti minyak kayu putih, P3K, obat batuk
- e. Perawatan tubuh/kecantikan, seperti bedak wardah, viva cosmetic, vaseline, hand body dan lain-lain<sup>144</sup>

Dimana barang atau produk yang dijual merupakan hasil kerjasama antara *supplier* (perusahaan produsen) dengan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Untuk proses transaksi pembayarannya dilakukan dengan beberapa cara, baik secara *cash* (tunai) dan juga tempo. Misalnya: Rudi Aurel (RA). Point Swalayan memesan beberapa barang dari *supplier* (PT. Abadi Niaga Prima), kemudian *supplier* mengirimkan barang beserta bukti transaksi berupa faktur penjualan. Setelah itu, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store membayar barang yang telah dipesan.

Sedangkan untuk produk yang berasal dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang ada di Metro dan sekitarnya, biasanya berupa makanan yang dibuat secara *home* industri seperti kerupuk, aneka keripik, kopi bubuk, kue kering dan sebagainya. Adapun penempatan dari produk UMKM tersebut pada *space* tertentu. Kerjasama yang terjalin antara Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store dengan UMKM yaitu dari pihak UMKM menitipkan produknya untuk dijual oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Atau dapat pula UMKM menjual secara langsung produknya kepada pihak toko.

---

<sup>144</sup> Wawancara dengan Bapak Andi Rasyid, Tanggal 25 Januari 2021

Untuk mendukung program pemerintah dan komitmen memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat di tengah pandemi COVID-19, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menyediakan layanan *Delivery Order*. Melalui telpon atau WhatsApp kemudian share lokasi maka barang belanjaan akan diantar sampai rumah. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk layanan online yang memberikan rasa nyaman serta mempermudah masyarakat yang ingin membeli bahan kebutuhan pokok sehari-hari tanpa meninggalkan rumah dan membatasi kontak secara langsung.

## **B. Temuan Khusus**

### **1. Penerapan unsur-unsur manajemen Di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro**

Dalam rangka memaksimalkan penjualan barang dan jasa di masa ini yang dipenuhi dengan persaingan, mau tidak mau dibutuhkan kesiapan untuk menghadapi persaingan tersebut. Salah satu yang menjadi perhatian penting sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ritel ialah bersaing dalam hal penerapan maupun penggunaan manajemen yang tepat.

Dengan adanya manajemen yang berdaya guna dalam sebuah perusahaan seperti Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store maka pekerjaan pengelolaan yang berat dan sulit dapat diselesaikan dengan baik serta tujuan yang diinginkan tercapai. Memahami dan melakukan pengelolaan secara maksimal kepada unsur-unsur manajemen yang terdapat pada perusahaan, memungkinkan perusahaan tersebut menjadi baik dan terdepan dalam persaingan bisnis di dunia.

Berdasarkan landasan teori diatas, terdapat 6 (enam) unsur-unsur manajemen yaitu *man* (manusia), *money* (dana atau uang), *methods* (metode), *materials* (bahan), *machines* (mesin) and *market* (pasar). Adapun penerapan ke enam unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Kota Metro sebagai berikut:

**a. *Man* (manusia)**

Unsur manajemen yang pertama dan paling utama adalah manusia. Manusia sebagai pengelola yang membuat tujuan dan melakukan proses manajemen dalam mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, adanya pengelola (baik manajer dan juga karyawan) merupakan sarana penting atau utama untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tanpa adanya pengelola, tidak akan mungkin tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai, karena para pengelola merupakan salah satu unsur manajemen yang akan menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang ada di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store.

Dari data yang telah diperoleh, diketahui bahwa jumlah pengelola atau karyawan sebanyak 27 orang. Yang bekerja sesuai dengan jam operasional perusahaan yaitu 08.00 s.d 21.00 WIB. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas bagi setiap karyawan, maka memudahkan manajer atau pimpinan untuk mengontrol kinerja dari karyawannya. Sehingga pertanggungjawaban dari setiap bagian dapat berjalan dengan teratur, efektif dan efisien.

**b. Money (dana atau uang)**

Uang merupakan unsur manajemen yang berpengaruh, karena hasil kegiatan bisa diukur dari jumlah uang yang beredar diperusahaan. Uang juga menjadi alat dalam proses pencapaian tujuan dengan penggunaan yang diperhitungkan secara rasional. Uang sebagai sarana manajemen harus digunakan dengan sebaik dan sehemat mungkin didalam pengelolaannya. Tidak ada kegiatan bisnis yang dapat mengabaikan peranan biaya. Tanpa biaya, proses bisnis tidak dapat berjalan optimal.

Dalam mendukung data keuangan ini, pihak manajemen yang ada di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store telah menggunakan sistem komputerisasi dan menggunakan aplikasi Point Of Sales (POS) untuk membantu kelancaran pengelolaan keuangan dan juga laporan keuangan yang akuntabilitas. Adapun penggunaan uang di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store sebagai biaya operasional, baik seperti gaji karyawan, pembelian barang atau persediaan, perawatan alat kantor dan lainnya.

**c. Methods (metode)**

Dalam mengelola sesuatu diperlukan metode atau standar operasional prosedur yang baku. Pekerjaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien jika dilakukan dengan metode yang tepat. Suatu metode kerja perlu mempertimbangkan sasaran, fasilitas, waktu, uang dan kegiatan bisnis. Adapun metode atau cara yang digunakan oleh manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang diberlakukan baik bagi karyawan, supplier

ataupun pelanggan telah diatur sedemikian rupa. Sehingga tidak menghalangi kinerja perusahaan. Bagi karyawan, adanya fasilitas yang disediakan perusahaan (gaji, seragam, hari libur dan sebagainya) yang menunjang kinerja karyawan. Bagi supplier atau agen/UMKM, diadakan kerjasama dalam menyediakan barang atau produk. Bagi konsumen, telah disediakan fasilitas-fasilitas pendukung (ATM, kamar mandi, ruang ber-AC lahan parkir dan sebagainya) sebagai metode perusahaan agar pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store.

**d. *Materials* (bahan)**

Material atau bahan adalah unsur manajemen berupa bahan baku yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan. Pemilihan bahan baku hingga penggunaannya harus dilakukan sebaik dan seefektif mungkin sehingga tidak ada bahan yang terbuang sia-sia. Proses tersebut biasanya dinamakan dengan produksi. Dimana produksi adalah kegiatan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa dari bahan atau sumber-sumber faktor produksi dengan tujuan untuk dijual.

Jika dikaitkan dengan produksi yang ada di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang dimaksud adalah produksi jasa yang diberikan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat. Jasa tersebut berupa layanan menyediakan barang dan jasa dari produksi perusahaan-perusahaan atau produsen yang bermutu dan berkualitas.

Produksi yang terdapat pada Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store bukan mengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi untuk menjadi barang jadi. Namun menyediakan barang jadi hasil produksi untuk digunakan dan dimanfaatkan oleh konsumen atau masyarakat. Posisi konsumen adalah sebagai pengguna produk dari produsen. Oleh karena itu, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menyediakan produk atau barang-barang yang di konsumsi oleh masyarakat.

**e. *Machines* (mesin)**

Unsur manajemen selanjutnya adalah mesin. Mesin dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan sulit menjadi lebih mudah dan cepat. Penggunaan mesin meningkatkan hasil dan keuntungan, juga membuat proses kerja jadi efektif dan efisien. Tingkat kesalahan manusia atau human error juga bisa ditekan dengan penggunaan mesin.

Berdasarkan data yang diperoleh, di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store telah menggunakan mesin elektronik (komputer dan aplikasi POS/Point Of Sales) yang memiliki peran penting dalam proses pengolahan data. Komputer dan aplikasi merupakan alat untuk menghasilkan *output* berupa informasi transaksi. Jika *output* sesuai dengan kebutuhan maka akan meningkatkan esensi penerapan aplikasi POS tersebut dalam manajemen informasi.

**f. Market (pasar)**

Pasar merupakan salah satu elemen penting sebagai unsur manajemen, khususnya bagi perusahaan-perusahaan atau badan usaha yang bertujuan untuk mencari laba atau keuntungan. Karena pasar dipergunakan sebagai tempat pendistribusian barang-barang yang sudah dihasilkan. Tanpa adanya pemasaran, barang atau produk tidak akan laku dijual. Sebab tidak adanya permintaan dan bisa berakibat pada produksi berhenti. Bahkan aktivitas perusahaan bisa vakum.

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store merupakan suatu perusahaan bisnis yang bergerak dibidang ritel (eceran). Sebagai sebuah organisasi bisnis yang menghasilkan produk jasa berupa penyediaan barang atau produk-produk yang dibeli oleh masyarakat. Dimana produk yang dihasilkan berupa produk jadi yang berupa fisik, sehingga dapat untuk disimpan.

Karena produk yang disediakan berupa barang berwujud, konsumen biasanya melihat tanda-tanda dari sesuatu yang bisa dilihat atau dirasakan untuk dapat menilai kualitas suatu barang atau jasa yang ditawarkan toko. Dari hal tersebut, berdampak pada sistem pemasaran, terutama pada sisi permintaan. Jika permintaan stabil, akan memudahkan penyedia produk barang dan jasa untuk melakukan persiapan, baik dari sarana prasarana maupun peralatan teknologi lainnya. Akan tetapi, jika permintaan fluktuatif, lebih sulit bagi manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store untuk melakukan

strategi pemasaran seperti saat ini yang masih dalam kondisi pandemi COVID-19 yang belum berakhir, membawa dampak yang banyak terhadap hasil penjualan.<sup>145</sup>

Sedangkan Proses pelaksanaan manajemen secara garis besar terbagi menjadi empat fungsi, sesuai dengan pandangan George R. Terry tentang fungsi-fungsi manajemen yang pokok/umum yang banyak digunakan masyarakat.

**a. *Planning* (Perencanaan)**

Setiap kegiatan apapun yang dilakukan secara efektif dan efisien untuk mengharapkan tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Oleh karena itu, perlu disiapkan rencana terlebih dahulu secara matang. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan memperhatikan kondisi di waktu yang akan datang. Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus dalam bidang perencanaan yaitu pihak manajemen dalam menyusun bauran pemasaran (*marketing mix*) diantaranya:

**1) Produk**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan sehari-hari. Adapun produk dan jasa yang ditawarkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store sebagaimana hasil wawancara pada tanggal 15 Juni 2021 dengan bapak Andi selaku manajer di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store mengatakan:

---

<sup>145</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

*“Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store merupakan perusahaan ritel yang hanya menyediakan barang yang telah jadi, sehingga tidak ada proses produksi yang dilakukan.”*

*“Barang atau produk yang bisa masuk, diterima atau dijual ditoko merupakan produk yang berlabel atau bersertifikat BPOM MUI, sedangkan produk UMKM mangacu pada peraturan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan tanggal expired.*

*“Barang yang dijual di sini dengan toko sana itu banyak yang sama, kualitas nya juga sama. Misalnya produk shampo sini sama produk shampo sana sama saja. Mungkin bedanya bagaimana pengelolaan aja, biasanya pengelolaan itu menyangkut masalah kerapihan dan kebersihan”<sup>146</sup>*

Setiap perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan tentunya akan menyediakan produk-produknya yang berkualitas untuk diperdagangkan. Penyediaan produk yang berkualitas dengan pengelolaan manajemen perusahaan yang baik sebagai daya saing dengan perusahaan yang lain. Pihak manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan sangat memperhatikan tata letak dan kebersihan dari produk-produk tersebut. Setiap karyawan berusaha agar tata letak produk dibuat semenarik mungkin, dengan tujuan agar memudahkan pelanggan dalam berbelanja.

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa produk-produk yang dijual di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store kebanyakan sama seperti yang dijual pada minimarket yang lain, misalnya “*Produk Shampo*”. Dilihat dari segi kualitas barang yang diperdagangkan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store sama dengan yang dijual pada minimarket yang lain. Hal ini dikarenakan produk tersebut (*Produk Shampo*) merupakan

---

<sup>146</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

produk dari hasil kulakan, artinya bukan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang membuat sendiri. Yang membedakannya hanya dari segi penataan, kerapian dan kebersihan dari minimarket tersebut.<sup>147</sup>

Dalam memperoleh produk atau barang yang hendak dijual yang digunakan untuk menambah jumlah stok barang yang hampir habis, atau untuk persediaan barang yang akan dijual. Pihak manajemen melakukan kerjasama dengan supplier yaitu dengan sistem kulakan barang.

*“ proses kulakannya di supplier dan grosir. Dimana kalau kami tidak bisa beli banyak di sales kami beli di grosir. Ya.artinya kami cek langsung dilapangan, terus kami data yang tidak bisa dibeli dari sales, kami beli di grosir ”<sup>148</sup>*

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh narasumber, saat dilakukan proses penyetokan barang, terlebih dahulu mengecek stok produk yang masih tersedia. Penyetokan barang ini tidak secara langsung membeli semua barang yang sebelumnya dibeli, tetapi dilakukan pendataan pada produk-produk yang akan di stok ulang, selanjutnya membeli melalui *supplier* atau *grosir* (agen).

## 2) **Price (Harga)**

Penetapan harga merupakan kebijakan yang menyangkut seberapa besar nilai yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Oleh karena itu dalam menetapkan harga diperlukan survey untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah

---

<sup>147</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

<sup>148</sup> Wawancara

satunya dengan survey pasar, hal ini akan dapat menentukan nilai atau harga produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Sehingga harga yang diberikan tidak terlalu mahal atau terlalu murah atas produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Dengan demikian, dalam menetapkan suatu harga Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menerapkan sistem potongan harga dan menyesuaikan dengan harga yang terdapat dipasaran, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store mengambil keuntungan 5-15% dari harga beli produk. Pengambilan keuntungan yang demikian ini dilakukan agar jatuhnya harga jual nantinya tidak terlalu mahal.<sup>149</sup> Presentase keuntungan tersebut tidak beda jauh jika dibandingkan dengan supermarket sekitarnya.

Harga yang ditawarkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store cukup terjangkau bagi masyarakat. Adapun penekanan keuntungan merupakan salah satu strategi untuk menaikkan daya beli masyarakat. Sehingga keuntungan yang didapat sedikit ditekan agar harga yang ditawarkan tidak melambung naik dari toko lain. Strategi pemasaran dalam penetapan harga yaitu dengan menggunakan sistem penekanan keuntungan, namun tidak mengurangi kualitas barang yang ditawarkan. Sehingga harga tidak terkesan melambung naik. Namun pada beberapa item produk menggunakan harga paten yang sudah ditetapkan oleh produk tersebut.

---

<sup>149</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

### 3) *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi merupakan sarana bagi penjual dalam mendistribusikan dan memilih lokasi pemasaran produk. Tempat yang strategis dimanfaatkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store untuk mempermudah akses bagi konsumen.

Secara letak geografis, toko ini memiliki kelebihan dari sisi lokasinya yang strategis dan tentunya menguntungkan adalah letaknya yang berada dekat dengan jalan raya yang dilalui oleh kendaraan pribadi maupun umum baik dari dalam kota maupun luar kota. Sehingga masyarakat dapat mudah untuk membeli kebutuhan. Selain itu, letak toko ini juga berseberangan dengan POM bensin dan tidak jauh dari kampus IAIM Ma'arif NU Metro, serta beberapa pondok pesantren.<sup>150</sup> Sedangkan penyaluran atau distribusi produk atau barang dari produsen ke Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store biasanya lewat *supplier* atau agen. Artinya bahwa masuk barang sudah diatur secara detail sesuai jadwal. Produk dari produsen (*supplier*) atau agen langsung dikirim ke Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store.

Secara garis besar strategi distribusi yang digunakan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidaklah jauh berbeda dengan strategi distribusi dan lokasi yang dilakukan oleh toko swalayan yang lain. Dalam

---

<sup>150</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

menjalankan tugasnya, agen mengadakan suatu akad perjanjian dengan pembeli untuk proses penjualan barang yang akan diperjualbelikan.

Dalam Islam, agen disebut dengan *samsarah* (*simsar*) adalah perantara (orang yang menjualkan barang atau mencari pembeli), atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.<sup>151</sup> Transaksi jual beli yang menggunakan jasa agen ini diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan *maqashid al-syariah* serta terdapat unsur *ta'awwun* dalam akad tersebut.

#### 4) Promosi

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidak jauh berbeda dengan swalayan yang lainnya, Dalam mempromosikan atau mengenalkan barang atau yang ada di toko Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store, pihak manajemen menggunakan beberapa media cetak seperti spanduk, papan promo, maupun baliho sebagai media promosi. Sebagaimana yang diungkapkan bapak Andi dalam hasil wawancara:

*“....untuk promosi kami pakai media cetak seperti spanduk, terus kami pakai semacam papan pengumuman atau papan promo, untuk menaruh harga promo apa saja, jadi bagi pelanggan yang masuk dapat tau barang apa saja yang sedang promo, dan walaupun yang baru sekali datang juga bisa tau barang yang sedang promo apa saja”<sup>152</sup>*

---

<sup>151</sup> M. Ali, Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (fih muamalat), ed. 1., cet.2, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, h. 289

<sup>152</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

Adapun penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga dilakukan seperti instagram, WA, *facebook*, radio dan media lainnya. Komunikasi yang terjalin antara *supplier* dengan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store, memudahkan pihak toko untuk mengetahui terkait produk-produk apa saja yang sedang promo atau potongan harga.

*“...untuk mendapatkan harga yang lebih murah biasanya kami contact langsung kesalesnya atau tempat grosir..kira-kira ada promo apa. Atau kalau ada promo, sales biasanya aktif mengabari hari apa yang promo. Kan kadang kala ada toko yang menjual barangnya tidak promo padahal itu promo. Tapi kalau di kami tidak, kalau promo kami juga promokan. Biar jatuhnya lebih murah dan promonya merata ke semua barang”<sup>153</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa diberikan label harga promo di tiap produk yang ada potongan harga. Dimana produk yang tertera mendapatkan potongan harga ataupun promo ( misal *buy one get one*) dan yang lainnya otomatis mendapat potongan ketika melakukan pembayaran di kasir. Promosi lainnya adalah melalui promosi mulut ke mulut dengan melakukan *Personal Approach* yaitu pendekatan secara pribadi yang dilakukan kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggan.

##### **5) Pelayanan (Service)**

Pelayanan merupakan suatu bentuk perlakuan atau penghargaan yang istimewa dalam belanja kepada konsumen. Semakin konsumen merasa puas dengan pelayanan yang didapatkannya, maka semakin bertahan

---

<sup>153</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

konsumen pada produk tersebut. Pelayanan yang baik akan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store.

Oleh karena itu, pihak manajemen menekankan kepada karyawan agar memberikan kesan yang baik sejak pertama kali datang. Untuk itu, setiap karyawan diharapkan selalu menerapkan prinsip 5 S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) dalam melayani konsumen yang datang. Untuk mendukung pelayanan, maka setiap karyawan harus berpenampilan rapi. Penampilan adalah salah satu faktor yang menggambarkan bagaimana sikap atau kondisi yang terjadi. Rasulullah SAW menganjurkan untuk selalu berpenampilan yang rapi dan enak dipandang ketika berjualan. Salah satunya menggunakan pakaian yang bersih.

Setiap karyawan yang bekerja di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store harus menggunakan seragam yang telah dijadwalkan oleh perusahaan. Seragam yang digunakan oleh pramuniaga, gudang dan kasir sama, hanya di satpam yang menggunakan seragam satpam. Bagi karyawan yang tidak berseragam maka tidak diperbolehkan untuk bekerja, kecuali masih awal percobaan dan belum mendapatkan seragam. Bagi karyawan yang telah terikat kontrak wajib mematuhi prosedur yang telah disepakati sebelumnya.<sup>154</sup>

---

<sup>154</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store juga senantiasa berupaya melengkapi fasilitas yang ada. Fasilitas adalah sarana pendukung yang digunakan untuk memperlancar sebuah tujuan yang dibuat. Fasilitas yang diberikan kepada konsumen merupakan hak yang diterima atau dirasakan oleh konsumen agar merasa nyaman ketika berbelanja. Fasilitas yang disediakan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store kepada konsumen atau pengunjung diantaranya ruang belanja yang ber-AC, kamar mandi, Mesin ATM, Area Parkir dan rumah makan.<sup>155</sup>

**b. *Organizing* (Pengorganisasian)**

Pengorganisasian merupakan pengelompokan kegiatan dan tugas-tugas yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan. Dalam Islam, organisasi merupakan suatu kebutuhan. Dengan adanya pengorganisasian memungkinkan untuk mengatur kemampuan sumber daya insani guna mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan segala potensi secara efektif.

Dalam sebuah perusahaan, manajer bertanggung jawab terhadap kinerja sebuah tim yang dipimpinnya. Dimana tugas manajer yang paling pokok adalah memimpin, mengarahkan, dan mengawasi staf untuk bekerja sama mencapai tujuan organisasi. Seorang manajer akan membentuk tim yang bekerja untuk membantu mewujudkan visi perusahaan. Agar target perusahaan dapat terwujud dengan baik, maka manajer akan merekrut orang-orang yang

---

<sup>155</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 25 Januari 2021

tepat, memotivasi mereka, dan meningkatkan produktivitas tim dalam jangka panjang.

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept store sebagai suatu unit usaha yang telah berkembang, adapun jumlah karyawan dalam menjalankan usahannya sampai saat ini memiliki 27 karyawan. Manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidak akan berjalan sebagaimana diharapkan tanpa ada karyawan di dalamnya. Maka dari itu diperlukan karyawan yang akan bertanggungjawab mengelola, merawat, dan menjelaskan sistem operasional toko.

Berikut ini daftar pimpinan dan karyawan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

- |                    |                           |
|--------------------|---------------------------|
| 1) Pemilik         | : Sudibyo/Rudi Santoso    |
| 2) Manajer         | : Andi Rasyid             |
| 3) Supervisor      | : Apriyansah              |
| 4) Ka. Admin       | : Betty Ningsih           |
| 5) Bagian gudang   | : Agung Sidik             |
| 6) Bagian Keuangan | : Mitha                   |
| 7) Kasir           | : 4 orang                 |
| 8) Pramuniaga      | : 10 orang <sup>156</sup> |

---

<sup>156</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 25 Januari 2021

Agar manajemen berjalan dengan baik, setiap karyawan menjalankan tugasnya masing-masing sesuai posisinya. Hal tersebut sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang diterapkan di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa Rudi Aurel (RA). Point Swalayan memiliki catatan atas transaksi keuangannya. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterimanya dalam jangka waktu tertentu. Akuntabilitas merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban keuangan di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store kepada pemilik toko.<sup>157</sup>

Akuntabilitas sebagai perwujudan sifat amanah dari kepala bagian keuangan kepada pemilik. Laporan pertanggungjawaban ini pun menjadi tolok ukur bagi Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store, mengalami kemajuan atautkah kemunduran. Sehingga sangat penting saat ini diterapkan dan diaplikasikan dalam suatu bisnis.

### **c. *Actuating* (Pengarahan)**

Pengarahan dapat dilakukan dengan memberikan petunjuk atau arahan, berupa apa yang harus dikerjakan apa yang tidak dikerjakan, agar proses penjualan berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Sebagaimana dijelaskan pada landasan teori dalam manajemen, manajer atau pimpinan harus mampu memotivasi para bawahan atau karyawannya dengan cara menumbuhkan

---

<sup>157</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 15 Juni 2021

kesadaran bagi karyawan bahwa bekerja merupakan sebuah kebutuhan. Motivasi untuk meningkatkan etos kerja dan kualitasnya, serta meningkatkan minat karyawan untuk terus mengembangkan dirinya. Bentuk pengarahan dalam penelitian ini diantaranya:

### **1) Apresiasi**

Apresiasi karyawan terhadap konsumen sangatlah dibutuhkan dalam menjalankan bisnis ini, kemarah tamahan dalam menyambut konsumen merupakan point penting untuk memberikan kesan yang baik terhadap konsumen. Untuk itu penggunaan konsep 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun) senantiasa di laksanakan oleh karyawan dalam proses pelayanan kepada pengunjung. Misalnya ketika pengunjung selesai berbelanja dan hendak keluar toko, karyawan yang bertugas memberikan ucapan terima kasih, dan ditunggu kehadirannya kembali.

Kemudian untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pihak manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store telah menyediakan kotak saran bagi konsumen. Kotak saran yang tersedia sekarang adalah berupa pengisian kritik dan saran yang ditulis menggunakan selebaran kertas dan disediakan kotak untuk mengumpulkannya. Manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store begitu memperhatikan dan mengaspesiasi SDM terbaiknya dengan *reward* bagi karyawannya yang mempunyai kinerja terbaik berupa bonus. Sehingga

dengan apresiasi tersebut diharapkan akan terciptanya loyalitas dan menumbuhkan semangat kerja yang tinggi dari para karyawannya.<sup>158</sup>

## 2) Spiritual Company

*Spiritual company* adalah suatu kegiatan untuk menambah semangat keagamaan karyawan dalam bekerja yang berlandaskan *al-Qur'an dan al-Hadits*. Yang tujuannya agar karyawan selalu mengingat akhirat dan memahami bahwa bekerja adalah bagian dari ibadah, sehingga mereka selalu meneladani sifat-sifat Rasul.

Berdasarkan hasil wawancara, penerapan *social company* yang ada di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan agama bagi karyawannya yaitu diadakan pertemuan rutin setiap 1 bulan sekali, dengan menghadirkan ustadz untuk pengajian yang dilaksanakan di toko.

*“Pertemuan rutin ada sebulan sekali..Manggil ustadz untuk pengajian tapi di toko pak.. Biasanya hari jum'at.. Ngaji bareng terus tausiyah pak”*<sup>159</sup>

Selain kegiatan rutin setiap 1 (satu) bulan sekali. Pihak Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store juga melakukan kegiatan sosial kepada masyarakat disekitar toko diantaranya: berbagi parcel lebaran untuk masyarakat sekitar yang membutuhkan, juga kegiatan bantuan untuk korban bencana alam dan serta kegiatan sosial lainnya.

---

<sup>158</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

<sup>159</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

Dengan adanya *spritual company*, akan menambah pemahaman bagi karyawan bahwa dalam berbisnis tidak hanya berfokus untuk mendapatkan keuntungan materi, namun juga untuk selalu mengingat bahwa segala hal yang dilakukan akan dipertanggungjawabkan diakhirat.

#### **d. *Controlling* (Pengawasan)**

Pengawasan merupakan proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai rencana. Pengawasan (*control*) dalam ajaran Islam (hukum Syariah) terbagi menjadi dua hal. Pertama. Kontrol yang berasal dari diri sendiri yang bersumber dari tauhid dan keimanan kepada Allah SWT. kedua, sebuah pengawasan yang dilakukan dari luar diri sendiri. Sistem pengawasan ini biasanya dilakukan oleh pimpinan yang berkaitan dengan penyelesaian tugas.

##### 1) *Briefing*

Sebelum memulai kerja semua meluruskan niat karena Allah SWT semata. Dan sebelum mulai kerja ada penyatuan visi misi seperti training penyemangat sebelum kerja dalam bentuk briefing pagi. Dimana setiap pagi sebelum melaksanakan pekerjaan, terlebih dahulu berkumpul dan doa bersama, juga ada pemberian semangat oleh supervisor. Saling mengingatkan untuk tetap bekerja dan juga beribadah.

##### 2) Peraturan Umum

Beberapa peraturan umum yang ada di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store antara lain sebagai berikut:

- a) Setiap karyawan dilarang untuk merokok di dalam toko, apabila karyawan diketahui melanggarnya, maka tindakan yang dilakukan langsung diminta untuk keluar dari dalam toko.
- b) Setiap karyawan yang terlambat masuk kerja untuk sanksi pertama adalah pemanggilan, lalu untuk kedua kalinya akan dikenakan Surat Peringatan 1 apabila masih terus dilanggar maka akan dikeluarkan dari toko.
- c) Setiap karyawan tidak masuk kerja tanpa ada keterangan untuk sanksi pertama adalah dikenakan Surat Peringatan 1 apabila masih terus dilanggar maka akan dikeluarkan dari toko.<sup>160</sup>

Adapun konsep pengawasan terhadap produk makanan di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store terdiri dari pendahuluan yang terdiri dari pengawasan pemesanan barang barang (produk makanan), pengawasan saat produk datang dan menyusunnya di rak dalam toko dilaksanakan dengan baik, hal ini karena telah terbiasa. Pengawasan dilakukan dengan memperhatikan dan mengaudit berapa banyak jumlah barang yang datang, kemudian mensortir barang yang baik dan yang rusak, jika barang atau kemasan produk dianggap tidak layak atau kemungkinan sudah kedaluarsa, barang akan dikembalikan (*return*).

---

<sup>160</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

## **2. Penerapan Unsur-Unsur Manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam**

### **a. Point 1**

Dalam penelitian ini, penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam dapat dilihat dari sisi aspek produk, pelayanan, pemasaran, maupun sistem kerja sama dan bagi hasil dengan mitra sebagai berikut:

#### **1) Aspek Produk**

Upaya dari manajemen (pengelola) Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store yang menyediakan produk-produk yang berlabel halal dari BPOM MUI untuk jenis makanan dan minuman. Sedangkan untuk produk UMKM harus disertakan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan pemerintah. Hal ini menjadi kewajiban bagi setiap pengusaha agar memperhatikan tentang apa yang akan dijual, apakah ada atau tidak unsur haramnya dalam produk tersebut.

Secara praktiknya, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidak memperjualbelikan barang yang dilarang oleh Allah swt. seperti minuman keras atau minuman yang mengandung alkohol dan sebagainya. Selain itu, tidak memperjualbelikan barang yang tidak ada label halalnya. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga agar tetap menjaga nilai-nilai Islam yang menciptakan rasa aman pada konsumen.

Dalam memperjualbelikan produk, Pengelola Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store telah menjalankan manajemen yang bertanggungjawab terhadap apa yang diperjualbelikan, yaitu hanya memperjualbelikan produk yang baik dan tidak melanggar nilai-nilai Islam dalam al-Qur'an maupun hadits, yaitu memperjualbelikan produk yang berlabelkan halal. Mengonsumsi produk yang halal dan baik merupakan kewajiban yang diperintahkan Allah SWT.

Sehingga dapat dikatakan bahwa produk-produk yang dijual oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store adalah selain mendapatkan keuntungan bagi kelangsungan perusahaan namun juga untuk mencapai kemaslahatan. Setiap produk yang akan dijual ke konsumen harus mengandung unsur kemaslahatan agar pembeli tidak merasa dirugikan. Produk yang dijual harus jelas manfaat, tidak membahayakan jiwa konsumen dan bukan sarana kemaksiatan.

Untuk itu, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menyediakan barang-barang yang mempunyai kegunaan atau manfaat masing-masing. Seperti sembako dan bahan makanan untuk kebutuhan hidup masyarakat atau konsumen. Kemudian ATK (Alat Tulis Kantor) untuk kebutuhan konsumen lingkup sekolah, kuliah, kantor dan juga pekerjaan.

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidak menyediakan barang-barang yang memicu untuk sarana kemaksiatan seperti minuman keras dan sesuatu yang memabukkan lainnya. Secara garis besar produk dan jasa yang ditawarkan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidaklah jauh berbeda dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh supermarket yang lainnya. Dan jika ditinjau dari bisnis Islam maka produk yang ditawarkan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan tidaklah bertentangan dengan hukum Islam dalam syariat Islam.

## **2) Aspek Harga (*Price*)**

Harga adalah nilai suatu barang atau produk yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual atas barang atau jasa yang telah diterima. Dalam Islam memang tidak ditentukan secara rinci terkait batas penentuan harga, namun dianjurkan mengikuti bagaimana mekanisme pasar yang terjadi. Seorang pedagang dibebaskan dalam menentukan harga selama itu wajar, adil, penjual dan pembeli sama-sama suka rela dan tidak menimbulkan kedzaliman.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa secara garis besar penetapan harga yang berlaku di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store tidaklah jauh berbeda dengan penetapan harga yang dilakukan oleh supermarket pada umumnya dan ditinjau dari bisnis Islam maka penetapan harga pada setiap produk bersifat fleksibel dan mengikuti harga yang ada dipasar.

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store memiliki kesamaan kondisi dengan supermarket sekitarnya sehingga tidak mematikan pesaing. Dalam hadits, Rasulullah SAW melalui sahabat Abdullah bin Umar mengatakan bahwa: “*Janganlah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu,*” (H.R. Bukhari).

Perbandingan harga antar produk satu dengan produk lainnya tidak terpaut jauh antar supermarket dengan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Persaingan antar toko memang dilakukan, tetapi tidak dari segi harga melainkan pada aspek pendukung seperti promosi, fasilitas pelayanan, keamanan dan kenyamanan yang didapatkan oleh pembeli. Maka dapat dikatakan bahwa strategi harga yang telah ditetapkan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store telah sesuai dengan aturan syariat Islam.

### **3) Aspek Pelayanan**

Dalam memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen, setiap karyawan Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store sebisa mungkin karyawan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen dengan selalu menerapkan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun) dalam setiap bertransaksi dengan konsumen yang datang ke toko. Dengan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun) tersebut merupakan metode manajemen yang sebagai cara menarik pelanggan agar mau kembali berbelanja ke toko.

Sedangkan dalam menanggapi komplain dari pelanggan atau konsumen, karyawan akan mempertanyakan terlebih dahulu perihal komplain konsumen tersebut. Setelah diketahui permasalahannya, sebisa mungkin pihak Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menyelesaikan permasalahan tersebut dalam 1x24 jam. Serta mengidentifikasi masalah atau komplain apa yang disampaikan oleh konsumen tersebut.

Apabila terjadi komplain terhadap harga, maka pihak Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store memberikan pengertian tentang perbedaan harga yang ada antara harga di display dengan harga dikomputer yang ditampilkan sewaktu menginput barang atau produk yang akan hendak dibeli konsumen. Pihak Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store memberikan kelonggaran atau pilihan kembali kepada konsumen, apakah dilanjutkan transaksi atau tidak. Namun, apabila terjadi komplain terhadap barang yang telah kadaluarsa, maka pihak manajemen akan menarik barang tersebut dan memberikan produk baru yang sama dengan yang dibeli oleh konsumen dan tentunya tidak kadaluarsa.<sup>161</sup>

Ketepatan waktu dalam pelayanan merupakan point penting dalam hal bisnis. Jika terjadi komplain konsumen atas pelayanan maka akan mengurangi nilai kepuasan pelanggan. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh karyawan untuk menerima komplain dari pelanggan, dengan

---

<sup>161</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

menunjukkan rasa empati dan gaya komunikasi yang baik, setelah mendengar keluhan dari pelanggan, segera tangani komplain dengan cepat dan berikan solusi terbaik untuk mengatasi keluhan pelanggan. Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store berbuat kebaikan dengan memberikan pelayanan yang terbaik (*service excellence*) bagi konsumen dan bertanggungjawab saat konsumen melakukan *complain*.

Untuk mendukung pelayanan kepada pelanggan, pihak manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menggunakan perangkat komputer dan aplikasi yang dikenal dengan sistem Point of Sale (POS). Sistem komputerisasi ini merupakan media yang berperan penting dalam penyelesaian kinerja setiap karyawan seperti membantu menyiapkan, menyimpan, dan mengolah serta menghasilkan data berdasarkan kebutuhan pengguna sistem dari setiap bagian yang ada.

Dengan adanya sistem komputerisasi ini, memudahkan manajemen dalam mengelola data keuangan yang ada di toko. Sistem komputerisasi ini dapat mempermudah karyawan dalam melakukan pencatatan stok barang dan juga untuk menghitung jumlah pembelian konsumen dengan cepat agar tidak membuat antrian yang menumpuk pada bagian kasir sehingga pengerjaan lebih efektif dan efisien.

#### **4) Aspek Pemasaran**

Sebagai upaya memperkenalkan produk yang diperjualbelikan kepada konsumen atau masyarakat, manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan

memanfaatkan media cetak (iklan) dan media sosial (*online*) sebagai media promosi produk yang dijual. Dalam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran merupakan dasar nilai dari bisnis Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu.

Harga yang ditentukan oleh Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store sesuai dari *supplier* dan harga tersebut menjadi patokan pada harga penjualan. Tentunya harga barang akan mengalami perubahan seiring dengan harga yang ada di pasar.<sup>162</sup> Oleh karena itu, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dalam proses komputerisasi. Hal ini bertujuan agar meminimalkan kesalahan dalam pencatatan harga dan juga sebagai bentuk akuntabilitas karyawan kepada manajer dan juga pemilik (owner).

Sedangkan terdapat barang yang cacat, maka pihak toko atau manajemen memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilah dan memilih mana produk yang akan dibeli. Apabila produk yang tersedia didisplay kurang memuaskan dapat ditanyakan kepada pramuniaga untuk dicek di gudang terlebih dahulu. Sebagai antisipasi, pihak toko selalu mengecek dan mengganti produk atau barang yang tidak layak konsumsi

---

<sup>162</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

atau digunakan setiap harinya, hal tersebut merupakan SOP dan tugas dari pramuniaga.

### 5) Sistem Kerjasama dan Bagi Hasil Dengan Mitra

Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store menjalin kerjasama antar mitra dengan *supplier* (perusahaan seperti PT, CV dan sebagainya) dan juga UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) untuk mendukung terpenuhnya barang atau produk yang akan dijual di toko. Berikut ini beberapa *supplier* yang bekerjasama atau bermitra dengan Rudi Aurel (RA).

Point Swalayan & Dept Store adalah sebagai berikut:

No	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. WILRIKA CITRA MANDIRI
2	PT. ABADI NIAGA PRIMA
3	CV. SUMBER MAKMUR
4	CV. MEKAR JAYA MAKMUR
5	PT. CIPTA NIAGA SEMESTA
6	PT. GEMILANG AGRO AGRAMIN
7	PT. INTI BHARU MAS

**Tabel 5.** Daftar Mitra Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store<sup>163</sup>

Sedangkan kemitraan yang terjalin antara Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store dengan UMKM yaitu dengan menyediakan tempat (*space*) khusus di dalam toko dan diluar toko dengan sistem kemitraan. Penyediaan tempat (*space*) di dalam toko sehingga memungkinkan hasil produksi UMKM dapat dijual. Sedangkan tempat (*space*) di luar toko

---

<sup>163</sup> Dokumentasi Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store

dilakukan dengan menyediakan tempat (*outlet*) bagi masyarakat yang ingin berjualan di depan toko dengan sistem sewa.

Dalam menjalankan bisnis, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store banyak mengalami kendala mengelola perusahaan. Mengingat pada saat ini masih dalam kondisi covid-19 membawa dampak yang besar terhadap hasil penjualan produk karena berkurangnya pelanggan atau konsumen untuk berbelanja. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Dimana perusahaan juga harus tetap mengeluarkan biaya setiap bulan seperti gaji karyawan, listrik dan biaya operasional lainnya.

Beberapa kendala yang dihadapi oleh manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store diantaranya:

- a. Terkait dengan karyawan adalah kurangnya pemahaman karyawan dengan produk, hal ini terjadi karena begitu banyak produk yang harus difahami dan dimengerti oleh karyawan. Misalnya: barang yang didisplay telah mencapai kadarluarsa, tapi tidak diganti dengan barang baru. Hal ini akan membuat konsumen untuk enggan membeli kembali dikemudian hari jika mereka mengetahui barang yang dijual banyak yang kadarluarsa.
- b. Terkait produk, biasanya terjadi karena berganti-ganti suplayer yang memasukkan produk ke Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store justru menjadi kendala dan hambatan bagi pengelola untuk mengontrol persediaan yang ada.

c. Adanya perubahan tren belanja yang beralih ke dunia online. Dimana tren belanja ini semakin berkembang dan memberikan kemudahan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa repot keluar rumah. Bermodalkan ponsel serta kuota internet, konsumen sudah bisa mencari kebutuhan baik sandang, pangan maupun papan. Berbelanja online selain memberikan kemudahan, barang-barangnya pun bervariasi dengan harga yang kompetitif. Tidak heran apabila perubahan tren belanja ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan ritel seperti Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store.<sup>164</sup>

## **b. Point 2**

Berdasarkan hasil temuan diatas dengan ini penulis memaparkan beberapa hasil penelitian yang ditemukan dalam mengidentifikasi penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store Metro dalam perspektif manajemen Islam yaitu:

### **1) Sumber Daya Manusia**

Dalam menjalankan bisnis ritel ini, manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store terdapat struktur organisasi yang membagi tanggung jawab dan otoritas dalam melaksanakan tugas pada unit beserta orang-orangnya. Maka diperlukan manajemen sumber daya manusia yang penting bagi setiap karyawan memainkan peran atau bagian dalam melaksanakan fungsi pekerjaan dengan baik.

---

<sup>164</sup> Wawancara dengan bapak Andi Rasyid, Tanggal 27 Juni 2021

Berdasarkan data diatas, terdapat stuktur organisasi beserta tugas masing-masing karyawan. Dengan adanya struktur organisasi tersebut, manajer dapat mengidentifikasi aktivitas yang dilakukan karyawan, membagi sesuai keahliannya, dapat mengkoordinasikan aktivitas berbagai unit dan sebagai upaya pengarahan dan pengawasan setiap unit, serta memotivasi karyawan agar bekerja ke arah tujuan keberhasilan perusahaan. Adanya kepatuhan karyawan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen inilah yang rapi, terarah, teratur dan tidak asal-asalan selaras dengan proses manajemen bisnis dalam Islam.

## **2) Penyediaan Produk**

Dalam menyediakan produk-produk yang hendak dijual di toko, pihak manajemen memperjualbelikan produk yang baik dan tidak melanggar nilai-nilai syariah (al-Qur'an dan hadits) yaitu memperjualbelikan produk yang berlabel MUI dan tidak menjual produk yang di haramkan seperti minuman keras atau mengandung alkohol, dan sebagainya. Menyediakan produk-produk yang halal bagi masyarakat merupakan tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk makanan yang sudah berserifikat halal dari LPPOM MUI pada kemasannya.

Produk makanan dan minuman yang beredar dimasyarakat hendaknya memberikan rasa aman, nyaman dan layak dikonsumsi oleh konsumen muslim, karena syariat Islam mewajibkan kepada umat Islam untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal sesuai syariat Islam.

### **3) Pelayanan Toko**

Dalam upaya menciptakan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat yang berbelanja di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Setiap karyawan berupaya menerapkan 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun) dalam setiap transaksi. Upaya memberikan sikap ramah, jujur dan memberitahukan kepada pelanggan jika tidak tahu dimana letak produk yang hendak dibeli. Serta ketepatan waktu dalam menanggapi komplain dari konsumen dan memberikan solusi terhadap komplain dari konsumen tersebut.

Beberapa hal tersebut merupakan bentuk pelayanan yang didalamnya mengandung unsur kebaikan (*al-ihسان*), baik itu bagi Rudi Aurel (RA).Point Swalayan & Dept Store ataupun bagi konsumen. Bagi pihak toko, bentuk pelayanan yang diberikan merupakan strategi atau metode untuk menjaga nama baik dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan bagi konsumen, tentunya merasa aman dan nyaman ketika berbelanja.

### **4) Pemasaran**

Dalam proses pemasaran (*market*), Rudi Aurel (RA).Point Swalayan & Dept Store menggunakan beberapa media sosial dalam mempromosikan barang yang dijual di toko seperti facebook, instagram, whatsapp group, dan sebagainya. Promosi ini biasanya mencantumkan harga sesuai dengan harga pasar.

Dari proses promosi dan harga yang sesuai inilah terdapat nilai kejujuran (*al-sidq*) yang dipraktikkan oleh manajemen Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store. Tujuannya agar konsumen tidak merasa tertipu dengan harga barang yang hendak dibeli. Pemasaran ini sangat berkaitan dengan harga yang ditawarkan kepada masyarakat (konsumen), bagaimana upaya menarik konsumen agar berbelanja dan juga berpengaruh terhadap keuntungan yang akan di dapat dari hasil penjualan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store adalah sebagai berikut:

Dari hasil penelitian yang telah didapatkan, diketahui bahwa Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Sore telah menerapkan unsur-unsur manajemen walaupun belum secara maksimal. Secara umum, penerapan unsur-unsur manajemen tersebut difokuskan kepada pembagian kerja bagi karyawan, biaya operasional perusahaan, fasilitas bagi karyawan dan pelanggan, barang/produk persediaan, penggunaan aplikasi POS dan juga promosi atau pemasaran barang.

Upaya penerapan unsur-unsur manajemen tersebut sangat membantu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan perusahaan. Dengan demikian kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lebih baik, misalnya seperti karyawan menjadi lebih disiplin dalam menjalankan tugasnya masing-masing, dan terjalin komunikasi antar setiap level karyawan dapat berjalan dengan lancar, sehingga memudahkan terjalinnya kerjasama yang saling bersinergi dalam setiap karyawan perusahaan.

2. Penerapan unsur- unsur manajemen di Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store dalam perspektif manajemen bisnis Islam adalah sebagai berikut:

Adapun penerapan unsur-unsur manajemen di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store apabila dilihat dari proses operasional yang dijalankan telah sesuai dengan manajemen bisnis Islam. Dimana para pengelola (manajer dan karyawan) sangat hati-hati dalam menjalankan usaha. Unsur-unsur manajemen (*man, money, methods, materials, machines, and market*) telah diatur dalam bentuk kebijakan perusahaan. Kebijakan perusahaan ini menjadi SOP manajemen yang harus dijalankan oleh semua karyawan agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa aspek yang menunjang manajemen diantaranya SDM, produk, pelayanan, dan pemasaran. Dari keempat aspek tersebut tidak melanggar hal-hal yang dilarang dan diharamkan dalam syariah maupun nilai-nilai Islam dalam bermuamalah.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store harus lebih memperhatikan kualitas produk, melakukan penawaran produk yang dapat melalui pelayanan, menjaga kestabilan harga produk, menjaga stok barang sehingga ketika dibutuhkan atau diinginkan konsumen, maka barang tersebut akan selalu ada dan dapat meninggalkan kesan yang baik bagi toko tersebut.

2. Dalam hal pelayanan, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store dapat melakukan dengan meningkatkan pelayanan (*service excellence*). Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan bantuan dan informasi yang cepat, tepat dan tanggap. Sehingga dapat memberikan nilai tambahan bagi toko tersebut.
3. Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store agar dapat memberikan informasi-informasi yang *up to date* terhadap produk yang sedang promo, baik melalui katalog, media elektronik, atau yang lainnya. Sehingga produk yang sedang promo dapat lebih menarik perhatian konsumen yang juga akan mengakibatkan loyalitas konsumen juga semakin besar.
4. Suasana toko yang nyaman saat konsumen berbelanja juga menjadi aspek yang penting dalam bisnis ritel. Oleh karena itu, Rudi Aurel (RA). Point Swalayan & Dept Store harus dapat menjaga pencahayaan toko, warna dinding, kebersihan, aroma dan musik agar dapat membuat konsumen berbelanja dengan santai dan nyaman.
5. Bagi peneliti di masa akan datang disarankan untuk menggunakan variabel bebas lainnya, sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abas Al-Jauhari, *Rencana Strategis Badan Pengawas Obat Dan Makanan 2015-2019*. Dialog, 2018.
- Abdul Manan, *Membangun Islam Kaffah*. Madrid Pustaka, 2000.
- Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar, dkk. *Ensiklopedia Fiqh Muamalah Dalam Pandangan 4 Madzhab*. Edited by Taqdir Arsyad dan Abul-Hasan. Yogyakarta: Martabah Al-Hanif, 2004.
- Ahmad Hendra Rofiullah Suparjo Adi Suwarno. *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep Dan Aplikasinya Dalam Bisnis Syariah)*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2020.
- Ahmad Munir, *Manajemen Pembiayaan Pendidikan Dalam Pespektif Islam*. Jurnal At-Ta'dib 8, no. 2 (2013).
- Aju Nitya Dharmani, *Management Retail 1*. <https://ayuraimanagement.blogspot.com/>, 2010. <https://ayuraimanagement.blogspot.com/2010/11/management-retail-1.html>.
- Alma Buchari dkk. *Manajemen Bisnis Syariah (Menanamkan Niai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer)*. Edisi Revi. Bandung: CV. Alfabeta, 2016.
- Andi Rasyid,. *Wawancara Selaku Manajer*, n.d.
- Ari Prasetyo, *Pengantar Manajemen Islami*. Surabaya: Airlangga University Press, 2021.
- Ariefah Sundari, Ahmad Yani Syaikhudin. *Manajemen Ritel (Teori & Stategi Dalam Bisnis Ritel)*. Jawa Timur: Academia Publication, 2021.
- Aris Purwantinah. *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Jakarta: Gramedia Widiasarana indonesia, 2018.
- Arman Paramansyah dan Ade Irvi Nurul Husna, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam*. Jawa Barat: Pustaka Al-Muqsith, 2021.

Bikinpabrik.id. *Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-PIRT)*, 2020. <https://bikinpabrik.id/2020/07/09/sertifikat-produksi-pangan-industri-rumah-tangga-spp-pirt/>.

Buchari Alma Priansa dan Donni Juni. *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.

Dadang Iskandar, *Retail Management*, 2010.

Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2004.

Dian Wijiyanto, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Didin Hafidhuddin. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2008.

Eni Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*. Jawa Tengah: CV.Sarnu Untung, 2020.

Enkos Koswara, *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Fathurrahman. *Bunga Rampai (Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Quran Dan Hadits)*. Surabaya: Citra Media Nusantara, 2021.

Fuad Riyadi, *Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam*. BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 2016. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1472>.

H.Fakhry Zamzam & Havis Avarik, *Etika Bisnis Islam (Seni Berbisnis Keberkahan)*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.

Haruni Ode, *Pengembangan Organisasi Berbasis Spritual*. Surabaya: CV.Jakad Publishing, 2019.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Metode>, n.d.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Uang>, n.d.

[id.m.wikipedia.org/wiki/Pasar](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pasar), n.d.

Ismail Noor, *Kepemimpinan Muhammad SAW (Edisi Bahasa Indonesia)*. Bandung: Mizan, 2011.

- Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019.
- LPPOM - MUI. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*. Panduan Umum Sistem Jaminan Halal, 2008
- M ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012.
- , *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo Offset, 2009.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.
- , *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Perseda, 2015.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Muslim Kelana, *Muhammad SAW Is a Great Entrepreneur*. Bandung: Dinar Publishing, 2008.
- Nurlina T.dkk, *Ekonomi Bisnis Menurut Persepektif Islam Dan Konvensional*. Jawa Timur: Penerbit Penelah, Anggota IKAPI, 2020.
- Richard L Daft, *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Rizka Ar Rahmah, *Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus DI Waroeng STEAK AND Shake Cabang SM Raja MEDAN)*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 2, no. 2 (2017).
- Rudi Nurcahyo, *"Pengelolaan Bisnis Ritel"*. Jawa Timur: PT. Kuantum Buku Sejahtera, 2019.
- Saraswati. *Analisis Dampak Keberadaan Minimarket Indomaret Dan Alfamart Terhadap Ukm Dalam Kaitannya Dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern (Studi Di Kota Pontianak)*, tt
- Sarinah Mardalena, *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017.

Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.

Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, Nusa Tenggara Barat: CV.Alliv Renteng Mandiri, 2021.

Sugiono dkk, *Ergonomi Untuk Pemula (Prinsip Dasar & Aplikasinya)*. Malang: UB Press, 2018.

Suharsimi. *Proposal Penelitian Suatu Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Tim Penyusun, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.

Yunita Nirmala, and Hartono Subagio. *Analisa Pengaruh Retail Mix ( Customer Service , Assortment , Communication Mix , Dan Price ) Terhadap Tingkat Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran 1, no. 2 (2013)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Inngmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Yulianto Prodi : Esy  
NPM : 18004829 Semester/Tahun : VII/2020-2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	19 / 21 / 07		Secara Umum, standar Tesis 120 halaman.	
2.	14 / 21 / 09		Acc. ke pembimbing I	

Pembimbing II

**Dr. Putri Swastika, M.IF**  
NIP. 1986103001801 2 001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

**Dr. Putri Swastika, M.IF**  
NIP. 198610300 801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS**

Nama : Yulianto  
NPM : 18004829

Prodi : Esy  
Semester/Tahun : VII/2020-2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	20/21 /12		Acc. Munagonyel.	

Pembimbing II

**Dr. Putri Swastika, M.IF**  
NIP. 1986103001801 2 001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

**Dr. Putri Swastika, M.IF**  
NIP. 198610300 801 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Website [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), e-mail [iain@metrouniv.ac.id](mailto:iain@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Yulianto Prodi : Esy  
NPM : 18004829 Semester/Tahun : VII/2020-2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	09/2021 /12		<i>Revisi skripsi kepada mahasiswa</i>	

Pembimbing I

Dr. Mahrus As'ad, M.Ag  
NIP. 196112211996031001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

Dr. Putri Swastika, M.IF  
NIP. 19861030018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS

Nama : Yulianto  
NPM : 18004829

Prodi : Esy  
Semester/Tahun : VII/2020-2021

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	01/2021 /10		Daftar Isi & Perbaiki Isinya	
2.	01/2021 /11		Perbaiki lagi Bab Teori	

Pembimbing I

**Dr. Mahrus As'ad, M.Ag**  
NIP. 19611221 199603 1 001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

**Dr. Putri Swastika, M.IF**  
NIP. 1986103001801 2 001

## PERSETUJUAN

Tesis dengan judul : UNSUR-UNSUR MANAJEMEN BISNIS ISLAM DALAM SISTEM MANAJEMEN BISNIS RA. POINT SWALAYAN & DEPT STORE METRO LAMPUNG yang ditulis oleh YULIANTO dengan NIM : 18004829 telah memenuhi syarat untuk dimunaqosyahkan dalam *Ujian Munaqosyah* pada Pascasarjana IAIN Metro.

Pembimbing I



**Dr. Mahrus As'ad, M.Ag**  
NIP. 196112211996031001

Pembimbing II



**Putri Swastika, M.IF, Ph.D**  
NIP: 1986 103020 1801 2001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



**Putri Swastika, M.IF, Ph.D**  
NIP: 1986 103020 1801 2001

## DAFTAR WAWANCARA

Informan  
Lokasi Wawancara  
Tanggal

: Andi Rasyid  
: RA. Point Swalayan & Dept Store  
:

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dapatkah dijelaskan mengenai sejarah dan latar belakang toko ini! Kapan didirikan? Siapa yang mendirikan? (detail)	
2	Apakah misi, visi dan motto dari toko ini? Tolong jelaskan!	
3	Dalam bidang bisnis apakah toko ini bergerak? Produk apa yang di tawarkan? (detail)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- perdagangan</li> <li>- Barang &amp; jasa, produk makanan, minuman, sembako, peralatan ATK dll.</li> <li>- Rumah makan "Jambora"</li> </ul>
4	Apakah tujuan dari dirikannya toko ini?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kembayu / laba.</li> <li>- Hasil penjualan di kawatkan dapat melunasi sekrup bank.</li> </ul>

5	Siapa sajakah pelanggan dari toko ini? Tolong sebutkan dan jelaskan! (detail)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wilayahnya sekitar</li> <li>- wilayahnya luar kota.</li> </ul> <p>Dimana lebih tahu nya Ada POM, pondok &amp; kampung Serta bernamand perbatasan kot.</p>
6	Menurut anda, apa yang dapat menjadi alasan dari pelanggan tersebut untuk memilih toko ini dibanding dengan perusahaan lain / pesaing?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi dari rumah &amp; jangkauan.</li> <li>- Harga bersaing dengan toko lain</li> </ul>
7	Dapatkah anda jelaskan mengenai struktur organisasi toko yang ada saat ini? Uraian tugas dan tanggung jawabnya?	<p style="text-align: center;">Pimpinan</p> <pre> graph TD     P[Pimpinan] --&gt; KA[Ket. Admin.]     P --&gt; KA[Ket. Financ.]     P --&gt; S[Supervisor] </pre> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kasir</li> <li>- pramuniya.</li> </ul>
8	Berapakah jumlah karyawan yang dimiliki toko saat ini? Tolong jelaskan dalam setiap bagian yang ada, serta peranannya dalam bagian tersebut?	27 orang
9	Bagaimana cara manajemen memotivasi karyawan agar giat dalam bekerja?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ada pendekatan antara pimpinan &amp; bawah.</li> <li>- Bertukar Tim dan bergalah. sesuai dengan tugas nya.</li> <li>- Reward.</li> </ul>

10	Fungsi-fungsi manajemen bisnis apa saja yang ada dan berjalan dalam toko saat ini? Jelaskan (detail)!	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semua berjalan sama dengan tugas masing-masing?</li> <li>- baik perencanaan, organisasi, pengontrolan &amp; pemasaran.</li> </ul>
11	Tolong jelaskan proses bisnis yang terjadi dalam toko, terkait dengan semua bagian yang ada dan fungsi-fungsi manajemen bisnis yang ada! (secara urut dan detail)	<p>Urut dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk.</li> <li>2. Layanan.</li> <li>3. Harga.</li> <li>4. Lokasi.</li> <li>5. Kompleksitas pelanggan.</li> </ol>
12	Bagaimana manajemen menetapkan harga jual produk yang ada di toko?	Dari HPP + 10% - 15%
13	Bagaimana kualitas barang yang ada di toko?	<p>Berkas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ada standar produk.</li> <li>- Ada Monev Mutu dan BPPOM.</li> </ul>
14	Bagaimana promosi yang dilakukan toko dalam menarik konsumen agar berbelanja?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brosur &amp; Banner Rata-rata</li> <li>- Antar personal / karyawan.</li> <li>- dgn pelanggan yg sudah kenal.</li> </ul>

15	Apakah toko memiliki gudang ketersediaan barang (stock barang)?	<p>Tidak Ada</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- belum ada gudang maka sewa jutek yg.</li> <li>- jadi kami tidak stok banyak.</li> <li>- Butuh langsung order.</li> </ul>
16	Apakah perusahaan memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti rekanan dan pemasok, yang dapat mendukung kegiatan bisnis toko? Siapa saja mereka dan apa bentuk dukungan yang diberikan kepada toko? Tolong jelaskan ! (detail)	<p>Ada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bank itu suku / grosir.</li> <li>- Ada promosi dari produk.</li> <li>↳ itu berarti promosi bagi pelanggan juga.</li> </ul>
17	Bagaimana pelayanan yang diberikan toko? Fasilitas apa saja yang diberikan toko kepada pelanggan/konsumen?	<p>Atm, Area parkir, Mebelkur, tempat duduk, AC dan kamar mandi.</p>
18	Apakah toko ini memiliki buku laporan keuangan? Dan siapa yang mengatur buku keuangan tersebut?	<p>Ada, Admin.</p>
19	Berapakah rata-rata total biaya operasi toko dalam setahun ? (detail)	

20	Berapakah rata-rata keuntungan bersih yang dapat dihasilkan toko dalam setahun?	
21	Menurut anda, Faktor-faktor kritis apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan toko dalam bisnis ini?	Adanya Covid. membuat kurang pelanggan. maka pakai sistem Delivery.
22	Faktor-faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi toko dalam bisnis ini? Tantangan apa yang dihadapi toko saat ini dalam persaingan? Peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dihadapi toko saat ini dari lingkungan eksternalnya? Jelaskan! (detail)	Persaingan & minat pelanggan itu sendiri.
23	Apakah toko ini sudah memiliki dan menerapkan sebuah sistem informasi? Area-area apa saja yang sudah didukung oleh sebuah aplikasi sistem teknologi informasi dalam kegiatan bisnisnya? Jelaskan!	Iya, ada CCTV, komputer karyawan & kasir.

## FOTO WAWANCARA





**RA Point**  
SWALAYAN  
Maka Pengira, Cara Bani  
**Pusat Belanja 29**

Untuk Semua Kebutuhan Keluarga Anda ...

CS#1 : 082171206225  
CS#2 : 081373639674  
CS#3 : 082281747170

**RA Point**  
SWALAYAN  
Maka Pengira, Cara Bani  
**Pusat Belanja 29**

**KIDS SHOP**

Semua Kebutuhan untuk Adik dan Kakak di Rumah

**RA Point**  
SWALAYAN  
Maka Pengira, Cara Bani  
**Pusat Belanja 29**

**Bazar**

TUNGGU KAMI DI DEKAT RUMAHMU

Belanja sebanyak-banyaknya Bawa Pulang Motornya !!

**CUSTOMER CARE**

CS#1 : 082171206225  
CS#2 : 081373639674  
CS#3 : 082281747170





PILUS IKAN

Special  
**168**



Produksi :

**Kerupuk 168**

DINKES PIRT No. 20615050970308

**Isi:**  
Jagung, Tapioka, Telur,  
Polyphosphate, Minyak Sawit,  
Garam, Perendap Rasa

**Ingredients:**  
Cassava Flour, Egg,  
Polyphosphate, Vegetable Oil,  
Salt, Seasoning Flavor



Exp. Date :

Netto : ± 150 gr

**JAGALAH KEBERSIHAN !**

