

ANALISIS STRATEGI PERSAINGAN USAHA TERHADAP GERAI RITEL MADURA BERDASARKAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Icha Nur Hidayati, Wakhilah Dwi Khusnah

¹ Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto
e-mail: ichanurhidayati15@gmail.com

² Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto
e-mail: wakhilahdwikhusnah@staisam.ac.id

ABSTRACT

Madura Retail Outlet is a familiar and easily found store in the community. The store provides various necessities needed by the community. The uniqueness of Madura Retail Outlet lies in its 24-hour operating hours, even though its size is not too big. The purpose of this study is to determine and analyze the Competitive Strategy of Madura Retail Outlet in Gempol Village Based on the Islamic Economic Perspective. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The research location is Madura Retail Outlet, Gempol Village, Gempol District, Pasuruan Regency. There are 4 informants in this study. The results of the study show that the work ethic culture of the Madurese people is very excellent. This can be seen from the enthusiasm for working in building a business. Madura Retail Outlet is open 24 hours and the products provided are also very complete. In addition, the service provided is also very good. The sellers are very friendly, honest, and trustworthy. This is following with the principles of Islamic economics.

Keywords: *Madura Retail, Islamic Economics, Business Competition*

ABSTRAK

Gerai Ritel Madura merupakan salah satu gerai yang familiar dan mudah ditemukan di sekitar masyarakat. Gerai ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat. Keunikan Gerai Ritel Madura terletak pada jam operasionalnya yang buka selama 24 jam, meskipun ukurannya tidak terlalu besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Persaingan Usaha Gerai Ritel Madura Di Desa Gempol Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian di Gerai Ritel Madura Desa Gempol Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan. Informan dalam penelitian ini sebanyak 4 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya etos kerja masyarakat Madura sangat baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan semangat kerja dalam membangun usaha. Gerai ritel Madura buka 24 jam dan produk yang disediakan juga sangat lengkap. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga sangat baik. Penjual sangat ramah, jujur, dan amanah. Hal tersebut sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci : *Ritel Madura, Ekonomi Islam, Persaingan usaha*

PENDAHULUAN

Populasi Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia, menghadirkan peluang menarik bagi para pelaku bisnis ritel. Bisnis ritel, sebagai bagian penting dari rantai distribusi, memainkan peran krusial dalam menghubungkan produsen dengan konsumen dan memfasilitasi aktivitas pemasaran. Pada dasarnya, bisnis ritel melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi, bukan untuk tujuan bisnis (Utami & Christina, 2010).

Bisnis ritel di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh faktor-faktor seperti pertumbuhan usaha distribusi dan jasa, peluang pasar yang terbuka lebar, dan kebijakan pemerintah yang mendukung. Ritel modern menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen, sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern yang menginginkan kepraktisan, kemudahan, dan kecepatan (Widyarini, 2017).

Pemerintah mengatur bisnis ritel melalui Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2017 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Ritel Modern. (*Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 112 Tahun 2017 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, 2017*).

Salah satu Gerai Ritel yang banyak ditemukan di sekitar masyarakat adalah Gerai Ritel Madura. Gerai Ritel Madura ini pada umumnya menyediakan kebutuhan daerah yang berbeda-beda, bisa dikatakan apa yang dibutuhkan tersedia di sini. Yang luar biasa dari Gerai Ritel Madura adalah ukuran warung yang tidak terlalu besar namun buka 24 jam. Kehadiran Gerai Ritel Madura memberi semangat dan elemen terhadap perekonomian daerah setempat. Gerai Ritel Madura ini mampu bersaing di tengah maraknya pertokoan dan minimarket masa kini.

Kemunculan Gerai Ritel Madura bukanlah hal yang baru. Dengan berjalannya waktu, warung milik orang Madura kian meluas. Meski begitu, kehadirannya ternyata semakin terasa saat pandemi melanda. Di setiap gang lebar maupun sempit, banyak Gerai Ritel yang dikelola oleh perantau Madura. Gerai Ritel Madura terus berkembang, dengan menawarkan pulsa, paket internet, bahkan bahan bakar seperti bensin selain kebutuhan pokok.

Gerai Ritel Madura bisa dibilang menjadi kekhasan masyarakat di Gempol. Tampilannya agak berbeda dengan warung-warung lainnya, sehingga lebih mudah untuk dikenali. Ciri khas Gerai Ritel Madura adalah rokok dan beras yang tertata rapi di depan.

Ketersediaannya sepanjang waktu juga merupakan keuntungan tersendiri. Gerai Ritel Madura buka untuk melayani kebutuhan pelanggan ketika warung tradisional atau minimarket seperti Indomart dan Alfamart tutup. Kehadirannya di saat jalanan mulai sepi memang memberikan kehangatan bagi individu yang beraktivitas dari malam hingga pagi.

Etos kerja masyarakat Madura patut ditiru. Mayoritas masyarakat Madura percaya bahwa sudah menjadi tanggung jawab mereka untuk saling mendukung perekonomian lokal. Sebagai pendatang ke daerah-daerah di Indonesia, masyarakat Madura awalnya hanya terkenal dengan bisnis sate ayam Madura, kedai burjo, dan bisnis tata rambut. Berbeda dengan usaha lain, Gerai ritel Madura memang tidak mencantumkan nama daerah asalnya. Hal ini menyebabkan banyak orang kurang mengenal Gerai Ritel Madura (Wiryaatmadja, 2023).

Sudah ditemukan 7 Gerai Ritel Madura di Desa Gempol. Namun diantara 7 Gerai Ritel Madura tersebut yang diambil hanya 4 Gerai Ritel Madura saja. Diantaranya yaitu Gerai Ritel Camelia yang dimiliki oleh Ibu Camelia berada di Dusun Wonoayu RT.02 RW.06 Desa Gempol Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan. Gerai Ritel Madura Barokah Jaya dimiliki oleh bapak Rifki berlokasi Di Dusun Tanjung RT. 04 RW. 05 Desa Gempol Kabupaten Pasuruan. Gerai ritel Madura dengan Usaha Saudara Yang dimiliki oleh Bu Tasya Dusun Tanjung RT. 01 RW. 04 Gang 4. Dan yang terakhir Gerai Ritel Madura Barokah Jaya dimiliki oleh Bapak Dirman berlokasi Di Dusun Tanjung RT. 04 RW. 05 Desa Gempol.

Dari paparan diatas, peneliti ingin melakukan pengamatan secara mendalam melalui penelitian ini dengan judul "Analisis Strategi Persaingan Usaha Gerai Ritel Madura Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus di Gerai Ritel Madura Desa Gempol)

METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dalam metode ini, peneliti akan mendeskripsikan objek penelitian secara detail dengan mencatat dan menganalisis data yang diperoleh dari berbagai sumber (Wiratna, 2014). Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yaitu karena untuk mendeskripsikan Strategi Persaingan Usaha Terhadap Gerai Ritel Madura Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.

2. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah Gerai Ritel Madura di Desa Gempol. Jumlah Gerai Ritel Madura yang diteliti sebanyak 4. Gerai Ritel Madura Camelia milik Ibu Camelia, Gerai Ritel Madura Barokah milik bapak Rifqi, Gerai Ritel Barokah Jaya milik Bapak Dirman, Dan Gerai Ritel Madura Usaha Saudara milik Ibu Tasya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data adalah langkah penting dalam penelitian untuk mendapatkan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Nasution menyatakan bahwa observasi adalah fondasi ilmu pengetahuan. Observasi merupakan proses mengamati dan mencatat informasi untuk memahami suatu peristiwa atau kejadian secara objektif, dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Wiratna, 2014). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di Gerai Ritel Madura Desa Gempol untuk mengumpulkan data yang akurat. Peneliti mengamati secara langsung untuk mendapatkan sumber data yang valid.

2) Interview

Esterberg mendefinisikan wawancara sebagai interaksi dua orang untuk bertukar informasi melalui pertanyaan yang berkaitan dengan topik tertentu. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data, baik dalam studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan penelitian maupun untuk menggali informasi mendalam dari responden (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai pemilik Gerai Ritel Madura di Desa Gempol untuk memahami strategi pemasaran yang mereka terapkan dalam menghadapi persaingan usaha. Pedoman wawancara yang digunakan diadaptasi dari Vicka Mustika (Mustika, 2023).

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan, dan pimpinan Gerai Ritel Madura Desa Gempol. Mereka dipilih karena memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mendalam tentang strategi pemasaran yang diterapkan gerai dalam menghadapi persaingan usaha.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk melacak dan menganalisis data historis. Sifat data yang tidak dibatasi ruang dan waktu memungkinkan peneliti untuk mempelajari peristiwa dan fenomena masa lampau. Dokumentasi terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu dokumentasi resmi dan dokumentasi pribadi. (Burhan, 2001).

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dan mencatat informasi terkait kegiatan yang berkaitan dengan proyek “Analisis Strategi Persaingan Usaha Terhadap Gerai Ritel Madura Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Gerai Ritel Madura Desa Gempol)”

4) Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini merupakan proses mengolah, menyusun data wawancara dan catatan lapangan secara sistematis agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan metode induktif, yaitu cara menganalisis data dari data yang diperoleh di lapangan kemudian ditarik kesimpulan atau teori (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini, peneliti menganalisis data uraian yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan pemikiran induktif untuk menghasilkan informasi mengenai strategi pemasaran Gerai Ritel Madura Desa Gempol dalam menghadapi persaingan usaha (Sugiyono, 2017).

Interpretasi data dalam penelitian ini merupakan proses meneliti dan menganalisis data untuk menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan menggunakan berbagai metode analisis. Analisis data membantu peneliti dalam mengkategorikan, mengolah, dan meringkas data untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kritis. Adapun teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang meliputi:

- a) Reduksi data merupakan proses meringkas, memfokuskan, dan menyaring informasi penting dari data yang dikumpulkan. Hal ini dilakukan dengan memilih poin-poin utama, mencari tema dan pola yang muncul dalam data, serta merumuskan kesimpulan. Dengan mereduksi data, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas dan terarah tentang penelitiannya. Proses ini juga memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya dan menemukan informasi yang dibutuhkan dengan lebih mudah (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan reduksi data terhadap informasi yang diperoleh dari pemilik dan karyawan Gerai Ritel Madura Desa Gempol terkait strategi pemasaran yang mereka terapkan dalam menghadapi persaingan usaha.

- b) Penyajian data adalah proses mengorganisir dan mengkomunikasikan informasi yang telah dikumpulkan dari penelitian. Tujuannya adalah untuk menarik kesimpulan dan memberikan gambaran yang jelas tentang temuan penelitian kepada pembaca. Penyajian data biasanya dilakukan dengan menggunakan teks naratif, tabel, grafik, atau diagram (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan dari Pemilik usaha GeraiRitel Madura Desa Gempol terkait strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha.
- c) Kesimpulan adalah hasil akhir dari suatu penelitian yang menyajikan temuan baru dan belum pernah ada sebelumnya. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas, hubungan kasual atau interaktif antar variabel, atau hipotesis dan teori baru. Proses penarikan kesimpulan harus dilakukan secara berkelanjutan, mulai dari awal hingga akhir pengumpulan data. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penarikan kesimpulan secara berkelanjutan untuk mendapatkan data yang terstruktur dan mudah dipahami.

5) Keabsahan Data

Setelah data terkumpul, peneliti melakukan pemeriksaan kembali dengan menggunakan beberapa teknik yaitu:

a) Perpanjangan Keikutsertaan

Teknik ini berarti peneliti melakukan observasi lebih dari satu kali, dengan tujuan untuk memastikan validitas data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, perpanjangan keikutsertaan direncanakan selama 3 bulan.

b) Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dalam penelitian ini berarti melakukan observasi secara cermat dan berkelanjutan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur yang relevan dengan isu atau permasalahan yang diteliti. Peneliti kemudian memusatkan perhatiannya pada hal-hal tersebut secara detail. Proses observasi ini dilakukan selama 3 bulan, sesuai dengan durasi penelitian yang telah direncanakan (Moleong, 2004).

c) Triangulasi

Triangulasi dalam penelitian kualitatif menurut Patton adalah teknik untuk meningkatkan kepercayaan terhadap data yang diperoleh dengan cara membandingkan dan mengecek kembali informasi dari berbagai sumber, waktu, dan alat pengumpulan data yang berbeda (Moleong, 2004):

1) Membandingkan data observasi dengan data wawancara:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari pengamatan langsung dengan informasi yang diperoleh melalui wawancara untuk memastikan konsistensi dan melengkapi gambaran penelitian.

2) Membandingkan pernyataan publik dengan pernyataan pribadi.

Menganalisis perbedaan antara apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang mereka ungkapkan secara pribadi untuk memahami motivasi dan keyakinan yang mendasarinya.

3) Membandingkan persepsi dengan realitas

Mengkaji kesesuaian antara apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang diamati secara langsung untuk mengidentifikasi potensi bias atau kesalahpahaman.

4) Membandingkan perspektif yang berbeda

Menganalisis variasi sudut pandang dan pendapat dari berbagai kelompok masyarakat, seperti rakyat biasa, terpelajar, elit, dan pejabat pemerintah, untuk memahami kompleksitas isu yang diteliti.

5) Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan isi dokumen terkait, seperti laporan, arsip, atau catatan resmi, untuk memperkuat validitas dan kredibilitas temuan.

Penting untuk diingat bahwa tujuan utama membandingkan hasil penelitian bukanlah untuk menemukan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Fokus utama adalah untuk memahami alasan di balik perbedaan yang muncul. Dengan memahami alasan-alasan tersebut, kita dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang isu yang diteliti (Moleong, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Persaingan Usaha Gerai Ritel Madura Di Desa Gempol

Pandangan Islam tentang Mekanisme Pasar Menurut Nejatullah Siddiqi adalah Islam memandang mekanisme pasar memiliki kelebihan dan kekurangan. Pasar bukanlah sistem yang sempurna dan baku, sehingga intervensi dan regulasi diperlukan untuk memastikan pasar berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan kepentingan ekonomi umat. Islam menghargai peran pasar sebagai sarana alokasi dan distribusi sumber daya ekonomi. Namun, Islam menempatkan pasar pada posisi yang proporsional, berbeda dengan pandangan kapitalisme dan sosialisme ekstrem yang cenderung melebih-lebihkan peran pasar atau justru meniadakannya.

Strategi Bersaing merupakan kunci keunggulan kompetitif jangka panjang. Strategi bersaing merupakan sebuah rencana jangka panjang yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Dengan menyusun strategi bersaing yang efektif, perusahaan dapat mengembangkan, meningkatkan, dan memanfaatkan satu atau lebih keunggulan yang mereka miliki dibandingkan dengan kompetitor.

Keunggulan Kompetitif adalah membedakan diri dari kompetitor. Keunggulan kompetitif adalah ciri khas yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang membedakannya dari para pesaingnya dan membuatnya lebih menarik bagi target konsumen. Keunggulan ini dapat berupa struktur biaya yang lebih rendah, keahlian khusus dalam operasional bisnis.

Strategi bersaing merupakan kompas penting bagi perusahaan untuk mengarahkan operasionalnya secara efektif dan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki. Strategi ini bagaikan seni dalam mengelola persaingan, di mana perusahaan dituntut untuk cerdas dan adaptif dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang di pasar.

Adapun persaingan di Gerai Ritel Madura di Gempol adalah:

1) Menetapkan harga yang murah

Dapat dilihat Gerai Ritel Madura ini menampilkan barang-barang yang dijual dengan harga murah daripada toko lainnya sehingga konsumen mulai berdatangan untuk belanja. Ibu Camelia menyatakan bahwa Gerai Ritel Maduranya memberikan harga yang murah.

“Masalah harga, Gerai Ritel saya memberikan harga yang cukup murah dari pada gerai disekitar saya.”

Bapak Rifki juga berpendapat yang hampir sama dengan Ibu Camelia

“Kalau saya, membayangkan diri saya sendiri ketika saya membeli barang dengan harga murah maka saya akan mengulanginya lagi”

Sedangkan menurut Bapak Dirman menyatakan bahwa:

“Tidak perlu untung banyak yang penting lancar, karena rejeki sudah ada yang ngatur”

Dan pendapat Ibu Tasya tidak jauh berbeda dengan Ibu Camelia.

“Gerai Ritel Madura memang terkenal lebih murah dari gerai-gerai lainnya. Memang kalau murah itu jualan jadi rame.”

2) Barang yang lengkap

Kebutuhan rumah tangga yang utama adalah sembako atau bahan pokok yang di jual di Gerai Ritel Madura lengkap, ini membuat para konsumen tertarik berdatangan untuk membeli barang yang di inginkan.

Gerai Ritel Madura Bapak Rifqi mampu menyediakan produk yang lengkap.

“Produk saya kalau ada yang habis saya langsung membeli atau membelajakan langsung, makanya sampai saat ini Gerai Ritel saya tidak pernah sepi.”

Ibu Camelia berpendapat bahwa

“Kelengkapan produk itu penting karena Gerai Ritel Madura sudah terkenal dengan barang yang lengkap. Oleh karena itu saat ada barang yang habis kita langsung membelajakan”.

Pendapat Ibu Tasya sendiri tidak jauh beda dengan Ibu Camelia

“Gerai Ritel Madura terkenal kelengkapan barangnya. Bagaimana jika seorang itu sudah berharap barang yang di cari ada di gerai kita malah ternyata kosong? Tentu kecewa bukan. Maka dari itu saat ada barang yang habis sesegera mungkin kita membelajakan”.

Bapak diman juga berpendapat

“Jangan sampai kehabisan barang lebih dari satu hari, takutnya nanti malah membuat pelanggan kecewa dan tidak mau beli di gerai kita”. (Bapak Dirman).

Dari wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa Gerai Ritel Madura di Gempol selalu mengecek kelengkapan barangnya.

2. Strategi Persaingan Usaha Gerai Ritel Madura Di Desa Gempol Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.

Didalam menjalankan usaha jual beli harus menggunakan aturan dan prinsip ekonomi islam, termasuk dalam menghadapi pesaing. Ada beberapa cara yang dilakukan Gerai Ritel Madura di Desa Gempol untuk menarik perhatian pembeli. Berikut persaingan usaha yang disebutkan oleh pakar ekonomi islam kontemporer.

1) Persaingan usaha yang disesuaikan dengan syariat

Ketatnya persaingan di pasar mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam hal cara produksi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan nilai produk dan jasa yang ditawarkan, sekaligus menekan biaya produksi. Upaya ini pada akhirnya menghasilkan efisiensi ekonomi, yang memungkinkan bisnis untuk menjual produk dan jasa dengan harga yang wajar (Susanto et al., 2019).

Berdasarkan wawancara dengan penjual dan pembeli, terlihat bahwa persaingan usaha di Gerai Ritel Madura Gempol terbilang sehat. Hal ini tergambar dari suasana yang tenang dan kondusif di antara para penjual.

Menurut Bapak Dirman Persaingan yang disesuaikan dengan syariat adalah

“Persaingan yang di lakukann secara sehat, seperti gerai ritel Madura ini meskipun di setiap titik ada gerai ritel namun kita tidak pernah ada perselisihan”.

Ibu Camelia menjelaskan

“Rezeki tidak akan tertukar, jadi buat apa kita merebut rezeki orang lain”.

Sedangkan menurut Ibu Tasya

“Sama” mencari rezeki kenapa harus berebut jika sudah ada takarannya masing-masing”.

Menurut Bapak Rifki

“Sejauh ini usaha Gerai Ritel Madura di Desa Gempol tidak pernah ada perselisihan. Kami sesama penjual juga percaya bahwa usaha yang kami lakukan untuk memajukan Gerai Ritel Madura tidak akan memberikan dampak buruk. Kami yakin setiap orang memiliki rezeki sendiri-sendiri.”

Dapat dilihat Gerai Ritel Madura ini jika ditarik dengan konsep Ekonomi Islam dan perdagangan bahwa sudah menerapkan konsep tersebut dimana tidak mengambil keuntungan yang banyak atau riba memenuhi kebutuhan masyarakat. Akan tetapi persaingan usaha ritel ini tiap harinya meningkat dimana Gerai Ritel Madura sebagai pendatang baru menghadapi dominasi usaha ritel yang skalanya sangat besar.

Para pengusaha Gerai Ritel Madura mengandalkan strategi pemasaran yang berfokus pada kualitas dan daya tarik produk mereka. Mereka menekankan penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cita rasa asli dalam makanan dan minuman mereka. Selain itu, Gerai Ritel Madura menawarkan harga yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan warung lain, sehingga menarik minat konsumen untuk berbelanja di sana. Kombinasi produk berkualitas dengan harga terjangkau ini menjadi kunci bagi Gerai Ritel Madura untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing mereka di tengah ketatnya persaingan pasar (Zed et al., 2024).

Dalam hal Ekonomi Islam terutama berdagang dan berusaha maka perlu dilakukan hal-hal yang sesuai syariat Islam yaitu :

a) Kejujuran

Kepercayaan merupakan komponen fundamental dalam setiap hubungan, dan kejujuran adalah landasan utama dalam membangunnya. Kejujuran, meskipun menjadi sifat yang paling sulit dipraktikkan, memegang peranan krusial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis, keluarga, dan di mana pun terdapat kompetisi antar pihak. Dalam dunia bisnis, perusahaan bergantung pada kinerja para pekerjanya, bank mengandalkan kejujuran peminjamnya, pelanggan mempercayakan kebutuhannya kepada

penyalur, dan setiap pihak saling terkait dan bergantung satu sama lain. Rantai ketergantungan ini akan terus berlanjut dan semakin memperkuat pentingnya membangun kepercayaan dalam setiap interaksi (Latif, 2017).

Bapak Dirman menyatakan bahwa kejujuran sangatlah penting dalam usaha.

“Saya saat berjualan selalu menjelaskan baik buruknya produk, karena kejujuran itu penting dan jika kita tidak jujur maka pembeli akan kapok.”

Bapak Rifqi juga menjelaskan

“Ya namanya jualan itu harus jujur, kalau tidak jujur kelak pasti dapat karmanya”.

Menurut Ibu Camelia

“Jujur itu penting, jadi penjual dan pembeli juga harus jujur”.

Sedangkan menurut Ibu Tasya adalah

“Jujur itu penting, makanya saya selalu jujur. Agar pembeli selalu kembali ke toko kita untuk beli barang tersebut”.

Pernyataan tersebut selaras dengan prinsip Realistis menurut Ekonomi Islam. Yang dijelaskan dalam

Q.S Asyu'ara ayat 181 dengan bunyi :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾

Artinya:

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan.”

b) Bersikap baik

Dalam pergaulan, kaum muslimin diharuskan untuk berperilaku baik hati dan dermawan, jika mereka tidak dapat melakukannya, mereka diharuskan untuk memperlakukan mereka dengan kata-kata sopan dan baik hati. Penurunan hati jelas merupakan bagian dari hubungannya dengan

dermawan. Setelah mendapatkan kasetian pelanggan, kadang-kadang ada kemungkinan untuk menggunakannya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Dari pengalaman nabi sendiri, dia selalu menghindari pembohongan dan pemanfaatan pelanggan. Dia juga mementingkan peningkatan hubungan jangka panjang dengan pelanggan daripada mengejar keuntungan. untuk meningkatkan keahliannya (Gunara & Sudiby, 2008)

Berdasarkan hasil kutipan wawancara dengan Bapak Rifqi

“Jualan itu ya harus ramah sama pelanggan, kalau tidak ramah jangan berharap toko rame”.

Bapak Dirman juga bicara tidak jauh dari pendapat Bapak Rifqi

“Kalo gak bisa jadi orang ramah ya jangan jualan, sayang modalnya gede tapi tidak laku karena kelakuan pedagang”.

Sedangkan Ibu Camelia memiliki pendapat

“Jadi pedagang bersikap baik itu harus, tapi jadi pelanggan yang bersikap baik itu sangat bagus”.

Ibu Tasya juga berkomentar hampir sama

“kalau tidak mau toko sepi ya harus bisa jadi penjual yang memiliki sikap baik dan ramah pada pelanggan”.

Peneliti menemukan bahwa sikap penjual kepada pembeli sangat ramah. Hal ini selaras dengan prinsip Etis dalam Ekonomi Islam. Adapun Ayat yang mendukung hal tersebut adalah Surah Ali Imran ayat 159. Allah SWT berfirman:

فَمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لئن لم يهتدوا لفلان لفلان لفلان لفلان
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :

“Maka disebabkan rahmat dari rabb-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Jika kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah

mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Oleh karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan tersebut. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadaNya."

c) Mengutamakan kualitas

Al Qur'an menekankan produk jadi dan menggunakan sistem manufaktur yang signifikan. Produksi yang memenuhi kebutuhan masyarakat, bukan kemewahan yang tidak memenuhi kebutuhan masyarakat. Keimanan kepada Allah SWT, pencipta alam, adalah dasar ekonomi Islam, yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran produksi alam untuk kepentingan duniawi.

Berdasarkan hasil kutipan wawancara dengan Bapak Rifqi

"Saya selalu mengutamakan kualitas, oleh karena itu saya berani menjual barang dengan harga lebih murah di banding gerai lain agar barang cepat habis dan tidak sampai kadaluarsa."

Tidak beda jauh dengan Ibu Camelia beliau mengatakan

"Kualitas itu memang paling utama karena jika sekali saja kualitas barang kita rusak, maka kita akan di cela selamanya".

Sedangkan menurut Ibu Tasya

"Paling utamanya bisnis adalah kualitas barang, jika kita tidak bisa menjaga kualitas barang maka kita akan kalah dengan gerai lain".

Bapak Dirman sendiri juga menjelaskan

"Jangan lupa setiap minggu kita mengecek barang, sudah dekat exp atau belum. Jangan sampai kelolosan dekat exp itu kejual karena kalau kejual akan berakibat fatal untuk gerai kita".

Peneliti menemukan bahwa penjual selalu menjaga kualitas produk. Hal ini selaras dengan prinsip Nubuwwah dalam Ekonomi Islam. Dalam jual beli Nabi selalu menjual produk yang berkualitas baik beliau tidak pernah

menjual produk cacat. Jika di temukan produk cacat, Beliau tidak akan menyembunyikannya. Secara terang-terangan, Beliau menyampaikan kelebihan dan kekurangan produknya. Dan dijelaskan pada Q.S Al-Ahzab :21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۝

Artinya :

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Bisnis ritel di Indonesia tumbuh pesat berkat perkembangan distribusi, jasa, peluang pasar, dan upaya pemerintah dalam mendorong pertumbuhan melalui regulasi pro-bisnis. Gerai Ritel Madura menyajikan retail yang memiliki perbedaan unggul daripada kompetitornya diantaranya yaitu

- a) Lokasi Gerai Ritel Madura di Gempol cukup strategis sehingga penjual tidak perlu melakukan promosi. Penjual hanya perlu membuka gerai 24 jam dan menyediakan kebutuhan masyarakat. Disamping itu, budaya etos kerja Madura dapat dilihat dari jam operasional hingga 24 jam dan manajemen kelengkapan produk yang baik agar pembeli tidak kecewa.
- b) Persaingan usaha yang dilalukan Gerai Ritel Madura sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Hal ini dapat dilihat dari penjual yang jujur, ramah, dan amanah.

2. Saran

Semakin banyaknya Gerai Ritel Madura yang bermunculan maka kompetisi untuk mencari pelanggan semakin sengit. Selain itu, Gerai Ritel Madura harus mengubah strategi ketika banyak pesaing bermunculan karena hal tersebut bisa mempengaruhi

keputusan pelanggan untuk pindah ke ritel lainnya. Gerai ritel besar yang menjadi kompetitor Gerai Ritel Madura akan menyajikan produk yang berkualitas dan menjadi kompetitor yang unggul maka di butuhkan strategi dan inovasi dalam berbisnis.

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menggukan perspektif lainnya atau dapat meneliti selain di Gerai Ritel Madura.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Airlangga University Press.
- Gunara, T., & Sudiby, H. (2008). *Marketing Muhammad SAW*. Madani Prima.
- Latif, A. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economics Journal*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v3i2.2717>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustika, V. (2023). *Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Toko Dani Snack Dipasar Tradisional Gambirano, Bangsalsari Jember*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. (2007, Desember).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, I., Meilia, M., & Anisa, D. (2019). PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DI INDONESIA MENURUT HUKUM EKONOMI ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(2), 80. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i2.6593>
- Utami, & Christina, W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Salemba Empat.
- Widyarini. (2017). Evaluasi Pemasaran pada Minimarket Syari'ah (Tinjauan Perspektif Hukum Islam pada Minimarket Syar'e Mart). *Jurnal Az Zarka*, 9(2).
- Wiratna, S. (2014). *Metodologi penelitian*. Pustaka Baru Press.

- Wiryaatmadja, A. S. P. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Warung Di Kelurahan Cempaka Putih Tangerang Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zed, E. Z., Novianti, A., Naomi, G., Michael, J., & Nuraulia, R. (2024). Tata Kelola dan Pertumbuhan Bisnis: Pendampingan Manajerial untuk Meningkatkan Usaha UMKM Warung Madura. *NGABDI: Scientific Journal of Community Services*, 2(3).