

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Lokasi dan Sejarah Singkat toko Mitra Jaya Amuntai

Mitra Jaya Amuntai merupakan sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang penjualan retail dan grosir kosmetik, perlengkapan bayi, perlengkapan dan kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain yang berada di kota amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan. Lebih tepatnya berada di Jl. Abdul Azis, Karias Hulu Pasar No.53 seberang ponsel sailendra Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara . Menurut hasil dari wawancara dari pemilik Toko Mitra Jaya Amuntai Winda Oktoviani, Mitra Jaya Amuntai ini pertama kali berdiri pada tahun 1998, dimulai dari toko di pasar induk Amuntai dan akhirnya pada tahun 2014 hingga 2018 dapat membuka beberapa cabang di Kota Amuntai.

2. Visi dan Misi Toko Mitra Jaya Amuntai

a. VISI

“Menjadi toko penjualan retail dan grosir yang unggul dengan kualitas yang sangat baik”.

Sumber : Owner Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

b. MISI

- 1) Menyediakan berbagai macam produk dengan penjualan retail dan grosir yang memiliki kualitas unggul .

- 2) Senantiasa berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar.
- 3) Memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan.
- 4) Meningkatkan kualitas dan mutu produk sehingga bisa bersaing baik di dalam kota Amuntai maupun di luar kota Amuntai.
- 5) Mempunyai komitmen penuh dalam memuaskan pelanggan dan pihak-pihak yang terkait dengan tetap memperhatikan kinerja perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang.

Sumber : Owner Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

3. Keadaan Toko Mitra Jaya

Toko Mitra Jaya sudah memiliki 1 toko utama, 2 cabang dan 1 gudang utama di kota Amuntai yaitu :

- a. Mitra Jaya pusat pasar Amuntai berada di Jl. Abdul Azis, Karias Hulu Pasar No.53 seberang ponsel sailendra Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan.
- b. Mitra Jaya cabang Palampita Jl. Lambung Mangkurat, Palampitan Hulu RT.06 seberang toko H.Aceng Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara.
- c. Mitra Sejati Cabang berada di Jl. Lambung Mangkurat RT.06 No.10 Palampitan Hulu Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara.
- d. Mitra Jaya Gudang 2 Alamat berada di Jl, Suwandi Sumarta Kebun Sari RT. 10 No.09 Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara,

4. Omset penjualan Toko Mitra Jaya

Adapun omset penjualan dari toko Mitra Jaya dari tahun ke tahun sebagai berikut:

Tabel 4.1

Omset Penjualan tahunan Toko Mitra Jaya Amuntai

Tahun	Pendapatan (Rp)
2016	4.189.102.000
2017	4.568.382.000
2018	4.828.667.100
2019	5.247.112.900
2020	3.304.916.690
2021	4.201.782.629

Sumber : Owner Toko Mitra Jaya(2022)

Tabel 4.2

Omset Penjualan bulanan Toko Mitra Jaya Amuntai

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	411.546.000	332.457.000	441.434.000	479.412.000	400.249.000	256.869.300
Februari	316.578.000	285.642.000	445.532.800	466.294.000	398.539.000	279.329.429
Maret	313.047.000	291.574.000	383.421.400	461.920.000	305.539.000	312.596.800
April	424.576.000	377.432.000	429.953.000	446.429.000	253.495.000	330.546.000
Mei	321.282.000	406.950.000	354.535.900	459.420.000	242.594.040	317.923.500
Juni	328.491.000	354.825.000	371.583.000	430.593.000	237.796.000	345.538.000
Juli	295.819.000	428.730.000	354.902.000	449.420.000	240.687.000	359.180.000

Agustus	310.475.000	455.090.000	387.545.000	421.420.900	264.594.000	351.438.000
September	332.600.000	379.100.000	392.120.000	396.759.000	284.595.650	386.002.600
Oktober	298.750.000	357.432.000	366.890.000	387.452.000	206.796.000	398.492.000
November	386.438.000	416.500.000	422.312.000	402.500.000	228.549.000	420.428.000
Desember	449.500.000	482.650.000	478.438.000	445.493.000	241.483.000	443.439.000

Sumber : Owner Toko Mitra Jaya(2022)

B. Hasil Penelitian

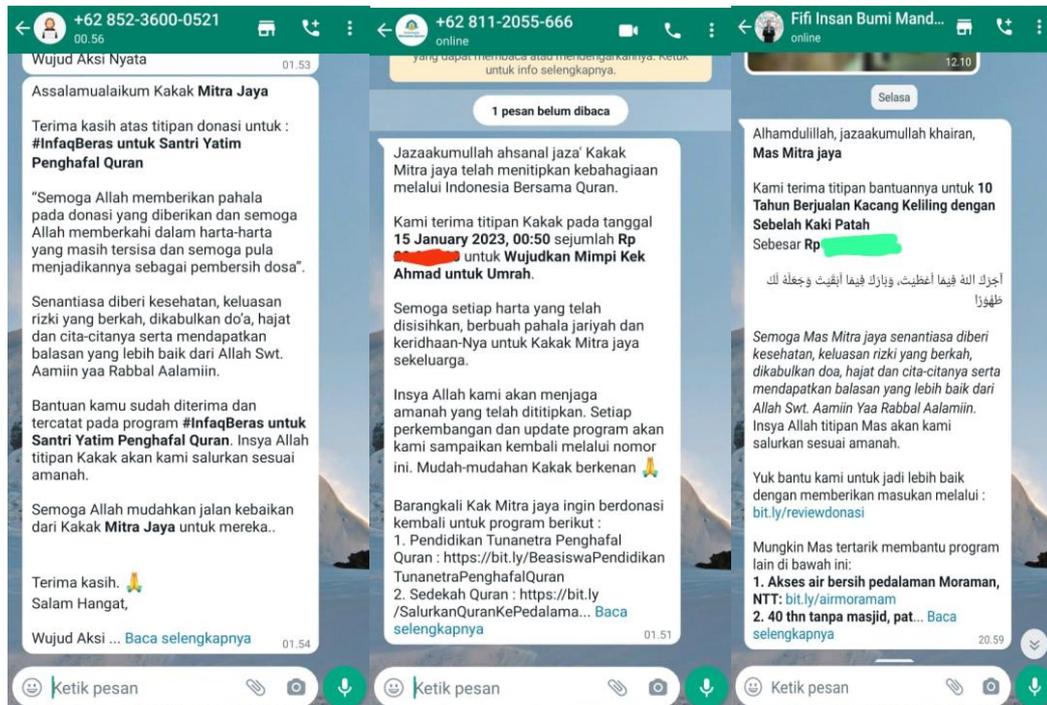
1. Strategi Pemasaran yang Ditetapkan toko Mitra Jaya Amuntai

Toko Mitra Jaya merupakan sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang penjualan retail dan grosir kosmetik, perlengkapan bayi, perlengkapan dan kebutuhan rumah tangga, snack makanan ringan, alat tulis kantor dan lain-lain yang menjual semua produk dengan terjamin kehalalannya baik dari makanan ringan sampai pada kebutuhan pokok.

Hal ini diungkapkan oleh Ibu Winda selaku pemilik toko Mitra Jaya sebagai berikut :

“Yang membedakan toko Mitra Jaya dengan toko lainnya adalah toko Mitra Jaya ini hanya menjual produk-produk yang berlabel halal saja, tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Dalam segi keuntungan, hasil dari penjualan toko ini bukan cuma dinikmati oleh pemilik toko saja, tapi juga disalurkan atau akan disumbangkan kepada yang membutuhkan seperti kaum dhuafa, panti asuhan, dan anak yatim.”

Gambar 4.1
Penyaluran dana ke instansi sumbangan dari
Toko Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Gambar 4.2
Produk kosmetik halal yang dipajang pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Gambar 4.3
Produk kebutuhan bayi halal yang dipajang pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Gambar 4.4
Produk makanan ringan halal yang dipajang pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Toko Mitra Jaya Amuntai merupakan salah satu usaha yang cukup berkembang dengan sangat cepat sehingga pada saat ini toko Mitra Jaya Amuntai memiliki beberapa cabang di wilayah Kota Amuntai, untuk itu pastinya toko Mitra Jaya tidak lepas dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan khususnya pada strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan analisis pengambilan keputusan tentang bauran pemasaran yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen dan untuk mencapai tujuan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan toko Mitra Jaya Amuntai diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko Mitra Jaya Amuntai saat ini adalah dengan melakukan promosi terhadap karyawan sendiri dan meminta karyawannya mempromosikan toko Mitra Jaya kepada masyarakat. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran pada toko Mitra Jaya Amuntai dapat dilihat dari beberapa wawancara berikut.

a. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dan manfaat serta kepuasan dalam bentuk barang dan jasa (Kasmir dan Jakfar, 2003 hlm. 78). Hal pertama yang harus dilakukan suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, kehalalan dan lain-lain. Untuk mengetahui strategi produk pada toko Mitra

Jaya Amuntai dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini. Ibu Winda selaku pemilik toko Mitra Jaya Amuntai pada menyatakan bahwa :

“Produk yang kami tawarkan pada pembeli sama halnya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh toko lain baik dari kebutuhan pokok sampai barang-barang perlengkapan rumah tangga, perlengkapan dan makanan bayi, snack ringan, alat tulis kantor dan lain-lain. Tetapi yang membedakan toko Mitra Jaya dengan toko lain adalah label halal, dimana kami menjual semua produk yang halal dan kami tidak menjual jenis rokok sedangkan gerai lain masih banyak yang menjual produk dengan tidak memandang kehalalannya. Karena kami memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang kami buat untuk menciptakan tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat islam”.

Beliau juga menambahkan bahwa :

“Produk yang di tawarkan di toko Mitra Jaya tidak memiliki perbedaan harga dengan toko lainnya, begitupun kualitas produk sesuai dengan harga dan produk yang kami tawarkan kepada pembeli. Toko Mitra Jaya juga memberikan peluang kerja kepada masyarakat yang memiliki usaha rumahan seperti para ibu rumah tangga yang membuat makanan ringan, kami membantu mereka memasarkan produk di toko Mitra Jaya dengan produk yang mereka jual tersebut memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa produk yang dipasarkan pada toko Mitra Jaya Amuntai sama saja dengan yang dijual pada minimarket lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan toko Mitra Jaya Amuntai dari strategi produk yaitu dengan cara hanya menjual produk yang terjamin kehalalannya. Mitra Jaya tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Tentang produk rokok itu sendiri

dijelaskan oleh MUI produknya tidak haram tetapi hanya tidak mengeluarkan sertifikasi halal nya saja, Sedangkan untuk alat kontrasepsi juga tidak di haramkan untuk menjual tetapi hanya tidak di perbolehkan menjual sembarangan seperti ke pasangan yang belum menikah. Maka hal tersebut dilakukan karena Mitra Jaya Amuntai memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang dijalankan untuk menciptakan tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat islam. Toko Mitra Jaya Amuntai juga memberikan peluang kerja pada usaha rumahan yang produknya memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga.

b. Strategi Harga

Menjalankan bisnis jual beli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ketangan konsumen. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain: biaya, keuntungan, praktek saingan, dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan, mark-up mark-down, dan sebagainya yang berhubungan dengan harga. Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi (Nurcholifah, 2014, hlm.79). Untuk mengetahui strategi harga pada toko

Mitra Jaya dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini. Ibu Winda selaku pemilik toko menyatakan bahwa :

“toko Mitra Jaya Amuntai dalam menetapkan harga kita secara fleksibel, kita berusaha untuk menetapkan harga yang relatif murah. Pertama, kita harus cek di setiap kompetitor itu ada beberapa produk yang memang untuk produk kebutuhan setiap hari seperti sembako itu kita cek ke kompetitor kalau bisa kita dibawah atau paling tidak sama antara dikompetitor. Sehingga untuk marginnya fleksibel tidak ditetapkan sekian persen kami hanya menyesuaikan dengan barang yang kita dapat, harga modalnya berapa, penjualan dari kompetitor sama gerai lainnya berapa.”

Amrullah selaku karyawan toko Mitra Jaya Amuntai juga menambahkan bahwa :

“Penetapan harga produk pada toko Mitra Jaya Amuntai disesuaikan dengan harga sales produknya masing-masing. Alhamdulillah, harga yang kami tawarkan sudah mengikuti harga pasaran. Walaupun kadang-kadang ada masyarakat yang mengatakan bahwa harga di tempat kami lebih murah, tetapi ada juga yang mengatakan lebih mahal”.

Yang membedakan toko Mitra Jaya dengan toko lain dimana kalau toko Mitra Jaya memang menawarkan produk dengan harga murah dan juga ada diskon setiap akhir bulan. Toko Mitra Jaya juga mendapatkan diskon dari produk-produk yang memang ada diskonnya. Dimana setiap akhir bulan toko Mitra Jaya menyediakan diskon pada beberapa produk dan mendapatkan bonus-bonus berupa produk. Strategi harga yang diterapkan pada Mitra Jaya Amuntai yaitu dengan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik.

Gambar 4.5
Contoh diskon yang ada pada Toko Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

c. Strategi Tempat

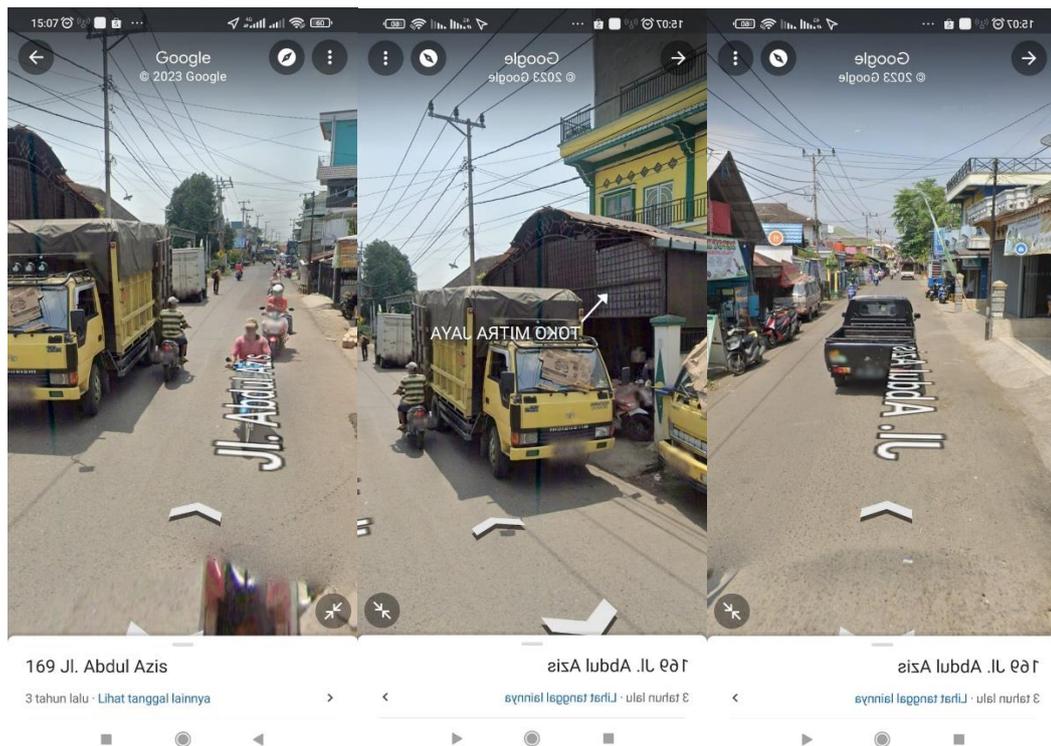
Strategi tempat merupakan salah satu keputusan yang paling penting yang dibuat oleh perusahaan dimana mereka akan menempatkan kegiatan operasional mereka, maka keputusan yang harus diambil selanjutnya oleh manager operasional. Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, yaitu produk ditempatkan di semua cabang toko Mitra Jaya Amuntai. perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing mix* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran (Rokhman, 2016, hlm. 101). Untuk mengetahui

strategi tempat pada toko Mitra Jaya Amuntai dapat dilihat dari hasil wawancara Ibu Winda selaku pemilik toko Mitra Jaya Amuntai menyatakan bahwa :

“Dalam kegiatan memilih lokasi untuk toko kami ini, kami memilih lokasi dimana dekat dengan pasar induk Amuntai, Sehingga mudah diketahui oleh banyak masyarakat yang berlalu lalang dan terdapat banyak pelancung dari luar daerah Amuntai yang membawa mobil angkutan mereka sendiri untuk membeli barang-barang yang akan dijual mereka di kota mereka.”

Gambar 4.6

Lokasi Toko Mitra Jaya Amuntai Pusat terletak berdekatan dengan pasar induk Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Nana selaku karyawan pada toko Mitra Jaya Amuntai menyatakan bahwa :

“Toko Mitra Jaya Amuntai pusat letaknya strategis karena berada di dekat pasar induk kota Amuntai. Sedangkan untuk toko-toko cabang terdapat di depan jalan raya. tempatnya cukup strategis dan mudah dijangkau. Untuk kualitas pelayanan selalu kami utamakan kepada pembeli dengan sangat baik, tempatnya nyaman, bersih dan juga rapi.”

Sejauh ini toko Mitra Jaya ini memiliki tempat atau lokasi yang cukup strategis yang mudah dijangkau oleh masyarakat, Letak tempat toko Mitra Sejati yang berdekatan dengan pasar memudahkan orang lain mengetahui tempat tersebut sehingga beberapa pelancong yang dari luar daerah Amuntai juga dapat mengetahui tempat ini.

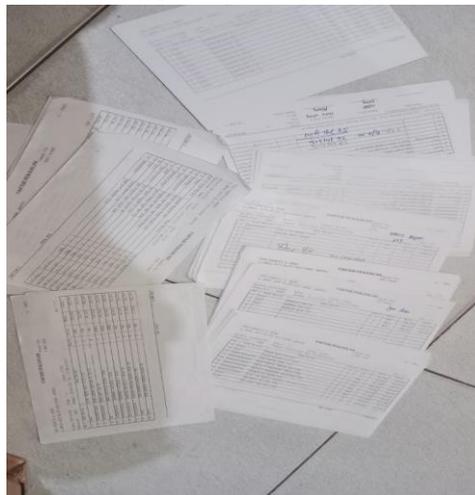
d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan suatu usaha dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan penjualan. Dalam marketing, efektifitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau lebih dikenal keberadaannya. Ketika “*brand image*” sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah (Al Arif, 2012, hlm. 14). Untuk mengetahui strategi promosi pada toko Mitra Jaya dapat dilihat dari hasil wawancara ibu Winda selaku pemilik toko Mitra Jaya Amuntai ini menyatakan bahwa :

“kami juga terkadang melakukan kegiatan promosi kepada pihak-pihak ekstansi pemerintah, perkantoran, dan mesjid di kota Amuntai contohnya di bank, kantor desa, koperasi di kantor pemerintah dan lain sebagainya, biasanya mereka memesan seperti peralatan kebersihan seperti pembersih lantai, sabun tangan dan lain-lain, ada juga yang beberapa kantor yang memesan alat tulis kantor seperti

kertas HVS, polpen dan lain-lain. Terkhusus mesjid biasanya kami memberikan beberapa diskon atau bonus dalam pembelian kebutuhan mereka. Pasar sasaran dalam pemasaran toko ini adalah pastinya masyarakat sekitar dan para umat muslim. Dalam kegiatan promosi kami mempromosikan lewat media sosial kepada para konsumen. Untuk konsumen yang menjadi pembeli di toko Mitra Jaya Amuntai ini dominan konsumen yang berada di kota Amuntai dan sekitarnya dan beberapa dari luar kota Amuntai.”

Gambar 4.7
Beberapa nota yang didiskon kan pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Cahyanti selaku karyawan pada toko Mitra Jaya Amuntai ini menyatakan bahwa :

“Meski saya sebagai kasir pada toko Mitra Jaya, saya juga sering mengajak konsumen yang berbelanja untuk menjadi pelanggan setia di toko Mitra Jaya Amuntai ini. Sejauh ini yang strategi promosi yang dilakukan toko Mitra Jaya yaitu promosi melalui sosial media Whatsapp.

Gambar 4.8
Promosi melalui media social *Whatsapp* pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

Strategi promosi yang diterapkan pada toko Mitra Jaya Amuntai yaitu toko Mitra Jaya lebih menekankan promosi kepada pelanggan setia. Untuk strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan memberikan diskon pada akhir bulan, toko Mitra Jaya mempromosikannya lewat media sosial kepada konsumen, dan memberikan diskon atau bonus terkhusus kepada pembeli untuk kebutuhan mesjid.

2. Strategi Pemasaran yang Ditetapkan toko Mitra Jaya Amuntai analisis perspektif Syariah.

Proses-proses manajemen, termasuk manajemen perspektif ekonomi Islam pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan.

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Adapun strategi pemasaran tersebut meliputi: *product, place, promotion, price*.

Adapun pemasaran dengan konsep strategi yang diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis yaitu:

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Mitra Jaya Amuntai merupakan sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang penjualan retail dan grosir kosmetik, perlengkapan bayi, perlengkapan dan kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain. Untuk harga produk dari Toko Mitra Jaya disesuaikan dengan pasar target dan tidak mengambil keuntungan secara besar-besaran yaitu keuntungan antara 10-15% dari harga jual toko. Sekalipun tidak menentukan harga secara besaran nominal keuntungan yang wajar dalam perdagangan, namun dengan

tegas Al-Quran berpesan, agar pengambilan keuntungan dilakukan secara fair, saling ridha dan menguntungkan.

Firman Allah dalam al-Qur'an Surah. An-nisa ayat 29

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Dari segi produk, pihak Toko Mitra Jaya berusaha mengikuti cara dan sifat Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis yaitu:

a. Shiddiq (Jujur atau Benar)

Sifat jujur ini sangatlah dibutuhkan karena produk yang akan dipasarkan itu harus berdasarkan kejujuran, produk itu harus benar-benar bahan baru, bersifat halal untuk digunakan. Produk dengan kualitas yang baik Toko Mitra Jaya selalu menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat yang lebih banyak varian pilihan produk dari toko lainnya namun tetap memberikan jaminan kualitas yang terjamin serta menguntungkan bagi konsumen.

Terkait dengan produk, khususnya penerapan kejujuran pada Toko Mitra Jaya, dapat digambarkan sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dari beberapa informan yaitu menuturkan bahwa:

Dalam meningkatkan penjualan kita selalu mengacu pada panutan terbaik yakni Nabi Muhammad saw. yang dikenal sebagai pedagang yang sangat jujur. Oleh karena itu toko ini menggunakan segmentasi dan targetting yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad

saw bauran pemasaran yang di dalamnya meliputi produk dengan bahan baru dan berkualitas.

Gambar 4.9
Produk baru berkualitas yang ada pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Produk haruslah benar-benar dapat dipercaya aman untuk digunakan oleh konsumen apalagi jika produk yang dijual oleh Toko Mitra Jaya ini adalah produk makanan yang tentu harus dijaga keamanannya. Hal ini sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dari beberapa informan, di antaranya Munawarah yang menuturkan bahwa produk Toko Mitra Jaya telah menerima sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Gambar 4.10
Beberapa produk berlabel halal pada Toko
Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

c. Fathanah (Cerdas)

Cerdas dalam artian bahwa produk tersebut banyak kreatifitas dan inovasi yang bisa membuat berbeda dari toko lainnya namun tetap mempertahankan kualitas. Sehubungan dengan produk khususnya dalam hal inovasi dapat dideskripsikan berdasarkan hasil observasi yang menunjukkan bahwa toko Mitra Jaya tidak pernah berhenti berinovasi, ini terbukti dari banyaknya produk yang dijual oleh toko mitra jaya berbagai macam varian dari perlengkapan rumah tangga hingga kosmetik dan selalu melengkapi semua kebutuhan konsumen agar senantiasa konsumen akan tetap berlangganan di toko Mitra Jaya Amuntai ini. .

d. Tabligh (Komunikatif)

Produk yang ditawarkan oleh toko Mitra Jaya Amuntai dapat menunjukkan bahwa melalui produk dapat menarik perhatian konsumen dan pihaknya siap bertanggung jawab atas kualitas produknya. Sebagaimana hasil wawancara dari salah satu admin sosmed

“Alhamdulillah sangat kurang dan jarang ada konsumen yang complain terhadap produk kami, kebanyakan mengapresiasi dan berekspresi senang dan puas setiap membeli di Toko Mitra Jaya juga rata-rata pembeli menjadikan produk kami sebagai hadiah untuk teman dan keluarga. Kalau pun ada complain maka kami dengan sigap, aktif dan segera bertanggung jawab”.

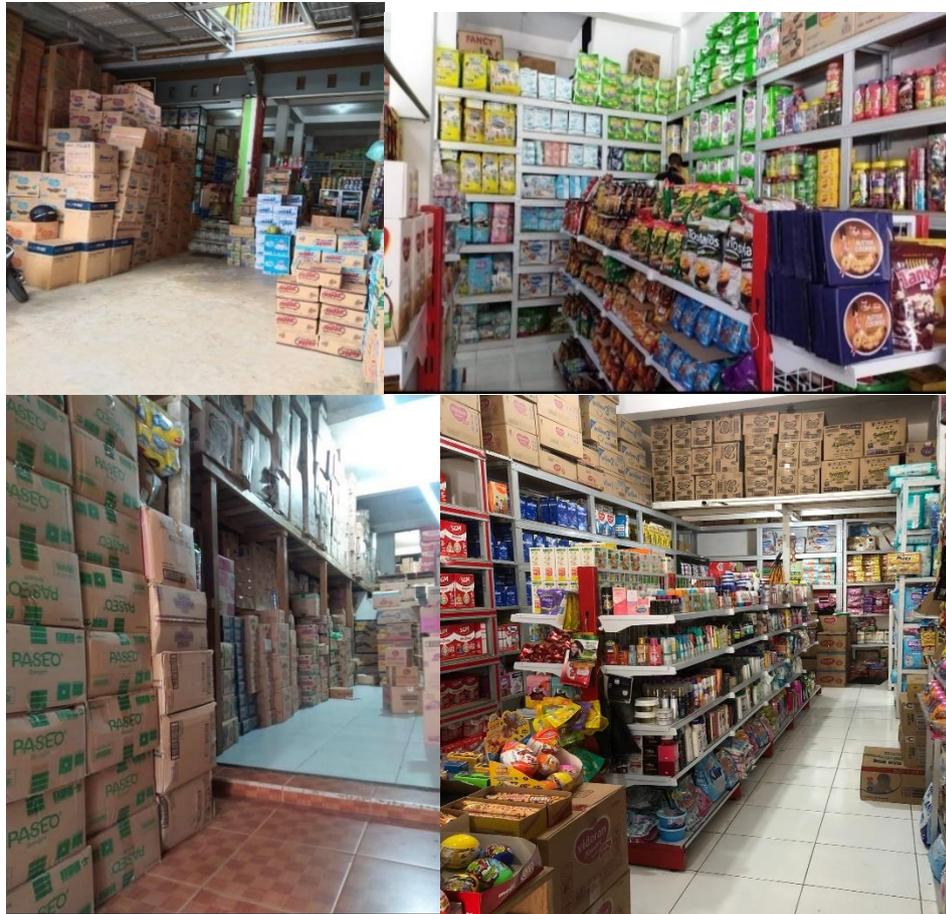
2. *Place*(Saluran Distribusi)

Place atau saluran distribusi merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung, terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Berdasarkan sifat dan cara dari Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis yaitu:

a. Shiddiq (Jujur/Benar)

Pemilihan lokasi toko Mitra Jaya Amuntai adalah dalam saluran distribusi yang sangat strategis hingga mudah diakses baik bagi pembeli karena berada di tengah kota Amuntai dengan keadaan toko yang bersih, luas, sejuk hingga pembeli dan pendatang merasakan suasana yang begitu nyaman.

Gambar 4.11
Keadaan Toko Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Toko Mitra Jaya Amuntai merupakan salah satu toko grosir dan retail yang menyediakan tempat yang nyaman dan dapat dipercaya keamanannya. Pelayanan yang prima ini juga diutamakan sesuai konsep 7S, yaitu: Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun, Siap dan Siaga. Ini terbukti ketika penulis melakukan observasi, di mana jika ada pengunjung yang datang ke toko Mitra Jaya maka saat masuk telah berdiri seorang karyawan dengan sigap untuk memberikan pelayanan dengan cara

memberi salam sambil tersenyum kemudian disambut dengan ramah dan dipersilahkan masuk dengan sopan santun.

Gambar 4.12
Penerapan salam dan keramahan pada Toko
Mitra Jaya Amuntai

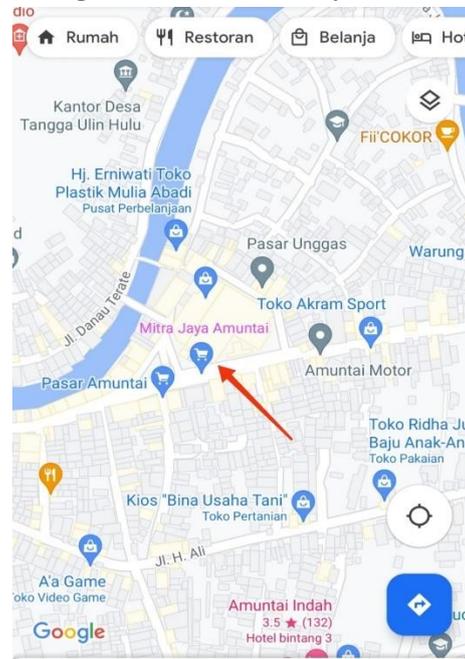


Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

c. Fathanah (Cerdas)

Cerdas dalam artian di tempat (place) ialah dimana pemilik atau owner Toko Mitra Jaya sangat cerdas memilih tempat selain strategis dan mudah diakses juga area parkirnya ada dan tertata rapi. Di sekitar toko juga terdapat pasar induk yang setiap harinya banyak masyarakat yang kesana untuk berbelanja, ada juga kantor atau ekstansi, dan bahkan pemukiman penduduk yang merupakan salah satu target pasar yang sangat besar dan bisa dimaksimalkan untuk memperoleh keuntungan.

Gambar 4.13
Letak posisi di google map dekat dengan pasar Induk Amuntai
dengan Toko Mitra Jaya Amuntai



Terbaru di Hulu Ps.

Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

d. Tabligh (Komunikatif)

Dalam mencari tempat (*place*) pemilik atau owner Toko Mitra Jaya Amuntai bersikap komunikatif sehingga bisa mendapatkan tempat yang strategis. Bahkan dari segi Sumber Daya Manusia (SDM) pihak pemilik betul-betul teliti dalam merekrut karyawan. Pemilik toko Mitra Jaya Amuntai senantiasa mengadakan tahap training terlebih dahulu dalam jangka waktu satu bulan sebelum menjadi karyawan tetap di toko Mitra Jaya dengan syarat utama beragama Islam dan tidak merokok di tempat kerja.

3. Promotion (promosi)

Pemasaran perlu lebih dari sekadar pengembangan produk, penetapan harga dan membuat produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh konsumen. Pemberian informasi mengenai produk yang ditawarkan tersebut melalui kegiatan promosi. Berdasarkan sifat dan cara dari Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis yaitu :

a. Shiddiq (Jujur, Benar)

Pemberian informasi mengenai produk yang ditawarkan tersebut secara jujur melalui kegiatan promosi. Dalam melakukan kegiatan usahanya, toko Mitra Jaya Amuntai menerapkan strategi pemasaran dengan menyesuaikan potensi pasar di Kota Amuntai dan strategi yang dijadikan pedoman untuk menjalankan bisnis tersebut dengan adanya toko/outlet yang melakukan kegiatan transaksi, kemudian didukung dengan pemasaran secara online (*digital marketing*) dengan memanfaatkan media sosial seperti: *whatsapp*. Sebagaimana penuturan Cahyanti:

“terkait strategi-strategi pemasaran online dalam meningkatkan penjualan pada toko Mitra Jaya Amuntai, yaitu: Pemasaran (Marketing) istilah yang sudah sangat dikenal di dunia bisnis sekarang ini. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi, tapi kalau di sini harus juga berlandaskan pada bisnis dengan konsep/isi pesan yang islami. Khususnya yang dicontohkan oleh Rasulullah saw”.

Baik pemilik toko Mitra Jaya Amuntai termasuk karyawan dan seluruh aktivitas di toko ini harus berpegang teguh pada konsep Humanistik atau al-insaniyah yang artinya berperikemanusiaan, hormat

menghormati sesama, terlebih lagi dengan pembeli harus dianggap sebagai raja. Kita sangat menegedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik antara karyawan, penjual dan pembeli, sampai kepada Allah swt. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus dilandasi dengan etika yang erat hubungannya dengan produk yaitu produk yang halal, produk yang dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dan produk yang dapat memuaskan masyarakat. Senada dengan ungkapan tersebut Nana menuturkan bahwa:

“Toko Mitra Jaya Amuntai dalam menjalankan usahanya memiliki karakteristik yang Islami dengan tidak hanya mencari dari segi duniawi saja (material), tapi bagaimana usaha tersebut bisa menjadi sarana mendekatkan diri pada Allah Subhanahu Wa Ta’ala.”

Tentu setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tapi harus selalu ingat peraturan Allah tidak boleh diabaikan, apalagi Rezeki datang dari-Nya. Jadi tentang strategi pemasaran perlu dilakukan, apalagi bagi mereka yang baru awal membangun bisnis, maka harus memperhatikan tiga konsep yaitu: masalah dan peluang, sasaran serta sumber daya dan kompetensi. Strategi harus konsisten dengan sasaran, lalu dicapai dengan sumber daya yang ada dan diperkirakan akan ada, serta memperhitungkan peluang serta ancaman yang mungkin timbul pada lingkungan.

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Promosi yang berdasarkan dari sikap jujur (Siddiq) inilah yang dapat dipercaya oleh para calon konsumen. Toko Mitra Jaya mempromosikan produknya dengan cara yang jujur sehingga dapat dipercaya apalagi tanpa menjelek-jelekan produk milik toko lainnya. Meskipun pernah konsumen menyampaikan keluhannya tentang gambar yang dipromosikan lewat sosial media dengan bentuk aslinya. Sebagaimana pengakuan Sajali selaku karyawan yang menuturkan bahwa: Jadi calon konsumen pernah ada yang mengatakan bahwa adanya ketidaksesuaian antara produk dengan gambar yang di posting di media sosial. Mereka kira ukuran produknya besar. Walaupun demikian kami tetap berusaha untuk menjelaskannya dengan baik. Berdasarkan hal itu, Amrullah selaku karyawan juga menanggapi bahwa foto produk yang telah diposting di sosial media tentu telah melalui tahap saring yang telah dipikirkan secara matang sebelum disebar ke ruang publik seperti di sosial media. Tentu adanya tahap editing sebagai bentuk kreatifitas agar membuat produk jadi lebih menarik dan tidak ada sama sekali niat dan tujuan untuk menipu publik.

c. Fathanah (Cerdas)

Cerdas dalam membaca situasi pasar dan mencari peluang emas agar promosi produk Toko Mitra Jaya bisa lebih keren, lebih rapi, dan lebih berkualitas. Kecerdasan dalam menata ruang toko, yang membuat pengunjung merasa nyaman dan betah jika sedang melihat atau berbelanja di Toko Mitra Jaya Amuntai. Belum lagi content postingan di

sosial media yang *fresh* dan menarik perhatian mulai dari desain produk dan *copywriting*nya yang menggerakkan untuk segera berkunjung ke toko Mitra Jaya Amuntai.

Gambar 4.14
Bagian didalam Toko Mitra Jaya Amuntai



Sumber : Toko Mitra Jaya Amuntai (2023)

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Promosi yang aktif dan komunikatif dapat membuat para calon konsumen antusias dengan promosi tersebut. Komunikatif ini dimaksudkan agar antara penjual dan calon pembeli jelas mengetahui produk. Pelayanan toko Mitra Jaya baik outlet dan online begitu cepat dan tepat, tutur katanya sopan dan santun, semua karyawan sesuai dalam posisi siap dan sigap dalam menjalankan setiap tugas dan tanggung jawabnya hingga pelayanan yang baik sangat dirasakan oleh calon konsumen, konsumen bahkan pelanggan toko Mitra Jaya Amuntai

4. *Price* (Harga)

Harga merupakan satuan ukur mengenai mutu suatu produk, harga atau jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan oleh untuk memperoleh kombinasi barang dan pelayanan yang menyertai. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis adalah:

a. *Siddiq* (Jujur, Benar)

Dalam penetapan harga sebuah produk Mitra Jaya berdasarkan kejujuran, di mana kejujuran itu berarti bahwa benar-benar harga apa adanya, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang akan dibuat. Tanpa adanya saling merugikan antara konsumen dan penjual. Walaupun banyak yang complain terkait harga sebagaimana penuturan pemilik toko yaitu ibu Winda yang mengatakan bahwa:

“Banyak juga yang selalu complain soal harga yang kami terapkan, tapi lagi dan lagi kami hanya menjelaskan bahwa ini sudah ketentuan dari toko kami, karena produk yang kami jual memiliki kualitas dan packing kami juga rapi dan aman”.

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah atau dapat dipercaya itu berarti karena harga yang diterapkan pada suatu produk benar sesuai mutu dan kualitas produk itu sendiri. Sehingga ini dapat dipercaya oleh calon konsumen. Toko Mitra Jaya dalam meningkatkan kepercayaan kepada calon konsumen dan konsumennya memberikan hak ikhtiar atau hak untuk mengembalikan barang yang telah dibeli dalam jangka waktu 1 hari dan hari pembelian dengan syarat tertentu dan produk tertentu pula.

c. Fathanah (Cerdas)

Pemilik Toko Mitra Jaya Amuntai dalam menentukan suatu produk terhadap harga tentunya harus disesuaikan dengan mutu dan kualitas dari barang itu sendiri tana merugikan para konsumen.

e. Tabligh (Komunikatif)

Toko Mitra Jaya Amuntai dalam menentukan harga bersifat komunikatif. Dengan tujuan agar terjadinya kombinasi yang baik khususnya dari produk dan pelayanan yang diberikan. Strategi pemasaran Islami pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa banyaknya konsumen bahkan sering melakukan pembelian ulang, itu dikarenakan strategi pemasaran yang diterapkan senantiasa menanamkan nilai-nilai keislaman, juga keyakinan yang kokoh kepada Sang Maha Pemberi Rezeki

yaitu Allah SWT, khususnya mencontoh cara Nabi Muhammad saw. dalam berbisnis dengan sifat siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh. Serta senantiasa memprioritaskan kualitas rasa, selalu berinovasi memenuhi kebutuhan pasar, mengedepankan proses dan pengolahan produksi yang terjamin kehalalan dan kebersihannya.

QS. Al Baqarah Ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al Baqarah Ayat 168)

Melalui ayat ini, Allah SWT memerintahkan kita semua umat manusia agar memakan makanan yang halal lagi baik. Kata halalan (yang dibolehkan Allah SWT) diberikan kata sifat thayyiban, artinya makanan yang berguna bagi tubuh, tidak merusak, tidak menjijikkan, enak tidak kadaluarsa dan bertentangan perintah Allah SWT karena tidak diharamkan sehingga kata thayyiban menjadi illah (alasan) dihalalkan sesuatu. Dalam hal bisnis pun, Toko Mitra Jaya Amuntai tidak hanya mementingkan duniawi saja, tetapi juga untuk kepentingan akhirat berlaku dalam konsep ekonomi Islam. Toko Mitra Jaya Amuntai menjunjung tinggi rasa sopan santun agar terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen. Itu membuktikan bahwa peningkatan penjualan toko Mitra Jaya Amuntai sungguh

menggunakan strategi pemasaran yang tersruktur dan akurat, kreatif dan inovatif tiada henti.

Berdasarkan hasil penelitian di toko Mitra Jaya Amuntai yang penulis lakukan, secara garis besar ditemukan bahwa, strategi yang digunakan oleh pemilik toko Mitra Jaya Amuntai dalam mengimplementasikan strategi pemasarannya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Karakteristik yang dijalankan oleh pemilik toko Mitra Jaya Amuntai dengan berlandaskan pada konsep strategi pemasaran dalam Islam, antara lain

1. Ketuhanan (*rabbaniyyah*)

Ketuhanan dalam pemasaran maksudnya adalah dalam setiap langkah, aktifitas, dan kegiatan pemasaran harus sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu dengan mengedepankan kejujuran dan kebenaran. Menurut hasil wawancara yang telah penulis paparkan pemilik toko Mitra Jaya Amuntai dalam menjalankan usahanya sudah sesuai dengan etika bisnis secara Islam, yaitu tidak hanya melihat segi keduniaan saja, tetapi juga selalu ingat pada Allah bahwa setiap orang yang menjalankan usahanya sah-sah saja menggunakan berbagai strategi pemasaran tetapi harus di ingat peraturan Allah tidak boleh diabaikan.

Keterangan hasil wawancara tersebut pemilik toko Mitra Jaya Amuntai menunjukkan bahwa ketuhanan atau *rabbaniyyah* adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat

diyakini oleh umat Muslim, sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai *rabbaniyah* tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga dapat menghindari perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.

Seorang *businessman* harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan semua aktifitas bisnisnya dan tidak menipu konsumennya, tidak berlaku curang, berkata bohong, mengumbar sumpah dan iklan palsu dalam kerangka Islam terhadap bisnis. Karena mereka sadar bahwa dengan berbuat baik dan bertindak sebagaimana yang telah diatur dalam agama merupakan modal awal bagi keselamatan dirinya dan hartanya dari kemurkaan Allah dan keberkahan atas harta yang dimilikinya serta merupakan modal kepercayaan para konsumen atau pelanggan terhadap keberlangsungan bisnisnya.

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Seorang marketer sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya. Prinsip bersuci dalam Islam tidak hanya dalam ibadah, seperti dapat ditemukan juga dalam kehidupan sosial sehari-hari seperti dalam berbisnis, berumah tangga, bergaul, bekerja, belajar dan lain-lain. Dalam memasarkan produknya pemilik toko Mitra Jaya ini mengedepankan pada etik bisnis secara Islam, seperti tidak berlaku curang, tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama, dan juga tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya.

Dalam Al-Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga atau jual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas yaitu

bahwa sesungguhnya Allah swt telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berperilaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Selain itu pemilik toko Mitra Jaya Amuntai ini tidak saling menjelek-jelekan bisnis dengan pesaing yang berada di sekitarnya dalam memasarkan produknya. Seperti yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW dalam sabdanya: Abdullah bin Umar R.A berkata: Rasulullah SAW bersabda: “tidak boleh menjual untuk merusak penjual kawannya”. (H.R. Bukhari).

Pemilik toko Mitra Jaya selalu mengarahkan kepada karyawan agar penuh keikhlasan dalam melayani konsumennya dengan lemah lembut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko Mitra Jaya beliau menuturkan “bagi diri saya pribadi dan segenap karyawan di sini harus menanamkan nilai-nilai akhlak karimah. Kuncinya adalah akhlak karena Nabi Muhammad saw diutus kemuka bumi adalah untuk menyempurnakan akhlak, dan semoga usaha bisnis yang sedang saya jalankan dapat memberikan sumbangsih akhlak”. Penuturan pemilik toko Mitra Jaya ini mengisyaratkan, etis atau *akhlaqiyah* artinya semua semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku pada umumnya.

Etika adalah kata hati dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, tidak bisa dibohongi. Seorang penipuan yang mengoplos barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil pasti hati kecilnya berkata lain, tetapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang, ini artinya ia melanggar etika, ia tidak menuruti apa kata hati yang sebenarnya. Oleh sebab itu, hal ini menjadi

panduan para marketer Islami selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, panyulur atau pemasok ataupun saingannya.

3. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Realistis atau *al-waqi'yyah* artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif fanatik, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. Produk-produk dari toko Mitra Jaya Amuntai yang dipromosikan di sosial media ialah produk yang sesuai dengan produk yang dijual di toko Mitra Jaya. Dan para pegawai toko Mitra Jaya mempromosikan produk-produknya sesuai sebagaimana yang manfaat dan fungsi produk tersebut. Produk yang dipromosikan atau yang dijual di toko Mitra Jaya ialah yang bagus dan berkualitas sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh pihak toko Mitra Jaya.

4. Humanistis (*insaniyyah*)

Humanistis dalam pemasaran maksudnya adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkengkang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanitis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitas tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasaran syariah bersifat secara universal.

Berdasarkan hasil penelitian dengan pemilik toko Mitra Jaya Amuntai bahwa dalam seluruh aktifitasnya berpegang teguh pada humanistis atau al-insaniyah yang artinya berprikemanusiaan, hormat menghormati sesama, terlebih lagi dengan konsumen atau pembeli harus dianggap sebagai raja. Dari penjelasan tersebut mengandung arti bahwa humanistis atau al-insaniyah yang artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemilik toko Mitra Jaya Amuntai berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik, jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan kehidupan masyarakat terganggu, juga dari segi pemilik toko tersebut sendiri jangan sampai menjadi manusia serakah, mau menguasai segalanya, menindas dan merugikan orang lain.

Dalam Islam juga mengajarkan bahwa semua manusia agar tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aktifitas kehidupan, dan dijadikan sebagai acuan oleh siapapun dalam aktifitas bisnis. Hasil observasi yang telah dilakukan di toko Mitra Jaya Amuntai, bahwa strategi yang digunakan oleh pemilik toko tersebut memang sudah sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam. Dilihat dari harga, para pemilik toko tersebut tidak terlalu tinggi dalam hal mengambil keuntungan, ini berarti sesuai dengan apa yang Islam ajarkan selama ini. Dilihat dari segi produksi juga sudah memenuhi kriteria ekonomi Islam diantaranya tidak menjual barang-barang haram, seperti dari hasil mencuri dan hal-hal lainnya. Adapun implementasi strategi toko Mitra Jaya Amuntai telah menerapkan praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.

Sebagai hubungan interpersonal, seorang pembisnis muslim harus tetap berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, setiap pembisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis, dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya, memberikan contoh produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek. Dalam Bab sebelumnya telah dijelaskan konteks perdagangan adil yang diperintahkan Rasulullah saw adalah dengan menegakan kejujuran dalam transaksi serta menciptakan hubungan baik dalam berdagang. Islam telah mengatur agar persaingan antar pedagang dilakukan secara adil dan jujur. Segala bentuk transaksi yang menimbulkan bentuk ketidakadilan serta berakibat terjadinya kecenderungan meningkatnya harga barang yang tidak sesuai sangat dilarang oleh Islam.

Berbisnis berdasarkan ekonomi Islam sangat mengedepankan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap bersahabat dengan orang lain. Dalam Al-Qur'an mengajarkan agar senantiasa rendah hati, berwajah manis, bertutur kata yang baik, berperilaku sopan termasuk dalam aktifitas berbisnis. Dalam pemasaran secara ekonomi Islam, bisnis yang disertai secara keikhlasan, semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya menjadi bibit modal yang besar, yang memiliki spiritual brand yang memiliki karisma, keunggulan dan keunikan yang tidak tertandingi (Alma & Priansa, 2014, hlm. 350–351)

C. Pembahasan

Dari hasil penelitian diatas diketahui bahwa yang membedakan toko Mitra Jaya Amuntai dengan minimarket lainnya adalah Mitra Jaya ini hanya menjual produk-produk yang berlabel halal saja, tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Dalam segi keuntungan, hasil dari penjualan minimarket bukan cuma dinikmati oleh pemilik toko, tapi juga disalurkan atau akan disumbangkan kepada yang membutuhkan seperti kaum dhuafa, panti asuhan, dan anak yatim, karena berbelanja di toko Mitra Jaya Amuntai bertujuan untuk dunia dan akhirat.

Toko Mitra Jaya Amuntai tidak lepas dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan khususnya pada strategi pemasaran baik itu dari segi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi pemasaran yang dilakukan toko Mitra Jaya Amuntai dari strategi produk yaitu dengan cara hanya menjual produk yang terjamin kehalalannya tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras, alat kontrasepsi dan sejenisnya yang sering dijumpai pada minimarket lain. Toko Mitra Jaya Amuntai juga memberikan peluang kerja pada usaha rumahan yang produknya memiliki khas tersendiri dan tentunya memiliki label kehalalannya juga. Selanjutnya dalam menetapkan harga toko Mitra Jaya Amuntai selalu melakukan dengan cara observasi dan berdiskusi terlebih dahulu dalam menentukan harga.

Toko Mitra Jaya Amuntai untuk strategi harga, hal yang dilakukan adalah dengan memberikan dengan harga yang relatif murah terjangkau

menyesuaikan dari jenis produk dan harus terjamin kualitasnya. Sejauh ini toko Mitra Jaya Amuntai memiliki tempat atau lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, tempatnya nyaman, bersih dan rapi. Namun, disekitar toko Mitra Jaya Amuntai juga banyak terdapat toko-toko yang serupa sehingga Mitra Jaya perlu meningkatkan strategi pemasaran khususnya strategi pemasaran syariat Islam dengan menjamin kehalalan produk yang ditawarkan pada pembeli. Untuk strategi promosi dari Mitra Jaya Amuntai dengan cara memposting di sosial media seperti whatsapp serta terdapat diskon potongan harga setiap akhir bulan, dan terkhusus untuk pembelian kebutuhan mesjid mendapatkan diskon atau bonus setiap pembelian produknya.