

BAB IV

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

A. Profil dan Sejarah Toko Azas

Toko Azas merupakan usaha yang dimiliki oleh tiga orang dalam satu keluarga, yaitu Toko Azas Farira yang dimiliki oleh H. Furqan, Toko Azas Thoyba yang dimiliki oleh H. Azzanuddin, serta AA Samudera yang dimiliki oleh H. Azinal Mukhlis. Pada awal berdirinya, usaha ini dijalankan secara bersama-sama oleh seluruh anggota keluarga dalam satu lokasi usaha. Seiring berjalannya waktu, usaha mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga muncul kebutuhan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Untuk memanfaatkan peluang bisnis yang semakin besar, masing-masing anggota keluarga kemudian memutuskan untuk mendirikan dan mengelola usahanya sendiri di lokasi yang berbeda. Strategi tersebut dilakukan agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen serta mencakup berbagai titik strategis di kawasan pasar. Meskipun telah beroperasi secara terpisah, usaha-usaha tersebut masih memiliki hubungan kekeluargaan dan menjalankan kegiatan usaha dengan tujuan yang sama, yaitu meningkatkan daya saing serta memperluas pangsa pasar. Ketiga toko tersebut menjual beberapa jenis barang yang serupa serta menggunakan sistem distribusi penjualan yang sama. Manajemen distribusi penjualan memiliki peranan yang sangat penting dalam keberhasilan

suatu usaha karena berfungsi memastikan produk dapat sampai kepada konsumen dengan tepat, cepat, dan efisien. Distribusi yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Dalam perspektif bisnis syariah, penyaluran barang dan jasa harus dilakukan melalui saluran distribusi yang tepat agar proses distribusi berjalan secara efektif dan tidak menimbulkan kegagalan dalam penyaluran produk kepada konsumen.

Toko Azas merupakan salah satu usaha perdagangan pakaian yang berkembang di wilayah pasar tradisional. Usaha ini dirintis secara kolektif oleh para pendiri dan kemudian berkembang menjadi beberapa unit usaha yang berdiri secara mandiri, yaitu Toko Azas Thoyba, Toko Azas Farira, dan Toko AA Pasar Samudera.

Toko Azas merupakan sebuah usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan pakaian. Usaha ini telah berdiri dan beroperasi secara turun-temurun, sehingga memiliki pengalaman yang panjang dalam industri pakaian di Kalimantan Selatan. Berdasarkan hasil wawancara, Toko Azas melayani konsumen tidak hanya dari Kalimantan Selatan, tetapi juga menjangkau wilayah Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur, dengan fokus utama pada penjualan grosir. Toko ini menjalin hubungan dagang yang erat dengan para

pemasok (supplier) di Pulau Jawa serta mitra ekspedisi yang telah digunakannya selama bertahun-tahun.

Berdasarkan hasil wawancara, usaha Toko Azas telah berdiri sejak sekitar tahun 1970–1980-an. Salah satu Informan menyatakan bahwa: Toko Azas ini sudah ada sejak lama, sekitar tahun tujuh puluhan atau delapan puluhan, awalnya usaha bersama sebelum akhirnya masing-masing buka toko sendiri.”(Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025).

Perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari faktor lokasi pasar yang strategis, jaringan distribusi yang luas, serta kepercayaan pelanggan yang telah terbangun selama bertahun-tahun.

Keberadaan tiga toko yang menjadi objek penelitian menunjukkan bahwa usaha Azas tidak hanya berkembang secara individual, tetapi juga membentuk jaringan distribusi yang saling terkait dalam pengadaan dan penyaluran barang.

2. Struktur Pengelolaan Usaha

Struktur pengelolaan usaha pada ketiga toko Azas tergolong sederhana. Pemilik usaha berperan sebagai pengambil keputusan utama, sementara karyawan membantu dalam operasional usaha, seperti pengelolaan barang, pelayanan pelanggan, dan distribusi.

Tenaga kerja merupakan salah satu unsur penting dalam menunjang kelancaran operasional usaha, khususnya dalam aktivitas distribusi dan penjualan. Keberadaan tenaga kerja membantu proses penerimaan barang, penataan stok, pelayanan konsumen, hingga distribusi internal antar toko. Berdasarkan hasil dokumentasi, jumlah dan nama tenaga kerja pada masing-masing toko Azas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Nama Tenaga Kerja Toko Azas Farira

Daftar Nama Tenaga Kerja Toko Azas Farira

No	Nama	Jabatan
1.	H Furqan Rahman	Pemilik
2.	H Arif Rahman	Manajer
3.	H Riza Rahman	Manajer
4.	Ahmad Ramadani	Karyawan
5.	Nur Hasnan	Karyawan
6.	Muhammad Jailani	Karyawan
7.	Muhammad Zaini	Karyawan
8.	Muhammad Ramadhan	Karyawan
9.	Ariyadi	Karyawan
10.	Muhammad Syarif	Karyawan
11.	Rizki Rahmatullah	Karyawan

Tabel 4.2 Nama Tenaga Kerja Toko AA Samudera

Daftar Nama Tenaga Kerja Toko AA Samudera

No	Nama	Jabatan
1.	H Azinal Mukhlis	Pemilik
2.	Khairil Muzakki	Manajer
3.	Muhammad Rizani	Karyawan

4.	Muhammad Salmani	Karyawan
5.	Muhammad Rifa'i	Karyawan
6.	Muhammad Ijul	Karyawan

Tabel 4.3 Nama Tenaga Kerja Toko Azas Thoyba

Daftar Nama Tenaga Kerja Toko Azas Thoyba

No	Nama	Jabatan
1.	H Zainuddin	Pemilik
2.	Naimah	Manajer
3.	Arsyad	Karyawan
4.	Anang Soni	Karyawan
5.	Anang Kani	Karyawan
6.	Rahmani	Karyawan
7.	Bawi	Karyawan
8.	Dawi	Karyawan
9.	Khair	Karyawan
10.	Ibrahim	Karyawan
11.	Rasidi	Karyawan
12.	Juri	Karyawan
13.	Angga	Karyawan
14.	Sarwani	Karyawan
15.	Ahur	Karyawan
16.	Juri	Karyawan
17.	Aril	Karyawan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah tenaga kerja pada masing-masing toko berbeda-beda, menyesuaikan dengan skala usaha dan aktivitas operasional. Toko Azas Thoyba memiliki jumlah tenaga kerja paling banyak dibandingkan Toko Azas Farira dan Toko AA Pasar Samudera.

Perbedaan jumlah tenaga kerja ini berkaitan dengan volume aktivitas distribusi dan penjualan yang dilakukan di masing-masing toko.

Tenaga kerja berperan penting dalam mendukung kelancaran manajemen distribusi, mulai dari penerimaan barang, pengelolaan persediaan, hingga pelayanan kepada konsumen. Dengan adanya pembagian tenaga kerja yang memadai, aktivitas distribusi dan penjualan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

3. Deskripsi Karakteristik Informan

Pengumpulan data digunakan metode wawancara (field Research) kepada 3 Informan yang mana Adalah Pemilik dan Pegawai dari toko di Toko Azas Farira, Azas Thoyba dan AA Pasar Samudera

Selama proses wawancara berlangsung, peneliti menemukan bahwa jawaban yang diberikan cenderung menunjukkan pola yang berulang, baik dari Perencanaan Distribusi, Pengelolaan Persediaan, Trasportasi dan Strategi Penjualan. Tidak ada ditemukan tema variasi baru yang Substantif, bahwa disimpulkan kejenuhan dapat tercapai.

Informan yang diwawancarai telah diwakilkan oleh pemilik toko dan pegawai dengan jenis kelamin yang berbeda. Dari karakteristik tersebut Peneliti dapat menangkap fenomena Manajemen Distribusi dan Penjualan dalam Prinsip Ekonomi Syariah. Adapun karakteristik informan disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.4 Nama Informan toko Azas

No.	Nama	Umur	Jabatan di toko	Waktu dan tempat wawancara
1.	Naimah Zuraida	35 tahun	Manajer Toko	Rabu, 31 Desember 2025 (Dunia Bayi, Gatot Subroto)
2.	Furqan Rahman	52 tahun	Pemilik Toko	Sabtu, 3 Januari 2026 (Toko Azas Farira)
3.	Khairil Muzakki	38 tahun	Manajer Toko	Senin, 19 Januari 2026 (Rumah)

A. Hasil Penelitian Manajemen Distribusi Penjualan

1. Aspek Distribusi Barang

Distribusi barang pada Toko Azas Thoyba, Toko Azas Farira, dan Toko AA Pasar Samudera dilakukan melalui pemesanan barang kepada pemasok atau produsen, kemudian barang dikirim menggunakan jasa ekspedisi.

Informan Menyatakan :Toko Azas Thoyba dalam merencanakan jadwal Pengiriman agar Efektif dengan Persediaan Barang, harus memiliki target dengan anggaran atau budget yang ada, lalu kami menargetkan misalnya dalam hitungan perbulan habisnya berapa, lalu disesuaikan dengan budget periode barang tersebut laku” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Pemesanan barang dilakukan dengan mempertimbangkan anggaran yang tersedia. Misalnya, apabila anggaran sebesar Rp1.000.000, maka jumlah dan jenis barang yang dipesan disesuaikan agar

tidak melebihi batas tersebut. Pada kondisi tertentu, seperti bulan Ramadan, sering terjadi keterlambatan pengiriman dari pihak ekspedisi. Oleh karena itu, pihak toko melakukan negosiasi dengan pemasok untuk memperoleh dispensasi pembayaran, yaitu barang tetap dikirim terlebih dahulu, sedangkan pembayaran dilakukan setelah hari raya, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026” (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Pemesanan dan penambahan stok barang dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi pasar. Apabila situasi pasar menunjukkan permintaan yang tinggi, maka dilakukan penambahan stok barang. Sebaliknya, apabila kondisi pasar kurang mendukung, maka jumlah pemesanan akan dikurangi. Selain itu, terdapat periode-periode tertentu dalam setiap tahun yang menjadi momen peningkatan permintaan, sehingga pada waktu tersebut diperlukan penambahan stok barang secara lebih signifikan.” (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan pernyataan para Informan tersebut dapat diketahui bahwa penentuan jenis barang yang didistribusikan pada Toko Azas dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen, Moment Tertentu serta pengalaman penjualan sebelumnya.

Perencanaan khusus terkait pemilihan jalur atau metode distribusi, dan dampak terhadap efisiensi biaya serta ketepatan waktu pengiriman, sangatlah penting dalam menjalankan Perencanaan Distribusi.

Informan Menyatakan : Untuk Perencanaan Jalur atau Metode Distribusi itu ada negosiasi dengan Pihak Spulier dan Pengiriman (Ekspedisi), supaya agar mendapatkan pengeluaran yang efisien. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025)

Keterlambatan pengiriman barang umumnya terjadi pada bulan Ramadan. Namun, setelah hari raya, aktivitas pemesanan kembali meningkat. Oleh karena itu, kami melakukan pemesanan barang lebih awal sebelum memasuki bulan Ramadan, agar tidak terjadi penumpukan permintaan kepada produsen serta untuk menghindari keterlambatan dalam pemenuhan stok. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026)

Untuk mencapai efisiensi pengiriman, kami memilih menggunakan jalur laut. Meskipun di Banjarmasin terdapat banyak pilihan ekspedisi, kami mempertimbangkan kesesuaian harga, latar belakang mitra yang sejalan, serta ketepatan waktu pengiriman. Ekspedisi yang kami pilih ini jarang mengalami keterlambatan, sehingga kami cenderung menggunakannya secara konsisten. Adapun waktu pengiriman biasanya berkisar antara 4 hingga 10 hari. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, perencanaan distribusi dilakukan melalui negosiasi dengan supplier dan pihak ekspedisi untuk mendapatkan biaya yang efisien. Toko juga memesan barang lebih awal sebelum bulan puasa untuk menghindari keterlambatan dan kekurangan stok. Pengiriman umumnya menggunakan jalur laut dengan memilih ekspedisi yang terpercaya, harga sesuai, dan waktu pengiriman sekitar 4–10 hari.

Suatu kendala pasti akan terjadi dalam menjalankan Usaha, seperti keterlambatan pengiriman, Langkah apa yang harus dilakukan.

Informan Menyatakan : Apabila terjadi keterlambatan pengiriman barang, kami biasanya melakukan negosiasi dengan pihak terkait, baik berupa permintaan potongan harga maupun pembayaran sebagian dari ongkos pengiriman. Hal ini dilakukan karena sebelumnya telah ada kesepakatan antara kedua belah pihak. Namun, kondisi tersebut sangat jarang terjadi, karena pada umumnya barang selalu tersedia dan setiap pemesanan dapat segera diproses serta dikirimkan (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Biasanya kami menyediakan stok barang secara berlapis. Misalnya, ketika memesan 100 unit barang, jumlah tersebut dapat mencukupi kebutuhan hingga sekitar dua bulan. Dengan adanya persediaan yang cukup, keterlambatan pengiriman yang melebihi dua bulan pun masih dapat diantisipasi, sehingga kekosongan stok jarang terjadi (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Selama ini, pengiriman hampir tidak pernah mengalami kendala dan umumnya selalu tepat waktu. Apabila terjadi kejadian tertentu, seperti insiden kapal terbakar yang pernah terjadi sebelumnya, biasanya pihak ekspedisi memberikan kompensasi. Karena hubungan kerja sama yang sudah terjalin lama, biaya pengiriman untuk barang tersebut tidak dibebankan, bahkan sebagian kerugian juga diganti oleh pihak ekspedisi, meskipun tidak sepenuhnya. Sementara itu, penggunaan asuransi tidak dilakukan karena biaya yang harus dikeluarkan dinilai terlalu tinggi, bahkan dapat meningkat hingga tiga kali lipat dari biaya sebelumnya. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, keterlambatan pengiriman barang jarang terjadi karena toko memiliki stok cadangan yang cukup untuk beberapa bulan. Apabila terjadi keterlambatan atau kendala pengiriman, biasanya dilakukan negosiasi dengan supplier atau ekspedisi berupa potongan harga, pengurangan ongkos kirim, atau kompensasi atas kerugian barang. Namun secara umum, pengiriman barang berjalan lancar karena sudah adanya kerja sama yang baik dengan pihak ekspedisi.

Untuk memastikan kebenaran informasi tersebut, peneliti melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa proses distribusi produk memang berjalan sesuai dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh informan. Peneliti mengamati adanya pengaturan stok barang, proses pengiriman produk ke masing-masing toko, serta koordinasi yang dilakukan apabila terjadi kekurangan persediaan pada salah satu lokasi usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem distribusi telah dikelola secara terorganisir sehingga produk dapat tersedia secara tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing toko.

2. Aspek Pengelolaan Persediaan Barang

Manajemen persediaan bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara biaya penyimpanan dan risiko kehabisan stok. Pengelolaan persediaan yang baik harus mampu menjamin ketersediaan barang tanpa menimbulkan biaya yang berlebihan.

Pengelolaan persediaan barang pada Toko Azas dilakukan berdasarkan pengalaman usaha dan pengamatan terhadap permintaan pasar. Dari Pemesanan hingga barang sampai di toko. Informan menyatakan: Barang dipesan oleh kami kepada produsen, kemudian dikonfirmasi oleh pihak pemasok terkait pembayaran di muka maupun biaya lainnya. Selanjutnya, produsen mengirimkan barang melalui pihak ekspedisi. Dalam prosesnya, ekspedisi mengambil barang dari gudang produsen menggunakan truk trailer, kemudian mengangkutnya menuju Pelabuhan Surabaya, truck trailer tersebut akan naik kapal melalui jalur Laut, sesampai di Banjarmasin barang tersebut akan diantarkan ke Gudang Ekspedisi, lalu akan di pisah dan di muat ke mobil pickup pihak Ekspedisi, dan setelah itu mobil Pickup tersebut akan mengantarkan barang tersebut ke Toko Azas Thoyba beserta Toko Azas lainnya. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Pihak produsen membagi bisanya barang mereka di beberapa daerah Jawa, ada yang menawarkan kesales (pihak kedua), tetapi kalo kami langsung mengambil di pabrik alias tangan pertama, agar bisa mendapatkan harga yang terbaik tetapi harus dengan kuantitas yang banyak, tetapi kalo barang yang impor kami tidak mengetahui tangan berapa, tetapi kami menganggap itu adalah harga yang terbaik, (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Terdapat tiga tahapan dalam proses distribusi barang. Pertama, kami melakukan pemesanan kepada pemasok atau melalui sales, kemudian pesanan tersebut diteruskan ke pihak pabrik. Setelah barang disiapkan, pihak pabrik langsung menyerahkannya kepada ekspedisi. Selanjutnya, barang

dikirim melalui jalur laut hingga tiba di Banjarmasin, dan kemudian didistribusikan ke lokasi tujuan. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, proses distribusi barang dimulai dari pemesanan oleh toko kepada supplier atau produsen. Setelah pembayaran atau konfirmasi pesanan dilakukan, barang disiapkan oleh pabrik dan dikirim melalui ekspedisi menggunakan jalur darat menuju pelabuhan, kemudian dilanjutkan melalui jalur laut hingga sampai di Banjarmasin. Selanjutnya barang dibawa ke gudang ekspedisi untuk dipisahkan dan didistribusikan menggunakan kendaraan menuju toko. Sumber barang dapat berasal langsung dari pabrik untuk produk lokal, sedangkan untuk barang impor biasanya melalui beberapa perantara, dengan pertimbangan utama pada harga yang paling sesuai.

Persediaan barang ditentukan oleh permintaan pasar dalam menentukan jumlah stok barang yang harus tersedia, agar bisa memenuhi permintaan konsumen tanpa terjadi penumpukan. Informan menjelaskan: Karena sudah menekuni usaha ini sudah lama jadi untuk pemesanan barang menyesuaikan sesi yang mana pada bulan itu dicari oleh orang, misalnya Pada bulan Maulid serbet sangat dicari oleh banyak orang, maka pemesanan barang dipesan sesuai dengan sesi tersebut, menghindari penumpukan barang (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Apabila terjadi penumpukan barang, tentu akan menimbulkan kerugian. Namun, karena pengalaman yang telah diperoleh selama bertahun-tahun, kebutuhan stok dapat

diperkirakan dengan baik. Misalnya, menjelang momen tertentu seperti peringatan 17 Agustus, dapat dianalisis jenis dan jumlah barang yang perlu ditambah. Pengalaman yang panjang di bidang ini memungkinkan perencanaan stok dilakukan secara lebih tepat dan terukur. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Pemesanan barang dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan pada periode tertentu. Misalnya, pada bulan pertama terdapat kebutuhan celana sebanyak 100 lusin, maka untuk bulan berikutnya, apabila tidak ada momen khusus dan kondisi pengiriman masih normal, jumlah pemesanan tetap sama tanpa penambahan. Namun, apabila terdapat kondisi tertentu seperti ekspedisi akan tutup, maka jumlah pesanan akan ditambah sebagai langkah antisipasi. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, pemesanan barang dilakukan dengan menyesuaikan musim atau momen tertentu yang memengaruhi permintaan konsumen. Pengalaman usaha yang telah dijalankan selama bertahun-tahun membantu pihak toko dalam memperkirakan jumlah barang yang perlu dipesan sehingga dapat menghindari penumpukan stok. Selain itu, jumlah pesanan juga disesuaikan dengan kondisi distribusi dan adanya event tertentu yang dapat meningkatkan permintaan barang.

Sistem dan pencatatan khusus untuk mengontrol persediaan barang sangat lah penting untuk suatu usaha, dan harus diterapkan, Informan menyatakan : Untuk

pencatatan cuman berpacu dengan faktur atau nota. Tidak ada pencatatan khusus dengan sistem (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Pencatatan dilakukan secara manual, dengan mengandalkan catatan yang tersedia serta nota sebagai acuan utama dalam pengelolaan data. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Pencatatan dilakukan dengan menggunakan catatan tertulis dan nota sebagai dasar dalam pengelolaan serta pengendalian data. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, pencatatan transaksi dan barang di toko masih dilakukan secara manual dengan menggunakan catatan serta faktur atau nota sebagai acuan, tanpa menggunakan sistem pencatatan khusus atau berbasis teknologi.

langkah apa yang biasanya dilakukan oleh Toko Azas untuk mengatasi terjadinya kelebihan atau kekurangan stok barang. Informan menyatakan : Karna Azas ini ada Groub jadi misalkan dari Azas Farira kehabisan barang tersebut, nanti bisa yang dari Azas Thoyba memberikan barang tersebut, tetapi kalo memang tidak ada di Azas lainya maka harus memesan barang tersebut dengan Produsen.” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami kada pernah meobral barang soalny rugi jadi kalonya kelebihan kami tunggu aja tapi kada di pesan dulu” (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Apabila terjadi kekurangan stok barang, kami biasanya menambah jumlah pesanan hingga dua kali lipat untuk

memenuhi kebutuhan. Sebaliknya, jika terjadi kelebihan stok, jumlah pemesanan pada periode berikutnya akan dikurangi atau bahkan tidak dilakukan sama sekali. Dalam kondisi tertentu, apabila barang tidak kunjung terjual, kami menjualnya dengan harga lebih rendah sebagai upaya untuk meminimalkan kerugian. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, apabila terjadi kekurangan barang maka toko dapat mengambil stok dari toko lain dalam satu grup atau melakukan pemesanan kembali kepada produsen. Sementara itu, jika terjadi kelebihan barang biasanya toko mengurangi atau menunda pemesanan berikutnya, bahkan dalam beberapa kasus menjual barang dengan harga lebih murah untuk mengurangi kerugian.

Untuk memastikan kebenaran informasi tersebut, peneliti melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa pengecekan stok dilakukan secara berkala dengan memantau jumlah persediaan pada rak maupun di gudang penyimpanan. Peneliti juga mengamati bahwa barang yang persediaannya mulai menipis segera dicatat untuk dilakukan pemesanan kembali, sehingga kebutuhan konsumen tetap dapat terpenuhi. Selain itu, penataan barang dilakukan secara rapi dan dikelompokkan berdasarkan jenis produk sehingga memudahkan proses pengecekan dan pengambilan barang.

3. Aspek Transportasi dalam Distribusi

Transportasi barang dilakukan melalui jasa ekspedisi yang telah menjalin kerja sama jangka panjang dengan pihak toko. Pemilihan jasa ekspedisi didasarkan pada faktor kepercayaan dan pengalaman pengiriman sebelumnya.

Ekspedisi yang biasanya digunakan untuk Transportasi dari Produsen ke toko Azas, dan alasan memilih jenis transportasi tersebut. Informan menyatakan: Kami memilih ekspedisi Nasru, karna sudah mulai lama memakai Ekspedisi tersebut dan sudah akrab.” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Nasru, karna sudah dari abah makai itu ekspedisinya jadi hubungan sudah lawas, jadi kita ni meneruskan lagi selagi kami nyaman aja, harga nya bgus aja, buat apa berpindah ke lain lagi. Dan yang bisi ekspedisi ini orang muslim jua (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Ekspedisi Nasru, karna ketepatan waktu dan juga punya orang islam (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, toko memilih menggunakan ekspedisi Nasru karena sudah lama bekerja sama sehingga terjalin hubungan yang baik dan saling percaya. Selain itu, ekspedisi tersebut dinilai memiliki harga yang sesuai, pengiriman yang tepat waktu, serta dimiliki oleh orang muslim sehingga menjadi pertimbangan tersendiri bagi pihak toko.

kendala yang sering dihadapi dalam proses transportasi Adalah masalah setiap Pedagang atau Pengusaha, Informan Menyatakan : kalo kerusakan sering tidak pernah tetapi pernah ketika pengiriman di kapal ternyata kapal tersebut terbakar, tetapi pihak ekspedisi tetap bertanggung jawab untuk mengganti walau tidak 100% (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Pernah terjadi kendala dalam proses pengiriman, misalnya kerusakan kendaraan ekspedisi di perjalanan atau gangguan pada kapal yang dapat menyebabkan keterlambatan. Selain itu, kerusakan barang juga pernah terjadi, seperti terkena hujan hingga basah atau akibat truk yang mengalami kecelakaan. Namun, kejadian-kejadian tersebut tergolong jarang terjadi. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Risiko kerusakan barang dapat terjadi akibat berbagai faktor, seperti kebakaran, kapal tenggelam, maupun paparan hujan selama proses pengiriman. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, kerusakan atau kendala dalam pengiriman barang jarang terjadi, namun pernah terjadi beberapa kasus seperti kapal terbakar, kendaraan ekspedisi mengalami kerusakan, barang terkena hujan, atau kecelakaan dalam perjalanan. Dalam kondisi tertentu, pihak ekspedisi biasanya memberikan tanggung jawab berupa penggantian kerugian meskipun tidak sepenuhnya.

Langkah yang dilakukan Toko Azas untuk mengatasi masalah transportasi, agar pengiriman barang tetap berjalan lancar, Informan menyatakan : Jadi toko azas sudah melakukan planing dengan periode tersebut sama seperti tadi dalam pemesanan barang dengan sesi tersebut tetapi toko azas juga melihat misalnya sesi gelombang laut tinggi maka pemesanan barang sebelum pada sesi gelombang tinggi tersebut (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Oleh karena itu, kami melakukan penambahan stok sebagai langkah antisipasi. Jenis barang yang dijual relatif tetap, sehingga tidak banyak variasi. Dalam praktiknya, jumlah pesanan seringkali ditambah dari kebutuhan awal, misalnya dari 10 menjadi 20, agar persediaan tetap aman dan mencukupi.” (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Evaluasi biasanya dilakukan sebanyak dua kali dalam satu tahun, yang dilaksanakan melalui pertemuan bersama keluarga serta mengundang pihak ekspedisi untuk berdiskusi dan melakukan penilaian bersama. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, perencanaan distribusi dilakukan dengan menyesuaikan kondisi tertentu seperti musim penjualan dan kondisi gelombang laut. Untuk mengantisipasi kendala pengiriman, toko biasanya menambah stok barang terlebih dahulu. Selain itu, evaluasi distribusi juga dilakukan secara berkala melalui pertemuan bersama pihak internal dan ekspedisi.

Untuk memverifikasi informasi tersebut, peneliti melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa proses pengangkutan barang dilakukan menggunakan kendaraan yang memadai sesuai dengan kapasitas muatan. Peneliti juga mengamati bahwa proses bongkar muat barang dilakukan dengan hati-hati untuk mengurangi risiko kerusakan selama proses distribusi. Selain itu, jadwal pengiriman disesuaikan dengan kebutuhan stok di masing-masing toko sehingga distribusi barang dapat berlangsung secara lancar.

4. Aspek Strategi Penjualan

Strategi penjualan pada ketiga toko meliputi promosi melalui media komunikasi seperti WhatsApp, media sosial, dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, pelayanan kepada pelanggan menjadi strategi utama dalam meningkatkan penjualan, seperti pemberian potongan harga, layanan pengantaran, dan penggantian barang yang rusak.

Bentuk promosi atau cara penjualan yang dilakukan oleh Toko Azas, baik secara langsung di toko maupun melalui media lain, Informan menyatakan : Ada di live tiktok tapi tidak dijual di tiktok shop, untuk menarik pelanggan ke toko saja, dan biasanya untuk promosi dari status wa dan mulut ke mulut (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Promosi yang dilakukan umumnya melalui WhatsApp serta dari mulut ke mulut. Hal ini dikarenakan jangkauan pemasaran masih bersifat

regional, meliputi Kalimantan Selatan serta sebagian wilayah Kalimantan Tengah dan Kalimantan Timur. Selain itu, sebagian besar pelanggan merupakan langganan lama yang sudah terjalin sejak generasi sebelumnya. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan lebih difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa nyaman dan tetap loyal. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Media yang digunakan untuk promosi adalah WhatsApp, sedangkan penggunaan media sosial seperti Instagram belum dilakukan.” (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, promosi toko dilakukan secara sederhana melalui media seperti WhatsApp dan live TikTok untuk menarik pelanggan datang langsung ke toko. Selain itu, promosi juga banyak dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut serta menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan tetap nyaman dan loyal.

Peran pelayanan kepada konsumen dalam mendukung strategi penjualan di Toko Azas sangat lah penting dalam menjalankan usaha, Informan menyatakan: Karna pelangganya diluar daerah jadi untuk seperti langganan di kasih service yang lebih seperti gratis pengantaran barang kalo di daerah Dekat, bisa jadi ada potongan harga untuk pelanggan setia” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta menarik lebih banyak pembeli. Apabila pelanggan

merasa nyaman, maka mereka cenderung akan terus berbelanja dan menjaga hubungan baik dalam jangka panjang. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Pelayanan yang diberikan berfokus pada penjualan grosir, bukan eceran. Oleh karena itu, salah satu strategi yang diterapkan adalah membangun kepercayaan konsumen. Hal ini dilakukan melalui pemberian jaminan, seperti penukaran barang apabila terdapat cacat, pengembalian uang, serta kemudahan dalam pengembalian barang apabila ukuran tidak sesuai. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, strategi pelayanan kepada pelanggan dilakukan dengan memberikan layanan tambahan seperti gratis pengantaran untuk daerah tertentu, potongan harga bagi pelanggan setia, serta kemudahan penukaran barang jika terdapat cacat atau ketidaksesuaian. Pelayanan yang baik juga dianggap penting untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pembeli.

Toko Azas mengevaluasi strategi penjualan yang telah diterapkan, dan langkah apa yang diambil jika penjualan belum mencapai target? Informan menyatakan: Dilihat apa yang membuat misalnya penjualan menurun, karna isu isu tertentu bisa juga berpengaruh dengan penjualan suatu produk,” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Permasalahan yang biasanya muncul berkaitan dengan harga. Selain itu, pelayanan juga menjadi aspek yang selalu dievaluasi secara serius.

Namun, apabila keterbatasan dana menjadi kendala, kondisi tersebut tentu tidak dapat dipaksakan. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Evaluasi terhadap karyawan dilakukan secara langsung di lingkungan toko. Apabila terdapat kesalahan, biasanya diberikan teguran secara lisan. Hal ini karena usaha yang dijalankan masih berskala kecil, sehingga tidak menggunakan sistem peringatan tertulis seperti pada perusahaan besar. Pendekatan yang sama juga diterapkan kepada pekerja di pihak ekspedisi. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, evaluasi dilakukan dengan melihat faktor-faktor yang memengaruhi penurunan penjualan, seperti harga, kondisi pasar, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan terhadap kinerja karyawan dengan memberikan arahan atau teguran secara langsung apabila terdapat kesalahan.

Penetapan harga produk di Toko Azas dilakukan, agar tetap bersaing namun sesuai dengan kondisi pasar, Informan menyatakan: Untuk penetapan harga ini masalahnya di pedagang lain beberapa ada yang merusak harga pasaran yaang memicu perang harga, kami langsung meminta solusi ke produsen agar bisa bersaing di pasaran, mungkin penjual lain tidak diberi barang atau tidak diberi potongan harga tersebut. Dan juga harga tersebut ditetapkan sesuai ketersediaan barang dan permintaan konsumen (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Harga

yang diberikan di toko diupayakan tetap kompetitif. Oleh karena itu, kami berusaha mendapatkan harga terbaik dari pemasok. Apabila pemasok menawarkan harga lebih murah namun dana yang tersedia belum mencukupi, pemesanan tetap dilakukan dengan bekerja sama dengan toko Azas lainnya agar dapat memenuhi jumlah pembelian dan memperoleh harga terbaik tersebut. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Kami secara berkala melakukan evaluasi terhadap harga di pasaran. Apabila harga dinilai terlalu tinggi, maka dilakukan peninjauan kembali dengan mengonfirmasi kepada pemasok. Hal ini karena terkadang terdapat penjual yang menawarkan harga lebih murah untuk memenuhi kebutuhan pembayaran utang atau menghabiskan stok barang. Namun, hingga saat ini harga yang ditetapkan masih dinilai mampu bersaing di pasaran. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi harga di pasaran, ketersediaan barang, serta permintaan konsumen. Toko juga berusaha mendapatkan harga terbaik dari supplier agar dapat bersaing dengan pedagang lain. Selain itu, evaluasi harga dilakukan secara berkala untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar dan mengantisipasi terjadinya persaingan harga.

Tantangan dalam melakukan penjualan di Toko Azas pasti pernah terjadi, Informan menyatakan: Perang harga, barang yang susah didapat, harga barang yang

naik, ssolusinya menawarkan barang yang kurang lebih sama tetapi merknya beda dan harga lebih murah” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Harga merupakan faktor yang sangat penting karena menjadi bahan pertimbangan utama bagi pembeli dalam melakukan perbandingan sebelum memutuskan untuk membeli. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Persaingan yang dihadapi terutama berkaitan dengan perang harga dan ketersediaan stok barang. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, kendala yang sering dihadapi dalam penjualan adalah terjadinya perang harga di pasar serta keterbatasan ketersediaan barang. Harga menjadi faktor penting karena sangat memengaruhi keputusan pembeli. Untuk mengatasinya, toko biasanya menawarkan produk yang serupa dengan merek berbeda namun memiliki harga yang lebih terjangkau.

Toko Azas menyesuaikan strategi penjualan dengan kebutuhan konsumen sambil tetap menjaga nilai amanah dan etika bisnis Islam, Informan menyatakan: Yang pastinya kami berjualan niat mendapatkan keuntungan , tetapi tidak berlebihan hanya secukupnya saja. Akad juga paasti harus benar penerapannya dan jelas, untuk karyawan harus melaksanakn ibadah sholat 5 waktu, meningkatkan pelayanan kepada konsumen, dalam berjualan harus tetap menerapkan prinsip syariah agar taat menjalankan perintah Allah SWT. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami tetap berupaya melaksanakan ibadah secara konsisten dan

tidak meninggalkannya, karena diyakini bahwa hal tersebut dapat membawa keberkahan bagi usaha yang dijalankan. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Dalam berjualan, kami berupaya meneladani sifat amanah seperti yang diajarkan Nabi, dengan menjaga kejujuran dalam informasi produk. Misalnya, apabila ukuran yang disebut jumbo belum sesuai standar, maka hal tersebut disampaikan secara jujur. Kami juga berusaha memastikan barang yang dikirim sesuai dengan pesanan. Apabila ukuran yang diminta tidak tersedia, misalnya ukuran M kosong, maka akan diganti dengan ukuran L setelah disesuaikan. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, dalam menjalankan usaha toko tetap menerapkan prinsip-prinsip bisnis syariah, seperti mencari keuntungan secara wajar, menerapkan akad yang jelas, serta menjaga kejujuran dan amanah dalam berjualan. Selain itu, karyawan juga diingatkan untuk tetap melaksanakan ibadah, seperti salat lima waktu, agar usaha yang dijalankan mendapatkan keberkahan.

Untuk memastikan kebenaran informasi tersebut, peneliti melakukan observasi secara langsung di lokasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa setiap toko menyediakan variasi produk yang cukup lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen. Peneliti juga mengamati bahwa pelayanan kepada pelanggan dilakukan dengan ramah dan responsif, serta harga yang

ditawarkan relatif bersaing dengan toko lain di sekitar pasar. Selain itu, keberadaan beberapa toko pada lokasi yang berbeda menunjukkan adanya upaya untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan memudahkan akses konsumen dalam melakukan pembelian.

5. Perspektif Ekonomi Syariah dalam Distribusi

Dalam perspektif ekonomi syariah, distribusi harus dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran dan amanah. Antonio menjelaskan bahwa distribusi dalam Islam tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menjaga keadilan dan kepercayaan. Yang pasti pembayaran dulu, misalnya ke ekspedisi harus disegerakan pembayarannya, hutang harus dibayarkan sesegara mungkin karna untuk kenyamanan dalam hubungan anta ar produsen atau ekspedisi. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Keterbukaan kepada pelanggan selalu diutamakan. Misalnya, apabila terjadi kenaikan harga, penjelasan mengenai alasan kenaikan tersebut disampaikan secara jelas agar pelanggan tidak merasa terkejut dan memahami penyebabnya. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Kami berupaya menerapkan kejujuran dalam setiap transaksi. Untuk pengiriman dari kami ke pelanggan, biaya pengiriman umumnya kami tanggung, namun tetap menyesuaikan dengan jarak dan kondisi pengantaran. Apabila lokasi tujuan cukup jauh, pengiriman dapat menggunakan jasa ojek atau transportasi lainnya, dan biaya

tersebut akan ditagihkan kepada pembeli. Pada dasarnya, seluruh ketentuan pengiriman dilakukan sesuai dengan kesepakatan awal. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penerapan prinsip syariah dalam transaksi dilakukan dengan menjaga kejujuran, keterbukaan informasi, serta menepati kesepakatan yang telah dibuat. Pembayaran kepada pihak terkait seperti ekspedisi atau produsen juga diusahakan dilakukan tepat waktu agar hubungan kerja sama tetap baik dan saling percaya.

Prinsip keadilan diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar dan tidak merugikan pihak lain. Ketiga toko berupaya menjaga keseimbangan antara keuntungan usaha dan kemampuan konsumen. Untuk menjaga itu benar-benar menjaga dalam pembayaran, karena kami berani bayar dimuka agar menghindari hutang, supaya menjaga kepercayaan dengan produsen, makanya kami bisa bersaing harga ketika ada kejadian perang harga, kalo misalnya ke konsumen kami bisa memberi waktu dalam pelunasan tetapi hanya orang-orangnya saja seperti pelanggan lama, (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami menetapkan harga secara adil. Namun, apabila pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah besar, biasanya diberikan potongan harga sebagai bentuk apresiasi. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Harga ditetapkan pada tingkat yang wajar, tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal. Namun, apabila

terdapat pihak yang menjual dengan harga sangat rendah hingga berpotensi merusak harga pasar atau mengganggu keberlangsungan usaha, maka langkah penyesuaian juga dilakukan agar tetap dapat bersaing.” (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, kepercayaan dalam usaha dijaga dengan melakukan pembayaran tepat waktu bahkan secara tunai kepada produsen agar terhindar dari utang serta menjaga hubungan baik. Selain itu, toko menetapkan harga yang adil dan memberikan potongan harga bagi pembelian dalam jumlah besar atau pelanggan tertentu, sehingga tetap dapat bersaing di pasar tanpa merugikan pihak lain.

Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas distribusi tidak dipahami semata-mata sebagai kegiatan ekonomi untuk memperoleh keuntungan, melainkan sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Setiap aktivitas usaha, termasuk distribusi barang, dipandang sebagai bentuk pengabdian apabila dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, distribusi tidak hanya menekankan aspek efisiensi dan keuntungan, tetapi juga nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Kita dulu sebagai atasan turun juga bekerja untuk bisa mencontoh kepada karyawan, tidak sistem yang bos bos an yang menyuruh aja, kita juga memberikan kepercayaan kepada keryawan agar mereka merasa dihargai atas kepercayaan tersebut (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami selalu menekankan kepada

karyawan pentingnya kejujuran. Apabila terdapat barang yang kualitasnya kurang baik, seperti terdapat kerusakan atau cacat, hal tersebut harus disampaikan secara jujur kepada pelanggan.” (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026)

Praktik keagamaan juga diterapkan dalam operasional usaha. Pada hari Jumat, sekitar pukul 11.00 toko mulai dipersiapkan untuk tutup sementara guna melaksanakan salat Jumat. Selain itu, pada bulan Ramadan kegiatan usaha tetap berjalan seperti biasa, disertai pengingat untuk melaksanakan ibadah, khususnya salat tepat waktu. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penerapan nilai-nilai syariah dalam pengelolaan karyawan dilakukan dengan memberikan contoh langsung dari pimpinan, menanamkan kejujuran dalam bekerja, serta mengingatkan pentingnya menjalankan ibadah seperti salat tepat waktu. Selain itu, karyawan juga diberikan kepercayaan agar merasa dihargai dan bertanggung jawab dalam pekerjaannya.

Peran pimpinan Toko Azas dalam menerapkan nilai amanah dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan usaha sangatlah penting, Informan Menyatakan: Karna kami punya divisi masing masing untuk barang, misalnya dibagian handuk, itu kami berikan tanggung jawab penuh kepada mereka kalo misalkan ada masalah kepada konsumen misalnya kekurangan barang kami akan menanyakan kepada konsumen maunya bagaimana, bisa dikembalikan uangnya

atau dikirimkan lagi yang kurang. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami menekankan kepada karyawan pentingnya bersikap amanah, jujur, dan memberikan pelayanan yang sesuai. Selain itu, terdapat pelanggan yang terkadang mengalami keterbatasan dana, sehingga sikap saling memahami juga perlu diterapkan dalam menjalankan usaha. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Setiap permasalahan yang muncul harus disesuaikan dengan kondisi yang ada, selama tidak bertentangan dengan ketentuan agama maupun peraturan pemerintah. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, penyelesaian masalah dalam pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan memberikan tanggung jawab kepada masing-masing divisi serta mengutamakan kejujuran dan amanah dalam bekerja. Jika terjadi kesalahan seperti kekurangan barang, toko memberikan solusi kepada konsumen berupa pengembalian uang atau pengiriman ulang barang, dengan tetap memperhatikan aturan agama dan ketentuan yang berlaku.

Pemahaman pemilik atau pengelola Toko Azas bahwa seluruh aktivitas usaha, termasuk distribusi dan penjualan, merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT, Informan menyatakan: Karna bekerja itu ibadah jadi kami memberitahu ke karyawan itu jangan sampai tesalah niat itu dulu kepada allah, karna ikam disini tu ada kewajiban dan tanggung jawab, seperti kita menekankan seperti sholat 5 waktu, keberkahannya disitulah (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kita

niat akan ada sebelum membuka toko ini, gasan membari makan anak lawan bini, lawan karyawan di suruh menerapkan itu jua, karna segala sesuatu itu tergantung niat, misalnya niatnya bagus insyaallah bagus aja (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Berdagang dipandang sebagai bagian dari ibadah, karena sejak awal tujuan usaha adalah untuk menghidupi keluarga. Oleh karena itu, aktivitas berdagang dianggap memiliki nilai ibadah. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, dalam menjalankan usaha para pelaku usaha menekankan pentingnya niat yang baik karena bekerja dan berdagang dianggap sebagai bagian dari ibadah. Selain itu, karyawan juga diingatkan untuk melaksanakan kewajiban seperti salat lima waktu serta menjalankan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab agar usaha yang dijalankan memperoleh keberkahan.

kebijakan usaha dalam memberikan kesempatan kepada pemilik dan karyawan untuk melaksanakan sholat lima waktu tepat pada waktunya, Informan menyatakan: Kalo disini disediakan, namanya kita bejualan mungkin sebagai pimpinan bisa tepat waktu tapi kalaunya karyawan, kalo misalnya inya melayani orang tidak bisa langsung sholat, jadi hab lummiinannas aja, tapi jangan jua dilambat lambati, kalo kami disini. (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Dalam pembagian tugas, apabila terdapat banyak pelanggan, kami saling mengatur secara bergantian

agar pelayanan tetap berjalan dengan baik. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Toko tidak memiliki tempat ibadah khusus karena berada di area pertokoan. Namun, terdapat masjid di seberang toko sehingga pada waktu salat karyawan melaksanakannya secara bergantian agar toko tetap terjaga dan tidak kosong. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, pelaksanaan ibadah salat bagi karyawan tetap diperhatikan meskipun sedang bekerja. Karyawan biasanya melaksanakan salat secara bergantian agar pelayanan kepada pelanggan tetap berjalan dan toko tidak kosong. Tempat salat dapat menggunakan fasilitas yang tersedia di sekitar toko, seperti masjid yang berada di dekat lokasi usaha.

Upaya Toko Azas dalam menghindari praktik israf (pemborosan) dan ihtikar (penimbunan) dalam pengelolaan persediaan barang, Informan menyatakan: Jadi manajemen persedianya lah, makanya kamikan ada karyawan yang bertanggung jawab masing-masing dengan barang jagaannya, kadang ada barang ni yang ada taergetnya, misalnya ada barang yang lambat keluarnya itu kada kami pesan lagi, mending kita menjaga stock supaya aman dari pada mengambil target yang kada seapa, kalo penimbunan itu kada bakal terjadi karna itu kerugian kita juga (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) kadada pernah melakukan hal yang kaitu karna kan ini jua barang konveksi, orang misalnya ada duitnya nungkar mun kadada kada nungkar dulu (bukan kebutuhan pokok) (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi,

3 Januari 2026) Kami tidak melakukan penimbunan barang. Apabila stok habis, kami akan melakukan pemesanan kembali, karena produk yang dijual tidak termasuk barang kebutuhan pokok seperti gas atau bahan makanan.” (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, toko tidak melakukan penimbunan barang karena dapat menimbulkan kerugian. Manajemen persediaan dilakukan dengan mengatur stok secara terkontrol serta menugaskan karyawan untuk bertanggung jawab pada masing-masing jenis barang. Jika ada barang yang kurang diminati atau lambat terjual, maka biasanya tidak dilakukan pemesanan ulang agar persediaan tetap seimbang.

Penerapan prinsip amanah dan etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan konsumen melalui strategi penjualan yang dijalankan Biasanya misalnya langganan itu sudah lama itu kami beri wadai atau parcel misanya inya nungkar tebanyak itu kami beri jua untuk supaaya langganan ni senang (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Kami memberikan contoh pelayanan kepada konsumen, misalnya dengan menerima pengembalian barang yang rusak atau penukaran ukuran apabila tidak sesuai. Pelanggan cukup membawa nota pembelian sebagai bukti transaksi. Apabila harga barang pengganti sama, maka tidak dikenakan biaya tambahan. Namun, jika terdapat selisih harga, maka akan disesuaikan dengan menambah atau mengembalikan selisih tersebut. (Furqan

Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Apabila pelanggan meminta layanan pengantaran di sekitar area pasar, dalam jarak sekitar 2–3 km, kami masih dapat mengantarkannya. Selain itu, apabila pelanggan meminta barang diantarkan ke ekspedisi tertentu, permintaan tersebut juga dapat dipenuhi. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, pelayanan kepada pelanggan dilakukan dengan memberikan berbagai bentuk perhatian seperti hadiah atau parcel kepada pelanggan setia, kemudahan penukaran barang jika terdapat kerusakan atau ketidaksesuaian ukuran, serta layanan pengantaran barang untuk jarak tertentu atau ke ekspedisi sesuai permintaan pelanggan. Proses transportasi distribusi di Toko Azas dilakukan secara Amanah, terutama terkait biaya, waktu pengiriman, dan risiko kerusakan barang, Informan menyatakan: Kalo itu kita jaga amanah jua kalo misalnya kita percaya lawan nasru kita lawan inya ja kada yang selingkuh ke lain nah itu jaga amanah lah misalnya jua pembayaran itu tepat waktu dan kada lambat, intinya pembayaran tu yang paling penting” (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Prinsip utama yang dijunjung dalam menjalankan usaha adalah Amanah (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Pelaksanaan pengantaran barang umumnya kembali mengacu pada kesepakatan awal yang telah disepakati bersama. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, hubungan kerja sama dengan pihak ekspedisi dijaga melalui sikap amanah, seperti menepati kesepakatan yang telah dibuat serta melakukan pembayaran tepat waktu. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kepercayaan dan kelancaran kerja sama antara kedua belah pihak.

Strategi penjualan yang diterapkan Toko Azas dalam meningkatkan penjualan sekaligus menjaga kejujuran dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen, Informan menyatakan: Kalo kami disini di grosir tu rata-rata harga tu pasti dah kada yang meambil harga tinggi karna pelanggan tu bukan end user lah kalo misalnya end user jua masih bepikir disini disana harganya lebih murah ini itu, tapi kami menjaga kualitas barang dan harga, kami jua menjelaskan kenapa harga suatu barang ini mahal atau spesifikasi kualitasnya bagaimana (Naimah, Komunikasi Pribadi, 31 Desember 2025) Apabila terdapat barang yang cacat atau rusak, barang tersebut dapat dikembalikan, dan kondisi kerusakan harus disampaikan secara transparan kepada konsumen. (Furqan Rahman, Komunikasi Pribadi, 3 Januari 2026) Harga ditetapkan secara kompetitif tanpa menjatuhkan pihak lain, serta diharapkan adanya sikap saling menjaga dalam persaingan. Keuntungan tidak diambil terlalu besar agar pelanggan tetap dapat berjualan, namun juga tidak terlalu kecil agar usaha tetap dapat berjalan dengan baik. (Khairil Muzakki, Komunikasi Pribadi, 19 Januari 2026)

B. Table Rekap Hasil Wawancara

Tabel 4.5 Hasil Rekap wawancara

No	Aspek	Jawaban
1.	Distribusi	Perencanaan distribusi berbasis anggaran (budget), Penyesuaian dengan kondisi pasar dan musim penjualan, Adanya hubungan kerja sama dan negosiasi dengan supplier serta ekspedisi, Strategi antisipasi keterlambatan pengiriman, Fokus pada efisiensi biaya distribusi, Manajemen risiko dalam pengiriman.
2.	Pengelolaan persediaan barang	Alur distribusi barang terstruktur dan melalui jalur laut, Sumber barang dari pabrik/supplier utama, Perencanaan stok berdasarkan musim dan pengalaman usaha, Pengendalian persediaan untuk menghindari kerugian, Kerja sama antar toko dalam

		satu grup, sistem pencatatan yang masih manual.
3.	Transportasi	Menggunakan satu ekspedisi langganan (Eksp. Nasru), Hubungan kerja sama yang kuat dan berkelanjutan, Risiko pengiriman diakui tetapi jarang terjadi, Perencanaan pengiriman mempertimbangkan kondisi alam, Penambahan stok sebagai antisipasi keterlambatan, Adanya evaluasi kerja sama dengan ekspedisi.
4.	Strategi penjualan	Promosi sederhana dan berbasis relasi melalui WhatsApp, live TikTok (tanpa TikTok Shop), serta dari mulut ke mulut. Fokus pasar masih regional dan mengandalkan pelanggan lama, Pelayanan menjadi strategi utama penjualan, Fokus pada penjualan grosir dan pelanggan langganan, Evaluasi rutin terhadap penjualan dan

		karyawan, Penetapan harga mengikuti kondisi pasar, Tantangan utama: perang harga dan ketersediaan stok, Penjualan dilakukan dengan keuntungan yang wajar, kejujuran, menjaga amanah, kesesuaian barang dengan pesanan, serta menanamkan nilai ibadah dalam aktivitas usaha.
5.	Perspektif Ekonomi Syariah dalam Distribusi	Menekankan kejujuran dalam transaksi, Sepakat menjaga amanah dan kepercayaan, Menerapkan harga yang adil dan tidak berlebihan, Menilai pelayanan konsumen sangat penting, menanamkan nilai ibadah dalam aktivitas bisnis, Menolak praktik yang merugikan pasar (Tidak menimbun barang, tidak merusak harga pasar)

C. Pembahasan

1. Aspek Distribusi Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem distribusi penjualan pada Toko Azas Thoyba, Toko Azas Farira, dan Toko AA Pasar Samudera dilakukan melalui saluran distribusi tidak langsung dengan melibatkan pemasok dan jasa ekspedisi. Pola distribusi ini dipilih karena dinilai paling sesuai dengan kondisi usaha, lokasi pasar, serta kemampuan operasional toko.

Distribusi barang dilakukan secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan ketersediaan stok dan permintaan konsumen. Ketika persediaan mulai menipis, pemilik toko segera melakukan pemesanan ulang kepada pemasok agar tidak terjadi kekosongan barang. Selain itu, terdapat pula praktik distribusi internal antar toko Azas, di mana satu toko dapat membantu toko lain apabila mengalami kekurangan stok.

Praktik distribusi internal tersebut menunjukkan adanya kerja sama dan koordinasi yang baik antar unit usaha. Distribusi tidak hanya dipahami sebagai proses pemindahan barang, tetapi juga sebagai upaya menjaga kelangsungan penjualan dan kepuasan konsumen. Sistem ini memungkinkan toko tetap dapat melayani pembeli meskipun terdapat keterbatasan dalam persediaan di satu lokasi tertentu.

Meskipun sistem distribusi masih dilakukan secara konvensional, distribusi yang diterapkan telah mampu menjalankan fungsi dasarnya dengan cukup efektif. Namun, belum adanya sistem distribusi yang terintegrasi secara administratif menyebabkan proses distribusi sangat bergantung pada pengalaman dan ingatan pelaku usaha. Hal ini berpotensi menimbulkan keterlambatan pengambilan keputusan apabila terjadi lonjakan permintaan secara tiba-tiba. Hal ini berkesesuaian dengan penelitian yang dilakukan oleh Philip Kotler & Gary Armstrong, 2018

2. Aspek Pengelolaan Persediaan

Pengelolaan persediaan pada Toko Azas dilakukan berdasarkan pengalaman usaha dan pengamatan langsung terhadap pola penjualan. Pemilik toko menyesuaikan jumlah persediaan dengan barang yang memiliki tingkat perputaran tinggi. Barang yang sering dibeli konsumen akan ditambah stoknya, sedangkan barang yang kurang diminati akan dikurangi pemesanannya.

Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya pengendalian persediaan agar modal usaha tidak terikat terlalu lama pada stok barang. Pengelolaan persediaan juga disesuaikan dengan kondisi modal, sehingga pemesanan barang dilakukan secara hati-hati agar tidak menimbulkan kerugian akibat penumpukan barang.

Pengelolaan persediaan yang diterapkan bersifat fleksibel dan responsif terhadap perubahan permintaan pasar. Namun, sistem pencatatan persediaan masih dilakukan secara manual, sehingga pengawasan jumlah stok belum dilakukan secara terstruktur. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian antara stok fisik dan catatan persediaan apabila terjadi kesalahan pencatatan.

Meskipun demikian, pengelolaan persediaan yang dilakukan masih mampu mendukung kelancaran penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman usaha memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan persediaan, terutama dalam konteks usaha kecil dan menengah di pasar tradisional. (Jay Heizer, Barry Render, 2020)

3. Aspek Transportasi

Transportasi merupakan unsur penting dalam mendukung sistem distribusi pada Toko Azas. Proses pengiriman barang dari pemasok ke toko dilakukan melalui jasa ekspedisi yang telah dipercaya dan digunakan secara berulang. Pemilihan jasa ekspedisi didasarkan pada faktor keandalan, keamanan, serta kemudahan komunikasi.

Transportasi berperan sebagai penghubung utama dalam rantai distribusi. Kelancaran transportasi sangat memengaruhi ketersediaan barang di

toko. Apabila terjadi keterlambatan pengiriman, maka ketersediaan barang di toko juga akan terganggu, yang pada akhirnya dapat memengaruhi penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendala transportasi yang dialami relatif terbatas, seperti keterlambatan pengiriman atau risiko kerusakan barang. Kendala tersebut umumnya dapat diantisipasi dengan melakukan pemesanan lebih awal dan menjaga persediaan cadangan. Meskipun belum sepenuhnya optimal, sistem transportasi yang digunakan masih mampu mendukung kelancaran distribusi secara umum.

Transportasi dalam konteks ini tidak hanya dipahami sebagai pemindahan barang secara fisik, tetapi juga sebagai bagian dari perencanaan distribusi yang harus disesuaikan dengan kondisi pasar dan kemampuan usaha. (Jay Heizer, Barry Render, 2020)

4. Aspek Strategi Penjualan

Strategi penjualan yang diterapkan pada Toko Azas lebih menitikberatkan pada pelayanan kepada pelanggan, penetapan harga yang wajar, serta hubungan jangka panjang dengan konsumen. Pelayanan yang ramah dan jujur dipandang sebagai faktor utama dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan pasar.

Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan kemampuan beli konsumen. Harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi agar tetap terjangkau oleh masyarakat, namun tetap memberikan keuntungan yang cukup bagi usaha. Strategi ini bertujuan menjaga keseimbangan antara kepuasan konsumen dan keberlangsungan usaha.

Promosi penjualan masih dilakukan secara sederhana, seperti melalui komunikasi langsung dan informasi dari mulut ke mulut. Meskipun belum memanfaatkan media digital secara maksimal, strategi ini masih efektif dalam menjangkau pelanggan tetap di pasar tradisional.

Strategi penjualan yang berorientasi pada hubungan jangka panjang menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan sesaat, tetapi juga keberlanjutan usaha. Pendekatan ini mencerminkan upaya membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. (Michael Levy & Barton A. Weitz, 2017)

5. Distribusi dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Distribusi dalam perspektif ekonomi syariah dipahami sebagai aktivitas yang memiliki dimensi moral dan spiritual. Aktivitas distribusi tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menjaga nilai kejujuran, amanah, dan keadilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik distribusi pada Toko Azas telah mencerminkan penerapan nilai-nilai tersebut.

Kejujuran tercermin dalam penyampaian informasi terkait kondisi barang kepada konsumen. Apabila terdapat barang yang memiliki cacat atau kekurangan, pihak toko menyampaikan hal tersebut secara terbuka. Amanah tercermin dalam tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas barang dan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kesepakatan.

Keadilan dalam distribusi diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar dan tidak merugikan konsumen. Pelaku usaha berusaha menjaga agar harga tetap terjangkau meskipun terdapat kenaikan biaya operasional. Praktik ini menunjukkan adanya kesadaran bahwa keberkahan usaha lebih diutamakan daripada keuntungan semata.

Distribusi juga dipandang sebagai bagian dari ibadah, di mana aktivitas usaha dijalankan dengan niat yang baik dan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Aktivitas ekonomi dan ibadah berjalan secara seimbang, sehingga

usaha yang dijalankan diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga secara sosial dan spiritual.(Antonio, 2001)