

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### A. Konteks Penelitian

Usaha dalam kegiatan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber daya yang dimiliki kedalam kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang dapat dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.

Fenomena perkembangan usaha di Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup besar. Hampir tidak ditemukan sebuah merek dapat berjalan sendiri tanpa adanya persaingan. Dengan banyaknya persaingan dapat mengarahkan segenap kemampuan dalam menghadapi persaingan.<sup>1</sup>

Saat ini usaha ritel di Indonesia tumbuh dan berkembang bagaikan musim jamur dimusim hujan. Ritel menyebar dimana-mana untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Khususnya, Halal Mart di Kecamatan Pesantren adalah salah satu toko eceran (*retailing*) yang menjual barang yang berfokus pada produk barang konsumsi yang halal dan berkualitas dengan berazaskan *Thibunnabawi*.

---

<sup>1</sup> Bernard E. Silaban Sukardi Arifin, *Analisis Perbandingan Ekuitas Merek pada Minimarket Alfamart dan Indomaret*, Institut Nusantara Indonesia, 2012, 1.

Halal Mart di dapat pada tiga tempat dalam satu wilayah Kecamatan Pesantren. Halal Mart Jamsaren yang terletak di dekat jalan raya menjadikan lokasi usaha tersebut strategis. Halal Mart Tinalan dan Halal Mart Pesantren memiliki lokasi yang berbeda dengan Halal Mart Jamsaren yaitu berada di sekitar pemukiman warga. Dari ketiga Halal Mart tersebut memiliki satu sistem manajemen yang sama dalam pengelolaan usahanya. Namun dalam menjalankan usaha pada setiap Halal Mart memiliki cara-cara yang berbeda pada saat melayani konsumen.

Pada Halal Mart Jamsaren membuat terobosan baru dengan sistem pelayanan yang berbeda dengan yang lain, artinya konsumen mengambil sendiri produk yang diinginkan, tetapi tidak semua produk konsumen dapat mengambil sendiri. Hanya produk-produk tertentu saja. Hal ini jelas memudahkan bagi calon pembeli maupun pemilik usaha, selain pelayanan tersebut lebih cepat dan tidak menunggu lama bagi konsumen serta memudahkan antara kedua belah pihak yaitu konsumen dengan pemilik (*owner*) Halal mart itu sendiri.

Suatu usaha dapat bertahan lama dari tahun ke tahun tidak lepas dari strategi usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha. Sebagaimana usaha Halal Mart di Kecamatan Pesantren berjalan dengan baik karena usaha ini memiliki kualitas produk yang bagus, dimana produk yang ditawarkan berbeda dengan ritel lain. Selain produk tersebut hanya terdapat pada Halal Mart, produk tersebut juga produk halal yang berkualitas dengan pembuktian sertifikat halal yang di keluarkan oleh MUI. Hal lain yang

menjadikan pertimbangan pada Halal Mart adalah kualitas bahan yang digunakan pada setiap produk yang dihasilkan yaitu dari bahan-bahan herbal yang memberikan manfaat tersendiri bagi konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut, sehingga usaha Halal Mart di Kecamatan Pesantren telah merencanakan pemasaran yang siap mencapai keunggulan bersaing dalam sebuah usaha.<sup>2</sup>

Hal lain adalah Halal Mart memberikan jaminan bagi produk yang dimiliki. Hal ini dapat memberikan konsumen kepercayaan terhadap produk yang dibeli, selain kehalalan dan *kethaharahannya*. Jadi, Halal Mart dapat menjelaskan bahwa makanan yang halal dan baik yang menjadi darah daging manusia akan membuat menjadi taat kepada Allah SWT. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia pada ketaqwaan harus memenuhi materi yang halal, proses pengelolaan yang bersih, dan penyajian Islami.<sup>3</sup>

Halal Mart dinilai memiliki nilai prospektif dalam perkembangan usaha sehingga menimbulkan persaingan. Persaingan lain yang muncul yang menjadi permasalahan adalah minimarket dengan sistem waralaba yang bersaing pada pangsa pasar yang sama yaitu pasar ritel.<sup>4</sup>

Tren minimarket muncul akibat kebutuhan manusia dan perkembangan ekonomi yang meningkat. Meningkatnya jumlah atau

---

<sup>2</sup> Hasil observasi melalui wawancara dan dokumentasi pada Halal Mart di Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

<sup>3</sup> Agung Yulianto, *Panduan Sukses*, (Jakarta: HNI, 2012), 10. (Yang menjadi rujukan dalam menjalankan usaha Halal Mart di Kecamatan Pesantren)

<sup>4</sup> Rusno, *Dampak Pesatnya Minimarket Waralaba terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel)*, Jurnal Ekonomi Modernisasi, Volume 4 Nomor 3, 2008, 195.

menjamurnya minimarket dikarenakan jumlah penduduk yang semakin pesat dan perekonomian masyarakat semakin meningkat. Dengan meningkatnya perekonomian masyarakat secara tidak langsung akan meningkatkan daya beli dan kebutuhan yang semakin bertambah, dan kenyamanan dalam berbelanja lebih diutamakan, serta kualitas barang juga diperhatikan oleh konsumen. Keberadaan minimarket yang lebih menjamur di sejumlah wilayah menunjukkan dampak positif dan negatif.

Dimana untuk profitnya menunjukkan kemajuan sistem usaha dari tradisional ke modern, akan tetapi jika dilihat dampak negatif sistem perdagangan tersebut membuat para pedagang tradisional lemah dalam persaingan usaha. Selain itu, barang-barang yang dijual di minimarket relatif lebih murah dan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional. Perbedaan mendasar dari usaha tradisional dengan minimarket ada dalam pelayanan, bentuk gerai, dan tingkat keamanan. Oleh sebab itu, minimarket haruslah menyediakan produk dalam berbagai jenis, merek, dan ukuran. Karena dengan tersedianya keanekaragaman produk yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, maka dapat meningkatkan volume penjualan.

Meningkatnya jumlah pasar modern di Kota Kediri memicu banyak masyarakat berbelanja di pasar modern karena alasan praktis, bersih dan efisien, maupun karena alasan gengsi dan gaya hidup. Sebuah minimarket haruslah menjual segala macam barang yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah selengkap sebuah

supermarket. Minimarket hanya menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang apa saja yang dibutuhkan. Jadi, konsep usaha minimarket pada intinya murah, cepat, nyaman dan aman. Sehingga konsumen tidak perlu berfikir untuk masuk dan berbelanja di minimarket, karena sudah pasti mendapatkan pelayanan yang baik, juga kenyamanan dalam berbelanja.

Dalam tida dekade terakhir minimarket Indomaret dan Alfamat memberikan kontribusi dalam sektor pembangunan ekonomi Kota Kediri dalam segi positifnya, yaitu memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan. Akan tetapi dari segi negatif, pendirian minimarket Indomaret dan Alfamarrt mengganggu mata pencaharian usaha lain yang sudah berdiri lama di sekitar lokasi pendirian usaha minimarket Indomaret dan Alfamart. Masalah tentang jarak usaha minimarket Indomaret dan Alfamart yang pada kenyataannya tidak memenuhi jarak minimal pendirian usaha, yaitu kurang dari 500m<sup>2</sup>.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilihat dengan belum ada upaya konkret dalam melindungi usaha kecil karena adanya perdagangan bebas sehingga diberikan kesempatan bagi semua pihak dalam berusaha. Selain itu minimarket memberikan jadwal operasional selama 24 jam, sehingga dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi kapan pun untuk memenuhi kebutuhan. Tidak seperti usaha lain yang biasanya jam operasionalnya sesuai dengan keinginan mereka. Dikarenakan usaha

tersebut milik mereka pribadi tanpa terkait dengan standar operasional yang ditetapkan oleh peraturan.

Hal lain adalah minimarket Indomaret dan Alfamar berdiri di sepanjang jalur lalu lintas dan kawasan padat penduduk menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan segmentasi pasar yang dituju oleh pengelola Indomaret dan Alfamart. Ada bagian survei sendiri yang dipilih sebagai minimarket Indomaret dan Alfamart. Tidak hanya tempat yang strategis saja yang menjadi bahan pertimbangan berdirinya minimarket Indomaret dan Alfamart akan tetapi keadaan lingkungan masyarakat dari faktor mata pencaharian sehingga mempengaruhi daya beli dalam memenuhi kebutuhan hidup juga menjadi faktor pendirian bagi Indomaret dan Alfamart tersebut.

Suatu perusahaan ritel dengan ritel lainnya saling bersaing memberikan produk dan jasa terbaik, memuaskan konsumen, dan merebut pangsa pasar. Untuk bisa merebut pangsa pasar, perusahaan ritel dituntut untuk selalu berinovasi dan harus memberikan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan competitor. Tidak lupa perusahaan harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi supaya bisa meningkatkan efisiensi perusahaan dengan menggunakan teknologi terbaru.<sup>5</sup>

Perkembangan luar biasa minimarket dengan pangsa pasar ritel hingga kini mencapai 70% tentu mempunyai dampak bagi usaha ritel serupa yang memiliki skala lebih kecil seperti toko yang ada di

---

<sup>5</sup> Hasil observasi pengamatan Minimarket di Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

pemukiman. Bagaimana tidak jika kebiasaan konsumen berbelanja disekitar pemukiman beralih pada tempat ber AC yang lebih nyaman dan kebebasan berbelanja. Keadaan ini mendorong timbulnya persaingan dalam usaha maka setiap pengusaha akan berlomba-lomba untuk menjadi dominasi.<sup>6</sup>

Maka usaha membutuhkan strategi sebagai salah satu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi merupakan proses manajemen yang akan mendapat sebuah usaha pada posisi yang dikehendaki. Menurut Muhammad Husni Mubarak dalam bukunya *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif* mengemukakan bahwa strategi adalah pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi dimasa yang akan datang dengan mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan.<sup>7</sup> Oleh karena itu, usaha harus mengalokasikan sumber daya secara maksimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan, banyak usaha di Indonesia baik yang berskala besar, menengah maupun kecil mulai menata ulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap tujuan strategi yang didasarkan atas kebutuhan pasar.

Tingkat persaingan pada lingkungan usaha semakin hari semakin ketat, karena setiap pelaku usaha berusaha untuk meningkatkan rating

---

<sup>6</sup> Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), 34.

<sup>7</sup> Muhammda Husni Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Yogyakarta: Idea Press, 2009), 4.

pasar dan meraih konsumen baru, pelaku usaha harus bisa melihat peluang usaha yang ada dan menerapkan strategi usaha yang tepat agar bisa bertahan dan menyaingi pelaku usaha lain sehingga tujuan usahanya dapat dicapai. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, perbedaan dalam menerapkan strategi usaha yang dilakukan pelaku usaha menjadi suatu keharusan. Keunggulan dasar yang diperoleh pelaku usaha ketika mampu menerapkan strategi usaha yang tepat maka dapat meningkatkan usahanya.

Tujuan strategi bersaing untuk suatu unit usaha dalam sebuah industri salah satunya menemukan posisi dalam industri tersebut dimana pengusaha dapat melindungi diri sendiri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan daya persaingan.<sup>8</sup> Persaingan yang wajar dengan memenuhi aturan main tertentu disebut persaingan sehat, namun dampak negatif terhadap keberlangsungan usaha perlu diantisipasi.

Di era sekarang ini, orientasi dari sebuah usaha adalah mencari keuntungan semata (*profit-oriented*). Prinsip dasar ini yang kemudian diterima secara luas dalam dunia usaha adalah *business is business*. Dengan hal prinsip tersebut, sebuah usaha bisa menghalalkan segala macam cara untuk bisa meraih keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sehingga seringkali terjadi gesekan-gesekan kepentingan baik dalam internal maupun pihak eksternal.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Michael Porter, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 35.

<sup>9</sup> *Ibid*, 195.

Namun, saat ini usaha tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan semata dan menghalalkan segala macam cara untuk meraihnya, tetapi juga harus memerhatikan rangkaian proses aktivitas manajemen strategis syariah yang mencakup segala keputusan harus didasarkan pada ketentuan-ketentuan syariah Islam. Yaitu tidak bertentangan dengan Al-Quran dan Hadist, dengan mengedepankan aturan halal dan haram, kerjasama menguntungkan sebuah pihak, tidak serakah dan tidak merugikan pihak lain.<sup>10</sup>

Dari paparan data di atas menunjukkan bahwa dengan adanya permasalahan seperti, jumlah pengunjung minimarket lebih banyak dibandingkan dengan ritel Islam, memiliki banyak produk yang ditawarkan, melayani seluruh kalangan konsumen, dan memiliki lokasi yang strategis. Dengan permasalahan di atas ritel Islam perlu membuat strategis bisnis untuk mendukung usahanya dan harus sesuai dengan manajemen strategis syariah. Dari paparan tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul: **“STRATEGI BISNIS RITEL ISLAM MENGHADAPI PERSAINGAN MINIMARKET DALAM PERPEKTIF MANAJEMEN STRATEGIS SYARIAH (Studi pada Halal Mart di Kecamatan Pesantren Kota Kediri)”**.

---

<sup>10</sup> Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 62.

## B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi bisnis ritel Islam menghadapi persaingan Minimarket di Kecamatan Pesantren Kota Kediri?
2. Bagaimana strategi bisnis ritel Islam menghadapi persaingan Minimarket di Kecamatan Pesantren Kota Kediri dalam perspektif manajemen strategis syariah?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi bisnis ritel Islam menghadapi persaingan Minimarket di Kecamatan Pesantren Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis ritel Islam menghadapi persaingan Minimarket di Kecamatan Pesantren Kota Kediri dalam perspektif manajemen strategis syariah.

## D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan referensi para akademis dan juga dapat menjadikan landasan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

## 2. Masyarakat

- a. Sebagai masyarakat pelaku usaha, penelitian ini sebagai referensi untuk meningkatkan usaha dan dapat bersaing dengan pasar modern.
- b. Sebagai masyarakat (konsumen) akan menambah pengetahuan dan wawasan tentang eksistensi ritel.

## E. Telaah Pustaka

1. Nurul Istiqomah, Nim 211256, Sekolah Tinggi Negeri Kudus 2015 dengan judul *Studi Analisis Pemasaran Bisnis Ritel pada Minimarket Java Mart di Desa Cangkring Pos Kec. Karanganyar Kab. Demak ditinjau dari Perspektif Bisnis Syariah*. Metode penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini mendeskripsikan tentang strategi pemasaran ritel pada minimarket Java Mart di desa Cangkring Pos Kec. Karanganyar Kab. Demak, diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Java Mart menggunakan perumusan pemasaran, dan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Persamaan penelitian ini adalah obyek yang diambil sama yaitu mengenai bisnis ritel pada persaingan minimarket. Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu lebih menjelaskann mengenai pemasaran dari perpektif bisnis syariah, sedangkan pada penelitian ini pada persaingan dari perpektif manajemen strategis syariah.

2. Septi Budi Utami, Nim 1223203036, Institusi Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul *Strategi Pengusaha Tahu untuk Menghadapi Persaingan antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam*. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini mengemukakan bahwa pengusaha tahu dalam menghadapi persaingan antar pengusaha yang ada di Desa Limbangan dilakukan dalam bentuk penetapan harga, penetapan tempat pemasaran, promosi yang dilakukan, serta proses produksi. Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai persaingan usaha. Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu lebih membahas mengenai persaingan pengusaha tahu dalam perpektif etika bisnis Islam sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai ritel Islam dan minimarket waralaba dalam perspektif manajemen strategis syariah.
3. Khoirun Nisa', Nim 211251, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus 2015 dengan judul *Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha di Gribig Kudus)*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian ini mengemukakan bahwa dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan pemilik bisnis ritel Islam di Gribig Kudus hanya melakukan strategi *right product, right quantity, and right price*. Sedangkan faktor-faktro yang dialami peritel Islam dalam menghadapi pesatnya minimarket waralaba adalah faktor pendukung antara lain: lokasi toko, harga yang tepat dan sebagainya. Selain itu faktor

penghambat meliputi: lemahnya kemampuan pengambilan keputusan dan lemahnya promosi di media sosial karena pengetahuan bagi peritel Islam tentang ilmu teknologi informasi dan komunikasi masih kurang. Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai ritel islam menghadapi persaingan minimarket. Perbedaan penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu menggunakan strategi 6R dalam *Retailing* sedangkan pada penelitian ini analisis strategi menggunakan manajemen strategis syariah.

Berdasarkan penelitian diatas yang peneliti gunakan sebagai acuan penelitian dalam membahas mengenai strategi persaingan ritel Islam menghadapi persaingan minimarket Indomaret di Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Dapat penyusun pastikan bahwa peneliti akan membahas ini merupakan penelitian orisinil atau tidak plagiat.