

Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan 4 (2) 2020. P: 41-56

PROFIT : JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN PERBANKAN

<https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>

P-ISSN : 2685-4309 E-ISSN : 2597-9434

STRATEGI PENINGKATAN PROFIT USAHA RITEL PADA PONDOK PESANTREN

Dr. H. Moh. Rifa'i, M.Pd

Universitas Nurul Jadid Paiton

mohrifaiahmad@gmail.com

*

Abstract

Increasing retail business profit is the main goal in trading business management. The implication is to contribute to the welfare and development of other retail businesses. However, not all managers can focus on increasing profits for the retail businesses they manage. Many of these efforts are just running away but have not met the required targets, due to various reasons that have developed. Of course, in this case it is necessary to find a solution by learning through research in order to find effective and efficient strategies to do in increasing retail business profits.

This study aims to describe the strategy to increase retail business profit at MJ Swalayan at Al-Mashduqiah Kraksaan Islamic Boarding School, Probolinggo. The research approach is qualitative with the type of case study. Using in-depth interviews, participant observation, and documentation as data collection techniques. While the data analysis technique applied is the Miles and Huberman model using data reduction, data presentation, drawing conclusions and data verification. By testing the validity of the data through credibility with the source triangulation technique.

The results show that in order to increase retail business profit, MJ Swalayan management uses the following strategies; recruitment and selection of Professional HR, implementing SOP (Standard Operating Procedure) for retail services, implementing controlling, ideal merchandising, completing merchandise, establishing cooperation, implementing automatic retail and wholesale pricing systems, implementing low pricing determination, FGC (Focus Group Discussion) on a regular basis, and direct response and problem solving.

Key Word: *Profit Increase Strategy, Islamic Boarding School retail*

A. PENDAHULUAN

Allah SWT telah memberikan kesempatan besar kepada hambaNya untuk menjalankan kehidupan di dunia melalui usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang perdagangan itu tidak dilarang dalam syariah Islam, agar dapat melaksanakan kewajiban-kewajiban kepada Allah SWT. Rasulullah SAW menjelaskan rezeki terbanyak yang diberikan oleh Allah SWT adalah usaha perdagangan sebagaimana juga dilakukan oleh beliau. Sebagaimana hadits berikut:

Artinya: “Sembilan dari sepuluh rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha beternak”. (HR. Ibnu Manshurur).

Peningkatan pendapatan profit (Keuntungan/laba) pada suatu unit usaha perdagangan merupakan tujuan akhir dari pada kegiatan jual beli yang dilakukan oleh banyak pihak. Laba atau rugi sering digunakan sebagai bahan tolak ukur (*Measurement*) untuk menilai prestasi sebuah perusahaan atau sebagai dasar ukuran penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham dan lain sebagainya. Pendapatan profit yang besar tentu dapat mensejahterakan para pengelola usaha dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, selain juga berimplikasi terhadap mengembangkan usaha-usaha lain yang dimiliki oleh perorangan atau sekelompok orang.

Peningkatan profit usaha ritel tidak semudah yang dibayangkan oleh kita semua. Realitanya masih banyak UMK (Usaha Kecil Menengah) masih belum dapat meningkatkan volume profit secara efektif dan efisien. Sekian banyak dari usaha-usaha ini sekedar berjalan dengan profit yang biasa-biasa saja bahkan dengan pendapatan yang sangat minim sehingga tidak dapat memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan pemilik usaha, apalagi dalam pengembangan usaha.

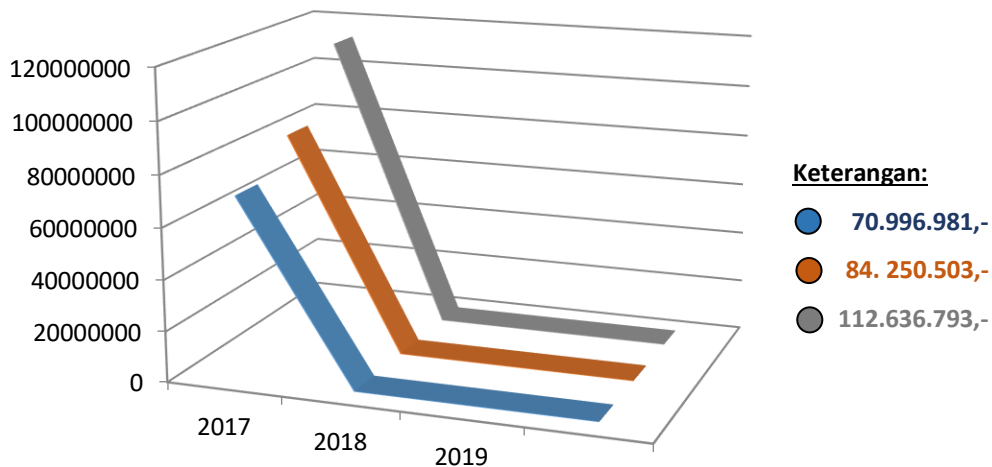
Sekian banyak problematika yang mereka hadapi dari kasus di atas antara lain alasan SDM (Sumber Daya Manusia) tidak handal, modal yang kecil, pengelola tidak mengetahui dan memahami pengelolaan usaha ritel, kurangnya inovasi barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kesulitan dalam mendistribusikan barang, tidak dapat memanfaatkan sarana *online marketing*, tidak memiliki *branding* unit, tidak terwujudnya peningkatan loyalitas konsumen sebagai pihak prioritas yang dilayani, pengelolaan penjualan dan keuangan yang masih manual, tidak adanya kerjasama dalam mengembangkan usaha ritel, revalitas yang kompetitif, serta tidak adanya izin resmi yang dimiliki oleh unit usaha ritel tersebut.

Permasalahan pengembangan usaha ritel Pondok Pesantren hampir terjadi pada semua problematika tersebut di atas. Terutama disebabkan oleh belum terwujudnya SDM yang mumpuni sehingga bisa secara profesional mengelola unit usaha ritel Pondok Pesantren. Problem lain terjadi juga pada kurangnya perhatian pimpinan Pondok Pesantren dalam pengelolannya. SDM yang terlibat masih merupakan santri yang tidak dapat mengambil keputusan yang tepat dalam penentuan strategi peningkatan profit usaha, disebabkan terus menunggu kebijakan pimpinan Pondok Pesantren. Walaupun mereka sudah mendapatkan kegiatan profesionalisasi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pengembangan usaha, terutama oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.

Maka dalam rangka mencari solusi bagi permasalahan-permasalahan usaha ritel di atas, tentu pengelola usaha ritel perlu untuk melakukan kegiatan pengelolaan yang fokus kerja terhadap peningkatan profit usaha ritel tersebut. Fokus kerja yang dimaksudkan adalah bahwa manajer sebuah usaha ritel perlu melakukan *controlling* terhadap apa yang sudah dihasilkan selama proses jual beli usaha ritelnya sehingga dapat memutuskan komponen apa saja yang perlu dibenahi untuk dapat fokus pada kerja peningkatan pendapatan profit ritel tersebut dengan manajemen yang tepat.

Sebagaimana yang terjadi pada MJ Swalyan (Murah Jaya Swalyan) Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Kraksaan Probolinggo. Unit usaha ritel ini didirikan pada bulan Agustus 2010 dengan model awal berupa barang dagangan kategori oleh-oleh haji dan umrah saja yang bila diuangkan berkisar sejumlah 23.000.000,-. Unit ritel syariah ini dikelola dengan strategi-strategi perdangan yang dapat berimplikasi terhadap peningkatan profit usaha secara berkala. Bila dilihat dari 3 tahun terakhir perkembangan pendapatan profitnya dapat dikodifikasikan bahwa labar bersih pada tahun 2017 sebesar Rp. 70.996.981,-, pada tahun 2018 sebesar Rp. 84.250.503,-, dan

pada tahun 2019 sebesar Rp. 112.636.793,-. Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan profit usaha ritel dalam setiap tahunnya yang berimplikasi positif terhadap kemajuan usaha dan kesejahteraan para pelaku yang ada di dalamnya. Data di atas, bila diilustrasikan dalam bentuk *flowchart* adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Profit 3 Tahun Terakhir MJ Swalayan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti berupaya untuk melakukan penelitian secara intensif menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus dengan judul “*Strategi Peningkatan Profit Usaha Ritel Pondok Pesantren (Studi Kasus pada MJ Swalayan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah).*” Dengan fokus menganalisis dan menemukan apa strategi-strategi yang dilakukan oleh MJ Swalayan dalam rangka meningkatkan profit usaha ritel selama ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*Descriptive Research*) dengan pendekatan kualitatif. Menurut Faisal (1990:01), penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang mencakup pandangan filsafati mengenai *disciplined inquiry* dan mengenai realitas object yang dipelajari dalam ilmu-ilmu sosial dan tingkah laku yang sifatnya teknis metodologis dalam pekerjaan penelitian, sehingga data yang di dapat dari sumber data (Informan) dapat diilustrasikan secara deskriptif.

MJ Swalayan yang berada di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah dijadikan objek penelitian karena memiliki strategi khusus dalam meningkatkan profit usaha ritel selama pengelolaannya. Ia merupakan toko swalayan syari’ah yang telah berdiri sejak bulan Agustus 2010. Beralamatkan di Jl. Ir. Juanda No. 370 Rt. 001 Rw. 006 Patokan Kraksaan Probolinggo. Saat ini asset yang dimilikinya sudah mencapai kurang lebih Rp. 500.000.000,-.

Guna memperoleh data secara holistik dan integratif serta memperoleh relevansi data tentang strategi peningkatan profit usaha ritel ini, maka peneliti melakukan wawancara mendalam (*Indepth interview*), observasi partisipan (*Participant observation*) dan dokumentasi (*Documentation*). Analisis data menggunakan teori Miles & Huberman (1992:16), yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data, menggunakan uji kredibilitas (*Credibility*)

dengan menggunakan pemeriksaan keabsahan data dengan tehnik triangulasi sumber (*Triangulation*). peneliti akan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Sedangkan teori yang digunakan adalah teori Carlos Rojas (2003:26), yang mengemukakan 7 langkah dalam peningkatan alur pendapatan dan profit yaitu:

1. Pengendalian tunai (*Control Cash*).
2. Mengevaluasi pembukuan dan sistem pelaporan keuangan.
3. Fokus pada strategi penyelesaian masalah.
4. Memahami Pasar.
5. Fokus pada *balance sheet*.
6. Merubah proses-proses ke arah peningkatan produktivitas.
7. Sistem komunikasi yang jelas.

C. PEMBAHASAN

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang. *Strategia* dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Secara umum dikemukakan bahwa strategi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) edisi kedua (1989) sebagaimana dikemukakan oleh Iskandarwassid dan Dadang Sunendal (2008:02), strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.

Fred R. David (2008:15) juga mengatakan bahwa strategi merupakan cara guna mencapai tujuan jangka panjang. Sebagaimana dikemukakan juga oleh Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma (2002: 16) bahwa strategi merupakan rencana bersifat integratif dan luas yang menghubungkan keunggulan strategis sebuah perusahaan dengan tantangan-tantangan yang berkembang, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Pengertian strategi secara umum adalah sebuah proses penentuan rencana para pemimpin bisnis yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan pengertian secara khusus, strategi merupakan tindakan-tindakan yang bersifat meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan perspektif tentang apa yang diharapkan oleh para konsumen selanjutnya. Strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi diri (*Core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Maka berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan profit usaha ritel merupakan sebuah rencana integratif yang dirancang dengan memanfaatkan semua sumber daya yang ada untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan bersama dalam musyawarah organisasi guna mengembangkan dan meningkatkan keuntungan usaha ritel secara efektif dan efisien sehingga berimplikasi terhadap kemajuan perusahaan dan kesejahteraan SDM yang bekerjasama.

Kemduian, berdasarkan temuan penelitian yang telah peneliti lakukan tentang strategi peningkatan profit usaha ritel di MJ Swalayan di Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Kraksaan Probolinggo, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Rekrutmen dan Seleksi SDM Profesional

MJ Swalayan melakukan strategi perekrutan dan seleksi SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional guna meningkatkan keuntungan usahanya. Proses pelaksanaan ini dilakukan dengan cara menyebarkan informasi kebutuhan tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan melalui media-media informasi yang berkembang saat ini seperti *whatapps*, *facebook*, dan pamflet-pamflet yang ditempelkan pada beberapa tempat informasi, termasuk ditempelkan pada pintu toko. Setelah dilakukan identifikasi terhadap dokumen yang masuk dari para calon karyawan, maka calon karyawan dipanggil untuk dilakukan tes pada waktu yang ditentukan. Proses TPA (Tes Potensi Akademik) dilakukan secara terpadu dengan pengawasan yang efektif dan efisien. Sedangkan *interview* dilakukan dengan cara face to face secara perseorangan.

Strategi yang dilakukan oleh manajemen MJ Swalayan ini merupakan aplikasi perintah jaran Islam dari pada hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dari Abu Hurairah, sebagai berikut:

Artinya: *"Ketika menyia-nyiakan amanah, maka tunggulah kehancuran. Dikatakan, hai Rasulullah SWT, apa yang membuatnya sia-sia? Rasulullah SAW bersabda : "ketika suatu perkara diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya".*

Dalam surah Al-Qashash ayat 26 Allah SWT juga berfirman sebagai berikut:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ.

Artinya: *"Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".*

Strategi ini juga sejalan dengan pendapat Husein Umar (2008:54) bahwa rekrutmen merupakan suatu kegiatan mencari sebanyak-banyaknya calon tenaga kerja yang relevan dengan lowongan yang disediakan oleh perusahaan dengan cara menginformasikannya melalui lembaga pendidikan, departemen tenaga kerja, biro-biro konsultan, melalui iklan di media masa dan tenaga kerja dari dalam organisasi yang berkaitan. Demikian Melayu S.P mengatakan dalam Veithzal Rivai (2004:158) bahwa rekrutmen merupakan masalah terpenting dalam pengadaan SDM yang relevan. Relevansi dalam rekrutmen dan seleksi SDM menjadi pertimbangan penting dalam peningkatan profit usaha ritel. Maka menurut Hadari Nawawi (2003: 169) calon karyawan harus kualified yang dapat mendukung atas tujuan yang diharapkan oleh perusahaan.

Setelah dilakukan seleksi, maka manajemen MJ Swalayan membangun komitmen karyawan untuk bekerjasama dalam meningkatkan keuntungan usaha. Pergantian karyawan terus menerus berimplikasi terhadap turunnya penjualan. Hal tersebut disebabkan SDM yang kurang berpengalaman, kurang pengetahuan tentang barang dagangan dan kurang pemahaman kebijakan perusahaan sehingga tidak mampu berinteraksi secara efektif dengan konsumen. Selain hal tersebut berimplikasi terhadap meningkatnya biaya rekrutmen dan profesionalisasi karyawan.

Karena itu manajemen MJ Swalayan melakukan beberapa pendekatan dan aktifitas dalam membangun komitmen timbal balik sebagai dikemukakan oleh Mumuh Mulyana (2010:169), antara lain: 1). Meningkatkan keterampilan; 2). Memberdayakan karyawan; 3). Menciptakan hubungan kemitraan dengan karyawan. sedangkan 3 aktivitas manajemen SDM dalam membangun dan mengembangkan komitmen

karyawan melalui hubungan kemitraan sebagai berikut: 1). Mengurangi perbedaan status antar karyawan; 2). Memberikan peluang promosi untuk karyawan lama; 3). Diberlakukan *flexitime* (Sistem penjadwalan pekerjaan yang memungkinkan karyawan memilih waktu kerja) dan *job sharing* (Kerjasama dua karyawan secara sukarela dalam satu pekerjaan).

Hal tersebut dilakukan dalam rangka menguatkan posisi SDM pada MJ Swalayan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sunarto (2004:03) bahwa hal tersebut dilakukan guna memastikan agar organisasi mampu mencapai keberhasilan melalui orang lain yang diseleksi sehingga menjadi tenaga atau kekuatan toko. Strategi ini sedikit berkaitan dengan teori Carlos Rojas (2003:26) pada poin strategi merubah proses ke arah peningkatan produktivitas, yang mana bersumber dari SDM yang kompeten.

2. Implementasi SOP (*Standard Operating Prosedure*) Layanan Ritel

Strategi yang kedua adalah penerapan SOP dalam meningkatkan keuntungan usaha ritel. Implementasinya dilakukan dengan cara memberikan pengarahan bagi calon SDM pada awal akan bekerjasama dan secara berkala setiap minggu bagi semua karyawan agar selalu fokus pada pekerjaan masing-masing mencapai target peningkatan keuntungan usaha ritel yang telah direncanakan. Dengannya kinerja dapat diawasi dengan cara mengendalikan dan menilai relevansi kinerja sebagai *feedback* di masa selanjutnya.

Strategi ini dilakukan sebagai implementasi dari pada firman Allah SWT yang berkaitan dengan ketepatan waktu dan disiplin lain yang berimplikasi terhadap peningkatan usaha yang dilakukan oleh manusia. Sebagaimana firmanNya:

Artinya: "Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah SWT di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. kemudian apabila kamu telah merasa aman, Maka dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman". (QS. An-Nisa: 103).

Strategi fokus pada penyelesaian masalah, merubah proses ke arah peningkatan produktitas, dan strategi komunikasi yang jelas sebagaimana dikemukakan oleh Carlos Rojas (2006:26) secara tidak langsung mewakili strategi yang dilakukan oleh MJ Swalayan dalam meningkatkan profit usahanya. Ia menspesifikkan aturan dalam bekerja yang baik dengan prosedur pelaksanaan yang standar, sehingga memberikan kejelasan bagi semua SDM untuk melakukan kewajibannya masing-masing.

Strategi ini dilakukan agar dapat memberikan kontribusi besar dalam memberikan kemudahan bagi manajemen dan karyawan dalam meningkatkan hasil usaha. Sebagaimana yang disampaikan oleh Indah Puji (2014:35) bahwa fungsi implementasi SOP adalah:

- a. Memperlancar tugas.
- b. Sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan.
- c. Mengetahui hambatan-hambatan secara spesifik dan kemudahan dalam melacak.
- d. Mengarahkan semua karyawan untuk berdisiplin dalam bekerja mencapai target.
- e. Sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

Strategi implementasi SOP yang dilakukan oleh MJ Swalayan juga agar bermanfaat pada beberapa hal yang telah ditentukan dalam Permenpan No. PER/21/M-PAN/11/2008, antara lain:

- a. Sebagai standarisasi cara yang dilakukan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan khusus, mengurangi kesalahan dan kelalaian.
- b. SOP membantu karyawan menjadi lebih mandiri dan tidak tergantung pada intervensi manajemen, sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksanaan proses sehari-hari.

- c. Meningkatkan akuntabilitas dengan mendokumentasikan tanggung jawab khusus dalam melaksanakan tugas.
- d. Menciptakan ukuran standar kinerja karyawan dalam memperbaiki kinerja serta membantu mengevaluasi usaha yang telah dilakukan.
- e. Menciptakan bahan-bahan *training* yang dapat membantu karyawan baru dalam bekerja dengan efektif dan efisien.
- f. Menunjukkan kinerja bahwa organisasi efisien dan dikelola dengan baik.
- g. Menyediakan pedoman bagi setiap pegawai di unit pelayanan dalam melaksanakan pemberian pelayanan sehari-hari.
- h. Menghindari tumpang tindih pelaksanaan tugas pemberian pelayanan.
- i. Membantu penelusuran terhadap kesalahan-kesalahan prosedural dalam memberikan pelayanan.
- j. Menjamin proses pelayanan tetap berjalan dalam berbagai situasi.

3. Implementasi *Controlling*

Manajer MJ Swalayan melakukan pengawasan terhadap berbagai aspek pendukung peningkatan profit usaha ritel. Pengawasan antara lain dilakukan pada laporan keuangan dari kasir toko yang dicek setiap minggu sekali, perkembangan kinerja SDM, perputaran barang dagangan dengan memanfaatkan kartu stok yang disediakan bagi masing-masing SDM pada area tugas masing-masing, dan evaluasi terhadap keuntungan dalam setiap bulan dalam FGD (*Focus Group Discussion*) bersama seluruh karyawan, serta pengawasan dengan memanfaatkan sistem POS ritel.

Strategi ini merupakan implementasi dari hadits Rasulullah SAW sebagai berikut:

حَاسِبُوا أَنْفُسَكُمْ قَبْلَ أَنْ تَحَاسِبُوا وَزِنُوا أَعْمَالَكُمْ قَبْلَ أَنْ تُوزَنُوا.

Artinya: “Periksalah dirimu sebelum memeriksa orang lain. Lihatlah terlebih dahulu atas kerjamu sebelum melihat kerja orang lain.” (HR. At-tirmidzi, No. 2383).

Strategi ini selaras juga dengan pendapat Carlos Rojas (2003:26) tentang evaluasi pembukuan dan sistem pelaporan keuangan. Pengontrolan terhadap pembukuan dan sistem pelaporan keuangan menjadi strategi yang perlu dilakukan dalam meningkatkan profit usaha. Darinya diketahui kekuatan dan kelemahan usaha sehingga para pengelola usaha dapat mengetahui tindakan apa saja yang perlu dilakukan dalam mengembangkan usaha selanjutnya.

Hal tersebut sebagaimana dikemukakan juga oleh Surani (2014:04) bahwa proses pengawasan dasar dilakukan terhadap 3 hal penting yaitu 1). Penentuan standar hasil kerja. Beberapa standar yang biasa digunakan oleh organisasi niaga yaitu: standar fisik, standar biaya, standar modal, standar penerimaan, standar program, dan beberapa standar yang intangible; 2). Pengukuran prestasi kerja SDM. Terdapat dua jenis, yaitu yang relatif mudah dan yang sukar. Ada berbagai prestasi kerja yang relatif mudah diukur karena standart yang harus dipenuhi bersifat kongkret dan pekerjaannya bersifat teknis.yang kedua adalah pengukuran yang relatif sukar untuk dilakukan; dan 3). Koreksi terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi. Sangat mungkin terjadi penyelewengan oleh karyawan dalam bekerja sehingga pengawasan menjadi penting untuk dilakukan sebagai koreksi terhadap penyimpangan yang disengaja ataupun tidak disengaja.

4. *Ideal Merchandising*

Konsep layanan yang diimplementasikan oleh MJ Swalayan adalah konsep swalayan. Dalam hal ini konsumen diberi otoritas guna memilih sendiri barang yang diinginkannya tanpa

bantua petugas toko. Hal ini sengaja dilakukan dengan cara *ideal merchandising*. Sekian banyak barang dagangan ditata sedemikian rupa, membuat para konsumen tertarik untuk melihat dan bahkan sampai kepada *closing*, yaitu membelinya. Strategi *merchandising* tersebut sengaja dibuat guna membuat konsumen tertarik berbelanja, dan dengannya diharapkan akan terjadi *impulse buying*, dimana konsumen melakukan pembelian atas kategori produk yang tidak direncanakan sebelumnya.

Awalnya pembeli hanya ingin membeli barang tertentu, namun ketika masuk toko, mereka disodori sederetan promosi dan *display* produk-produk yang begitu menarik. Akhirnya para pembeli mengisi keranjang belanjanya dengan berbagai kategori barang yang tidak ditentukan awalnya. Itulah hebatnya toko yang berkonsep swalayan, konsumen di beri hak penuh untuk memaksimalkan keputusan belanja di tempat itu. *One stop shopping*. Demikian yang dilakukan oleh MJ Swalayan dalam meningkatkan keuntungan usaha ritelnya, dengan memberdayakan para karyawannya dengan *organizing* yang terpartisi secara efektif dan efisien. Mereka bertanggungjawab atas area barang dagangan yang menjadi tugasnya dengan sistem *reward* dan *punishment*.

Dalam hal ini Islam sangat menghimbau implementasi strategi *ideal merchandising* ini. Ini merupakan strategi untuk menghindari adanya manipulasi atau kebohongan dengan cara menata produk dengan rapi dan realistis pada rak-rak toko. Dalam hadist riwayat Imam Muslim disampaikan, bahawa:

الْحَلْفُ مَنْفَقَةٌ لِسِنَّعَةٍ نَّحَقَّةٍ لِرَبْحٍ.

Artinya: “Nabi bersabda: Sumpah palsu mendaatangkan kekeluasan tetapi menghilangkan keuntungan.” (HR. Muslim).

Carlos Rojas tidak menjelaskan secara spesifik dalam hal ini, namun seiring perkembangan strategi tersebut selaras dengan pendapat Pegler (2012:02) yang mengatakan bahwa “*We show in order to sell. Display or visual merchandising is “showing” merchandise and concepts at their very best, with the end pupose of making sale.*” Sebagaimana juga dikemukakan oleh Ellen Diamond dan Jay Diamond, (2010:05) bahwa “*The presentation of a store and its merchandise in ways that will attract the attention of potential customers and motivate them to make purchases.*” Tujuan akhir dari ideal merchandising adalah membuat penjualan.

Itu semua membuat presentasi khusus bagi para pembeli potensial yang memotivasinya untuk berbelanja, dan tidak terbatas hanya pada jendela *display* namun juga mencakup denah lantai, pengembangan presentasi *merchandise*, dan perancangan papan penanda. Sehingga, *visual merchandising* sangat berpengaruh dalam desain sebuah toko. Sebagaimana dikatakan oleh Donnellan (1996:419) bahwa “*Visual merchandising responsibilities have expanded beyond window displays to include floor layout, the development of standards for merchandise presentation, and signage. Visual merchandising is also influential voice in store design.*”

5. Melengkapi Barang Dagangan

Responsibilitas terhadap kebutuhan konsumen menjadi perhatian khusus bagi manajemen MJ Swalayan dalam meningkatkan profit usahanya. Hal tersebut dilakukan dengan pembagian tugas bagi karyawan sesuai area masing-masing. Dengan mengimplementasikan kartu stok sebagai pengendali kebutuhan barang yang kosong dan barang yang tidak ada namun dibutuhkan oleh konsumen. Setiap karyawan sesuai tugasnya mengupload data tersebut ke *group whapapps* SDM MJ Swalayan dalam rangka mendapatkan respon cepat dari bagian logistik. Selain itu bagian logistik telah menyusun agenda pengadaan barang yang dibutuhkan

setiap 2 minggu sekali, selain barang-barang didatangkan langsung secara sirkulatif oleh para *sales-sales* produk yang bekerjasama dengan MJ Swalayan.

Manajemen MJ Swalayan juga mengimplementasikan riset dengan cara memberikan angket kepada segenap konsumen, terutama konsumen yang berasal dari elemen Pondok Pesantren. Hal tersebut dilakukan dalam rangka mengetahui dan merespon kebutuhan barang yang diperlukan oleh konsumen. Strategi pengadaan barang yang dibutuhkan konsumen selalu disediakan dengan metode *focus market*. Demikian dengan beberapa barang yang lain walau hanya sedikit. Konsepnya adalah menciptakan *mindset* konsumen selalu tertuju ke MJ Swalayan dalam urusan kebutuhan berbelanja. Dan ini dilakukan dalam rangka menghindari perilaku *Iktinaʿ* atau *Ikhtikar* yaitu menahan barang dagangan untuk ditinggikan harga pada saat tertentu.

Maka strategi melengkapi barang dagangan yang dilakukan MJ Swalayan merupakan upaya untuk menghindari kemaksiatan dalam berdagang, yaitu dengan cara selalu melengkapi barang dagangan yang ditentukan dengan harga yang murah. Rasulullah SAW melarang *iktinaʿ* atau *ikhtikar* sebagaimana sabda-Nya dalam Lukman Hakim (2012:168), bahwa:

عَنْ مَعْمَرٍ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ احْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِيٌّ. (رواه مُسْلِمٌ)

Artinya: “Dari Ma’mar ia berkata, Rasul SAW bersabda: barang siapa yang menimbun barang, maka ia bersalah (Berdosa).” (HR. Muslim).

Carlos Rojas tidak menjelaskan strategi ini dengan spesifik, namun strategi memahami pasar dapat dikaitkan dengan strategi melengkapi barang dagangan yang dilakukan oleh MJ Swalayan dalam meningkatkan profit usaha. Dalam hal ini relevansinya adalah dengan pendapat Marom dalam Angga Adi Nugroho (2010:03) yang mengatakan bahwa pengadaan barang merupakan usaha yang dilakukan guna menyampaikan barang kebutuhan yang telah diproduksi produsen untuk konsumen yang membutuhkannya dengan cara memperoleh jasa. Kelengkapan barang dagangan pada toko ritel melalui proses pengadaan barang yang efektif tentu berimplikasi terhadap tertariknya konsumen untuk berbelanja di toko tersebut. Proses tersebut berimplikasi pula terhadap peningkatan omset serta keuntungan toko ritel.

6. Menjalin Kerjasama

MJ Swalayan menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai pihak dengan prinsip *win-win solution*. Kerjasama tidak hanya dilakukan dengan pemasok barang, namun juga dijalin dengan para konsumen dalam mewujudkan kebutuhannya sehari-hari atau sesuai dengan kebutuhan yang sifatnya musiman. Seperti musim haji atau umrah. Teknik kerjasama dalam hal tersebut dilakukan dengan memberikan angket kepada para konsumen tentang barang apa saja yang diperlukan dan layanan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen terjadi di MJ Swalayan. Sependapat dengan apa yang dikemukakan oleh Widharta (2013:04) bahwa dalam memasarkan produk, bidang penjualan pada toko ritel dapat menjalin kerjasama dengan kelompok-kelompok atau badan-badan di luar toko seperti konsumen, dealer, distributor, maupun pengencer.

Kerjasama yang lain terjadi dalam hal yang berkaitan dengan pemanfaatan sistem ritel. Saat ini MJ Swalayan bekerjasama dengan Mesin Kasir Online yang menyediakan aplikasi ritel EPM (*Easy Program Maanger*). Strategi ini berimplikasi terhadap mudahnya pemberian layanan oleh karyawan untuk konsumen dalam berbelanja. Selain itu juga berdampak pada mudahnya pelaporan perkembangan pembelian dan penjualan, laporan keuangan dan sebagainya sehingga

memberi kemudahan dalam pengambilan keputusan tentang langkah pengembangan selanjutnya.

Kemudian yang terakhir adalah bahwa MJ Swalayan menjalin kerjasama dengan para karyawan. Pengelolaan yang berorientasi pada peningkatan keuntungan usaha perdagangan tidak sekedar bergantung kepada pemilik atau manajer, namun ia juga bergantung kepada kinerja karyawannya. Karenanya mereka didik dan diberi pengarahan sedemikian rupa bahwa hubungan pemilik toko dengan karyawan bukan sekedar hubungan antara atasan dan bawahan di perusahaan umumnya, namun lebih ditekankan pada hubungan kerjasama, dan karyawan mendapatkan *reward* atas prestasi yang didapatkannya selain gaji tetap yang telah ditentukan.

Strategi ini dilakukan dengan berpedoman pada firman Allah SWT yang berbunyi:

Artinya: “.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”. (QS. Al-Maidah: (2) 65).

Adapun Carlos Rojas (2003:26) tidak menyinggung strategi ini secara spesifik, namun bila ingin dikaitkan dengan strateginya maka strategi merubah proses-proses ke arah peningkatan produktivitas bisa mewakili temuan tentang strategi menjalin kerjasama ini walaupun tidak secara spesifik. Strategi menjalin kerjasama ini lebih dikuatkan dengan pendapat Eddie (2000:26) yang mengatakan bahwa dalam rangka mewujudkan keberhasilan dalam melakukan kerjasama (*Partnering*), diperlukan *Critical Success Factor* (CFSs) sebagai tolak ukur keberhasilannya. Hal-hal yang dinilai dalam hal ini adalah seperti ketersediaan sumber daya yang cukup, dukungan manajemen, kepercayaan konsumen, komitmen jangka panjang, koordinasi, kreativitas, komunikasi yang efektif, adanya penyelesaian konflik yang baik, adanya sistem yang berorientasi pada kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*), dan adanya target usaha yang logis.

Strategi kerjasama harus diimplementasikan dengan “*Fully Collaborative*, dan *Highly Productive*” yaitu bekerjasama secara menyeluruh agar menghasilkan produktivitas yang tinggi. Karenanya diperlukan beberapa karakteristik sebagaimana dikemukakan oleh Curt (2006:03) antara lain:

- a. Terbentuknya tim yang terintegrasi sejak awal.
- b. Memastikan bahwa tujuan dan sasaran yang akan dicapai telah dimengerti secara lengkap oleh tim.
- c. Kerjasama dilakukan secara holistik, sehingga bisa mendapatkan peluang bisnis baru.
- d. Sumber daya digunakan sesuai dengan kebutuhan.
- e. Terciptanya lingkungan yang jujur dan terbuka, sehingga semua informasi yang penting dapat dimanfaatkan.
- f. Keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan efisiensi pembiayaan semata, tetapi berdasarkan pertimbangan secara menyeluruh.

7. Pemanfaatan *Otomatic System* pada Layanan Harga Ritel and Grosir

MJ Swalayan mengimplementasikan penentuan harga barang yang berbeda-beda bagi para konsumennya. Pembelian barang dengan sistem satuan maka dikategorikan dengan harga eceran. Sedangkan pembelian dengan jumlah 3 barang lebih akan dikategorikan harga grosir. System pengaturan tersebut sudah diatur secara otomatis pada program ritel yang digunakan oleh manajemen MJ Swalayan.

Kasir tidak perlu menghitung berapa harga yang harus ditentukan bagi pembeli yang membeli barang sebanyak 3 barang lebih, karena secara otomatis sistem telah diatur sedemikian rupa untuk memberikan harga khusus bagi pembelian barang yang lebih banyak,

yaitu lebih hemat dari pada pembelian satuan. Kebijakan ini memberikan kemudahan bagi para karyawan dan mewujudkan ketertarikan para konsumen untuk berbelanja di MJ Swalayan sehingga proses ini berimplikasi terhadap peningkatan keuntungan yang diperoleh dalam setiap bulannya.

Strategi ini juga merupakan implemetasi dari pesan Rasulullah SAW yang menjelaskan bahwa Allah SWT menyukai hambanya yang mengerjakan sesuatu pekerjaan dalam kehidupannya dengan efektif dan efisien yaitu melalui manajemen yang baik, yang salah satu mediana adalah pemanfaatan sistem dalam bekerja. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِيَهُ. (رواه أبو يعلى والطبراني)

Artinya: “*Sesungguhnya Allah SWT menyukai hamba yang bila bekerja ia melakukannya dengan keyakinan (Manajemen; efektif dan efisien).*”

Strategi ini juga sependapat dengan pendapat Carlos Rojas (2003:26). Ia mengemukakan perlunya sistem pelaporan keuangan dalam pengelolaan usaha perdagangan ritel maupun grosir. Sistem ini memberikan kemudahan bagi manajemen untuk mengetahui kondisi keuangan yang kemudian dapat dijadikan rujukan dalam melakukan perencanaan pengembangan pendapatan keuntungan saat ini dan di masa yang akan datang. Bahkan kontribusi sistem tidak hanya pada laporan keuangan saja. Masih banyak manfaat lain yang diperoleh manajemen swalayan dalam pengelolaannya. Dan dengan strategi ini maka akan terhindari dari *gharar* yaitu transaksi perdagangan yang tidak diketahui pasti dan tidaknya.

8. Implementasi *Low Pricing*

Manajemen MJ Swalayan dari awal pendiriannya telah menerapkan penetapan harga yang termurah walau ia berada di lingkungan Pondok Pesantren. Pada umumnya penentuan harga pada koperasi Pondok Pesantren biasanya memiliki slogan “*Belanja sambil beramal*” sehingga pantas bila harga barang yang dijual lebih tinggi dari pada toko-toko pada umumnya. Namun berbeda dengan manajemen MJ Swalayan, ia memiliki slogan yang unik yaitu “*Menjual sambil beramal*”. Keputusan ini bertolak belakang dengan cara-cara yang diterapkan oleh kebanyakan Pondok Pesantren, karena satu alasan ingin mengamalkan perintah Islam yaitu bershadaqah melalui perdagangan secara praktis dan langsung. Inilah salah satu ciri-ciri dari pada bahwa MJ Swalayan adalah toko syar’i yang berlandaskan ajaran-ajaran Islam dalam perdagangan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap perkembangan perdagangan dan perilaku konsumen, menunjukkan bahwa strategi penentuan harga yang murah merupakan strategi yang sangat berkontribusi terhadap peningkatan keuntungan usaha ritel. Toko akan mendapatkan banyak keuntungan dari keputusan tersebut disebabkan sekian banyak konsumen yang tertarik untuk berbelanja pada toko yang menjual barangnya dengan harga murah dan berkualitas. Temuan penelitian ini mengelaborasi teori Carlos Rojas (2003:26) tentang 7 langkah peningkatan profit yang ditawarkannya, sehingga menjadi strategi baru untuk diimplementasikan oleh manajemen usaha perdagangan secara universal.

Strategi yang diimplementasikan oleh manajemen MJ Swalayan ini memperhatikan asas suka sama suka “*An taradhin*” berlandaskan firman Allah SWT yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama-suka di antara kamu.” (QS. An-Nisa’:29)

Dalam hal ini Prof. Dr. Sulaiman Alu Isa salah satu guru besar di Universitas King Saud Saudi Arabia juga mengatakan bahwa:

أنه لا مانع من زيادة السعر في سلعة ما لم تكن طعاماً فيدخل في الاحتكار المنهي عنه، لكن ينبغي ألا يخرج في زيادته عن السعر المعتاد فيدخل في الغبن الذي يكون للمشتري فيه الخيار بعد ثبوت البيع وقد حده بعض أهل العلم بالثلث؛ لقوله -صلى الله عليه وسلم- فيما رواه البخاري ومسلم: “الثلث والثلث كثير” وهذا كما أسلفت على رأي بعض أهل العلم.

Artinya: “Tidak ada masalah dengan tambahan harga untuk suatu barang dagangan, selama bukan makanan, sehingga termasuk ihtikar (Menimbun barang) yang hukumnya terlarang. Hanya saja, selayaknya tidak keluar dari harga normal, sehingga termasuk penipuan, yang menyebabkan pembeli memiliki hak pilih setelah jual beli. Sebagian ulama menetapkan batasannya adalah sepertiga. Berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Imam Muslim, bahwa “Sepertiga, dan sepertiga itu sudah banyak.” Dan ini, seperti yang telah saya sebutkan, adalah pendapat sebagian ulama.”

9. FGC (Focus Group Discussion) secara Berkala

Strategi selanjutnya adalah strategi FGD. MJ Swalayan melakukan FGD setiap 2 minggu sekali dalam meningkatkan keuntungan usaha ritel. Strategi ini dilakukan guna pengambilan suatu keputusan berdasarkan *controlling* yang telah dilakukan atas proses kinerja selama 2 minggu. Berbagai hal dibicarakan guna mengendalikan segala hal yang dapat merugikan usaha perdagangan. Termasuk pembahasan tentang kinerja dan permasalahan para karyawan dalam melaksanakan kewajibannya pada setiap area tugas yang diberikan.

Bahkan dalam mengefektifkan strategi ini manajemen MJ Swalayan memberikan tunjangan tambahan lembur bagi para karyawannya sehingga tercipta kenyamanan dalam bekerja. FGD dilakukan selama 2 jam di kantor manajer MJ Swalayan dengan rentetan acara diawali dengan pembacaan surat yasin atau tahlil serta berdoa kepada Allah SWT untuk kebaikan para orang tua karyawan yang masih hidup ataupun sudah meninggal, serta demi kesuksesan dalam bekerja beribadah kepada Allah SWT.

Strategi ini merupakan implementasi dari firman Allah SWT dalam Al-Quran yang berbunyi:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ.

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (Mematubi) seruan Tubannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (Diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.

Dan Raulullah SAW merupakan intens melakukan musyawarah dalam segala urusan ummat, sebagaimana diriwayatkan oleh Abu Hurairah RA, bahwa:

عن أبي هريرة رضي الله عنه: قال: مَا رَأَيْتُ أَحَدًا أَكْتَزَ مَشُورَةً مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ.

Artinya: “Dari Abu Hurairah R.A. Ia berkata: saya tidak pernah melihat seseorang yang paling sering melakukan musyawarah selain Rasulullah SAW.”

Strategi ini juga relevan dengan pendapat Carlos Rojas (2003:26) berkaitan dengan salah satu strategi peningkatan keuntungan usahanya yaitu fokus pada strategi penyelesaian masalah melalui tata cara penyelesaian masalah yang berkembang. Kemudian kasus yang terjadi sebagaimana karakteristik FGD pada umumnya (1992:23-38) bahwa:

- a. Kelompok relatif kecil.
- b. Pesertanya merupakan karyawan yang memiliki ciri yang sama ditentukan atas dasar tujuan.
- c. Implementasinya memprioritaskan proses>
- d. FGD merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang digunakan dalam pertanyaan terbuka atau *open ended* yang memungkinkan karyawan menyampaikan jawaban berikut penjelasannya.
- e. FGD merupakan diskusi kelompok terarah yang di dalamnya terdapat suatu fokus masalah untuk didiskusikan.
- f. Durasi waktu yang digunakan kurang lebih 60 sampai dengan 90 menit.
- g. FGD dilakukan secara rutin atau berkali-kali.
- h. FGD dilakukan di tempat yang netral guna menghindari segala kemungkinan ketika acara berlangsung.

10. *Direct Response and Problem Solving*

Perhatian terhadap permasalahan yang terjadi ditangani secara langsung, dengan cepat dan tepat, merupakan strategi terakhir yang dilakukan oleh manajemen MJ Swalayan dalam meningkatkan keuntungan usaha. Permasalahan yang berkembang di *monitoring*, diselesaikan sesegera mungkin dan dibahas dalam FGD dwi mingguan yang menjadi agenda rutin para SDM MJ Swalayan.

Perkembangan permasalahan yang berasal dari konsumen dan karyawan diidentifikasi secara seksama oleh asisten manajer yang selalu *standby* di toko. Bilamana permasalahan membutuhkan penanganan dengan cepat maka asisten akan segera melaporkannya kepada manajer untuk dicari dan diambil suatu keputusan yang cepat. Sedangkan permasalahan rutin seperti permasalahan barang, permasalahan sarana dan prasarana disampaikan dalam FGD dwi mingguan untuk diputuskan tindakan-tindakan strategis demi memberikan layanan terbaik bagi konsumen agar berimplikasi pada peningkatan keuntungan usaha MJ Swalayan.

Strategi ini sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya sependapat dengan pendapat Carlos Rojas (2003:26) tentang fokus pada strategi penyelesaian masalah. Strategi ini lebih kepada tindakan menyelesaikan permasalahan secara fleksibel dengan berbagai metode yang memungkinkan dapat berkontribusi positif terhadap penyelesaian masalah. Dengan cara memberikan respon dengan cepat terhadap permasalahan yang berkembang dan menyelesaikannya dengan cepat merupakan langkah strategis dalam meningkatkan keuntungan usaha perdagangan baik ritel maupun grosir.

Dalam implementasi strategi ini manajer perusahaan perlu memperhatikan karakteristik dari pada *problem solving* sebagaimana yang dikemukakan oleh Matlin (1989:67) bahwa:

- a. Kondisi nyata yang dihadapi. Contohnya para karyawan telah menyampaikan kelemahan-kelemahan dalam meningkatkan keuntungan usaha perusahaan, namun sarana yang diperlukan tidak terpenuhi.
- b. Kondisi yang diinginkan. Manajer telah menentukan SOP bersama-sama dengan para karyawan agar dapat berkontribusi dalam meningkatkan profit usaha secara maksimal.
- c. Aturan atau batasan yang ada. Semua elemen dalam perusahaan perlu mengetahui aturan dengan detail.

C. PENUTUP

Kefokusan dalam mengelola usaha perdagangan perlu dilakukan dengan komitmen yang kuat, berlandaskan ajaran-ajaran Islam. Tidak sekedar mengelola dengan kesan sampingan atau lain sebagainya yang tidak ada *feedback* dari perkembangan permasalahan yang berkembang di tengah-tengah proses pengelolaan usaha perdagangan. Pekerjaan seperti ini perlu dilakukan dengan manajemen yang ideal yang terus berkembang melalui proses-proses tindakan sebagaimana pesan Rasulullah SAW:

(رَوَاهُ أَبُو يَعْقُبَ وَالطَّبْرَانِيُّ) إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُنْقِئَهُ.

Artinya: “*Sesungguhnya Allah SWT menyukai, apabila seseorang mengerjakan suatu pekerjaan, ia menyakininya.*” (HR. Abu Ya’la dan Tabrani).

Kemudian berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dalam waktu yang lama, menunjukkan bahwa dalam rangka meningkatkan profit usaha ritel, manajemen MJ Swalayan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah melakukan strategi-strategi sebagai berikut:

1. Rekrutmen dan seleksi SDM profesional.
2. Implementasi SOP (*Standard Operating Prosedure*) layanan ritel.
3. Implementasi *controlling*.
4. Strategi *ideal merchandising*.
5. Melengkapi barang dagangan.
6. Menjalin kerjasama.
7. Implementasi *otomatic system* harga ritel dan grosir.
8. Implementasi penentuan *low pricing*.
9. Implementasi FGC (*Focus Group Discussion*) secara berkala.
10. *Direct response* dan *problem solving*.

Selanjutnya, strategi-strategi peningkatan keuntungan pada usaha ritel ini dapat dikembangkan oleh beberapa manajemen unit-unit usaha yang di lingkungan Pondok Pesantren khususnya maupun usaha perdagangan pada umumnya. Dan ini terus dilakukann dengan tetap memperhatikan kondisi yang berkembang secara umum dan perkembangan lingkungannya masing-masing, dengan berpedoman dan mengimplementasikan syariah Islam.

Akhirnya, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dikembangkan kembali oleh para peneliti-peneliti selanjutnya dengan cara menambah atau mengurangi, mengelaborasi atau bahkan mengkombinasikannya dengan strategi-strategi lain, yang nanti ada relevansinya dengan penerapan strategi-strategi peningkatan keuntungan pada unit usaha perdagangan syariah, sehingga berimplikasi positif terhadap kemajuan perekonomian Islam melalui usaha-usaha ritel khususnya yang berkembang di lingkungan Pondok Pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugroho, Angga dan dkk, *Pengembangan Sistem Informasi Pembelian*. Jurnal Sistem Informasi, Vol. 03, No. 1, 2010.
- Atmoko, Tjipto. *Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*. Jakarta: Skripsi UNPAD, 2012.
- Curt. *Optimizing The Construction Process: An Implementation Strategy*, dari www.aia.org, 2006.
- David, Fred R. dan Forest R. David. *Manajemen Strategi: Konsep dan Teori, Edisi 10*. Jakart: Salemba Empat, 2008.
- Diamond, J. dan Diamond, E. *Contemporary Visual Merchandising Environmental Design Third Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003.
- Diamond, J dan Diamond, E. *Contemporary Visual Merchandising Environmental Design Fifth Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2010.
- Eddie W. L. Cheng, et al. *Establishment Of Critical Success Factors for Construction Partnering*. Journal of Management in Engineering, 2000.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hartatik, Indah Puji. *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Jogjakarta: Laksana, 2014.
- Iskandarwassid dan Dadang Sunendal. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2008.
- Leibert, James. *Smart Things To Know About Business, terj. Natalia R.S*. Jakarta: Gramedia, 2006.
- Lyon, Evelyn F and Trost, John F. 1981. *Conducting Focus Group Sessions dalam Studies in Family Planning*. December 1981.
- Matlin, W, M. *Cognition, Second Edition*. New York: Holt, Rineheart and Winston, Inc. 1989.
- Modul I. Materi 3.A. *Metodologi Need Assessment: Fokus Group Diskusi*. Pelatihan dan Lokakarya Need Assessment untuk Staf PKBI se Indonesia, Jakarta: 23-28 November 1992.
- Mulyana, Mumuh. *Jurnal Ilmiah Ranggagading Volume 10 No. 2, Oktober 2010: 164-170 Manajemen Sumber Daya Manusia Ritel dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Diakses 26 Juli 2020.
- Nawawi, Hadari. *Perencanaan SDM Untuk Organisasi Profit Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjaja Mada Universitas Press, 2003.
- Pegler, Martin M. *Visual Merchandising and Display Fourth Edition*. Amerika, United Stated: Fairchild Publication, 1987.

- Pegler, Martin M. *Visual Merchandising and Display Sixth Edition*. Amerika, United Stated: Fairchild Publication, 2012.
- Permenpan No. PER/21/M-PAN/11/2008.
- Rivai, Veithzal. *Manajemen SDM Untuk Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Rojas, Carlos. *Managing a successful turnaround... even in tight capital markets Financial Executive*. Morristown: Vol. 19, Sept, 2003.
- Rosadi, Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya, Edisi revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sailendra, Annie. *Langkah-Langkah Praktis Membuat SOP*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Trans Idea Publishing, 2015.
- Scherear, S. Bruce. *The Value of Focus Group Research for Social Action Programs*. dalam *Studies in Family Planning*. December 1981.
- Sunarto. *MSDM Strategi*. Yogyakarta: Amus Yogyakarta, Universitas Sarjanawijayata Tamansiswa, 2004.
- Surani & Endang Sutrisna. *Pengaruh Pelaksanaan Pengawasan terhadap Kinerja Karyawan Ritel Modern (Kasus Karyawan Frontliner PT. Metro Abadi Sempurna Semesta Pekanbaru)*. Jom FISIP Volume 1 No. 02 Oktober 2014.
- Templeton, Jane F. *Focus Grup, a Guide for Marketing and Advertising Professionals*. Probus Publishing Company: Chicago Illinois, 1987.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan Paradigma Positivistik Dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Widharta, Willy Pratama dan Sugiono Sugiharto. *Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Jurusan Manajemen Pemasaran. Surabaya: Universitas Kristen Petra Manajemen Pemasaran Petra Vol. 02, No. 01, 2013.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Zainun, Buchari. *MSDM Indonesia*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 1996.

