

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi ini, perkembangan ekonomi dan bisnis berkembang sangat pesat. Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat serta bisnis yang semakin berkembang menciptakan nuansa persaingan yang semakin ketat dan kuat termasuk pada bisnis ritel. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya pengusaha ritel yang bermunculan untuk menarik perhatian konsumen. Bisnis ritel merupakan salah satu usaha yang populer di masyarakat karena bisnis ini memberikan keuntungan yang banyak.

Bisnis ritel merupakan suatu kegiatan yang menjual barang dan jasa kepada konsumen yang paling akhir. Bisnis ritel seringkali disebut dengan bisnis eceran. Pengusaha eceran merupakan mata rantai yang paling akhir dalam penyaluran barang. Bisnis ritel terbagi dalam beberapa jenis berdasarkan klasifikasi menurut bentuk, ukuran, dan tingkat modernitasnya.

Di Indonesia sendiri, usaha ritel mengalami perkembangan cukup pesat di beberapa kota. Dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terbesar di dunia, maka hal inilah yang menjadi salah satu faktor daya tarik bagi para pengusaha ritel untuk mendirikan bisnis ritel di Indonesia. Selain itu, perkembangan ritel yang semakin pesat disebabkan karena terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha industri, dan usaha pemerintah dalam mengembangkan usaha ritel. Perkembangan inilah yang nantinya akan membawa berbagai dampak bagi para pengusaha eceran.

Berdasarkan data terakhir yang ada pada website Kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah RI tentang perkembangan UMKM menunjukkan bahwa pada tahun 2017 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 62.922.617 dengan pangsa pasar sebesar 99.99% dengan kenaikan sebesar 2.06% dari tahun sebelumnya. Angka inilah yang menunjukkan bahwa usaha ritel terus berkembang di masyarakat, baik itu usaha ritel yang bersifat tradisional, ataupun ritel dengan manajemen usaha yang dengan sistem yang modern.

Sekarang ini muncul banyak sekali paritel besar di Indonesia, seperti *hipermarket*, *supermarket*, *department store*, dan lain-lain. Perkembangan yang sangat pesat di dunia ritel ini,

tentunya menimbulkan munculnya suatu masalah. Banyaknya pengusaha dalam bisnis ritel membuat persaingan ritel menjadi begitu ketat. Para pengusaha ritel besar terutama yang berasal dari perusahaan asing, semakin gencar dalam menjalankan bisnis ritelnya di Indonesia. Hal ini membuat para usaha ritel tradisional bahkan pengusaha ritel modern kecil akan menjadi pihak yang tidak diuntungkan.

Sebagai contoh di kota Kudus, sepanjang tahun 2004- 2012 pertumbuhan usaha ritel modern berupa minimarket mencapai jumlah 49 toko dengan kepemilikan yang terdiri dari lima perusahaan di luar Kudus mencapai 41 toko dan sisanya dimiliki oleh orang Kudus sendiri. Kepemilikan usaha ritel modern ini dipegang oleh pemodal besar. Dengan semakin pesatnya pertumbuhan ritel modern ini membawa konsekuensi bahwa kesempatan persebaran ekonomi yang terbatas hanya dikuasai oleh pemilik modal besar dengan hak milik pribadi.

Para usaha ritel yang besar mempunyai beberapa kelebihan seperti harga yang lebih terjangkau, sistem jaringan yang lebih bagus, pelayanan serta kenyamanan yang lebih baik dalam berbelanja serta sistem distribusi yang lebih baik. Sedangkan para usaha ritel tradisional di Indonesia umumnya masih mempunyai berbagai masalah yang dihadapi seperti kurangnya pengetahuan tentang manajemen pasar, serta sarana dan prasarana yang dimiliki sangat minim. Maka dari itu, untuk menjaga keseimbangan antara paritel besar dan paritel kecil serta keberlangsungan ritel tradisional, pemerintah harus membuat sebuah kebijakan yang melindungi keberadaan ritel kecil atau tradisional tanpa harus menghambat kehadiran industri-industri usaha ritel di Indonesia.

Selain dari campur tangan pemerintah, campur tangan perusahaan juga sangat dibutuhkan. Sebuah perusahaan ritel membutuhkan sebuah strategi yang dapat membuat perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan paritel lainnya. Strategi merupakan suatu tindakan yang dibuat untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dengan tuntutan eksternal pada suatu industri. Strategi harus diterapkan untuk mencapai sebuah tujuan pada jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi ini akan menjamin sebuah perusahaan dapat bertahan dan berkembang pada masa yang akan datang.

Perkembangan strategi, program, dan teknik pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha ritel dalam beberapa tahun terakhir ini telah memasuki era yang praktis. Perkembangan tersebut terjadi

di berbagai daerah khususnya di kota-kota besar, seperti Jakarta, Semarang, Surabaya dan kota besar lainnya.

Kudus sendiri yang termasuk dalam kategori kota kecil pun banyak bermunculan bisnis ritel baru, baik dalam skala besar maupun skala kecil. Dengan melihat kondisi tersebut, sebuah pengusaha ritel harus lebih teliti dalam menciptakan sebuah keunggulan. Dalam menjalankan usaha ritel, sebuah usaha ritel harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal, memiliki loyalitas yang tinggi serta dedikasi terhadap kelangsungan perusahaan tersebut karena bisnis ritel berbeda dengan bisnis pada umumnya dalam hal cara pengelolaannya.

Indonesia dikenal dengan negara muslim terbesar di dunia. Namun, dalam penerapan bisnis ritel yang selama ini berkembang belum menerapkan sistem perdagangan Islam. Kebanyakan para usaha ritel belum menjadikan sistem perdagangan Islam sebagai pedoman dan landasan dalam setiap transaksi perdagangannya serta strategi bisnisnya. Padahal penerapan strategi yang berbau islami akan memberikan dampak positif yang lebih daripada hanya sekedar menerapkan strategi bisnis biasa. Menurut prinsip syariah, dalam menjalankan manajemen pemasaran harus dilandasi niatberibadah kepada Allah SWT, dan berusaha untuk mensejahterakan bersama.

Dalam menghadapi persaingan pada bisnis ritel, tak jarang para pelaku usaha ritel menggunakan cara-cara yang tidak dibenarkan dalam agama. Beragam penipuan serta kecurangan dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Tindakan seperti ini yang dapat menyebabkan terjadinya pelanggaran norma dan dapat menghilangkan nilai-nilai moral masyarakat dalam menjalankan usahanya. Rasulullah SAW telah menganjurkan kepada masyarakat agar selalu amanah dalam menjalankan bisnis. Salah satunya dengan menjalankan etika bisnis dalam Islam.

Pada usaha ritel, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan pada bisnis ritel adalah strategi 6R. Strategi ini terdiri dari *right product*, *right price*, *right quantity*, *right time*, *right in place* dan *right appeals promotion*. Segala macam usaha ritel dapat menerapkan strategi ini. Salah satunya adalah usaha ritel minimarket. Minimarket adalah jenis pasar modern yang gencar memperbanyak jumlah gerai dan menerapkan sistem franchise dan memperbanyak jumlah gerai tersebut. Biasanya minimarket menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Ukuran dari minimarket

yaitu sekitar 100 m<sup>2</sup> s/d 999 m<sup>2</sup>. Di minimarket, pembeli mengambil sendiri barang-barang yang dibutuhkan yang sudah didisplay di rak-rak minimarket lalu membayarkannya di meja mesin kasir.

Salah satu minimarket yang dapat menerapkan strategi 6R dalam *retailing* ini ialah Minimarket Pura Tanjung Mas. Minimarket Pura Tanjung Mas merupakan salah satu bidang usaha dari Koperasi Karyawan Pura Group. Unit usaha minimarket ini adalah unit usaha yang menjual beberapa macam barang kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, perlengkapan dapur, perlengkapan kantor, alat-alat elektronik, barang-barang otomotif, sepatu dan sandal, dan lain-lain. Minimarket ini memiliki 2 cabang yaitu di kawasan jati wetan (Pura *Offset*), dan di kawasan Pura terban.

Di sekitar lokasi Minimarket Pura Tanjung Mas, banyak sekali toko-toko ritel yang berdiri di daerah tersebut. Hal ini pastinya membuat persaingan di kawasan tersebut menjadi lebih ketat. Sebenarnya di Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus sudah memiliki banyak konsumen. Mengingat Minimarket Pura Tanjung Mas merupakan sebuah bidang usaha dari Koperasi Pura Group maka kebanyakan para konsumen tersebut berasal dari anggota Koperasi Pura Group. Namun untuk pelanggan dari masyarakat sekitar pada Minimarket ini cukup sedikit. Padahal dari segi harga, pelayanan, dan kenyamanan di Minimarket Pura Tanjung Mas cukup baik daripada toko-toko ritel di sekitarnya. Untuk itu, minimarket ini perlu menerapkan strategi 6R *retailing* agar dapat bersaing dengan usaha-usaha ritel di sekitarnya. Penerapan strategi ini, tidak hanya sekedar diterapkan seperti strategi yang digunakan para pengusaha ritel lainnya yang hanya berfokus mencari keuntungan semata. Namun di dalam penerapannya masih berada pada prinsip dan aturan syariah yang berorientasi agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Hal inilah yang dapat memberikan nilai tambah bagi minimarket ini. Untuk itu, strategi 6R yang diterapkan di Minimarket Pura Tanjung Mas akan ditinjau dari sisi etika bisnis Islam.

Bedasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti secara intens yang dikemukakan dalam sebuah penelitian yang berjudul “ **Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus**”. Sebenarnya pada penelitian-penelitian terdahulu sudah cukup banyak yang membahas tentang strategi bisnis ritel. Akan tetapi penelitian ini

akan berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya dikarenakan pada penelitian ini akan membahas strategi *retailing* 6R yang berfokus di Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus dan strategi ini akan ditinjau menurut pandangan etika bisnis Islam. Nantinya penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara jelas tentang strategi *retailing* dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat tetapi masih dalam koridor syari'ah sehingga dapat bermanfaat untuk kalangan umum.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini akan berfokus pada strategi 6R dalam bisnis ritel. Dalam penelitian ini juga memberikan suatu batasan yang jelas dari pembahasan-pembahasan yang ada. Hal ini dilakukan agar memudahkan fokus dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang penelitian maka peneliti memberikan batasan yaitu tentang penerapan strategi 6R pada bisnis ritel untuk menghadapi persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis islam (studi kasus Minimarket Pura Tanjung Mas). Strategi yang diterapkan dalam proses kegiatan jual beli di usaha eceran dapat memenangkan persaingan usaha menurut etika bisnis Islam.

## **C. Rumusan Masalah**

Bedasarkan identifikasi latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat bisnis ritel dalam menghadapi persaingan usaha di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus?
3. Bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus?

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus
2. Mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat bisnis ritel dalam menghadapi persaingan usaha di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus

3. Menganalisis pandangan etika bisnis Islam terhadap implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di minimarket Pura Tanjung Mas Kudus

## E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan bantuan terhadap pengembangan keilmuan dalam bidang manajemen bisnis ritel. Penelitian ini memberikan wawasan tentang penerapan strategi *right product*, *right price*, *right quantity*, *right in place*, *right time*, dan *right appeals promotion* dalam bisnis ritel menurut pandangan etika bisnis Islam.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Penulis

Dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu yang sudah didapatkan selama perkuliahan.

#### b. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan referensi bagi para akademisi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan perbandingan dalam melakukan sebuah penelitian di masa yang akan datang.

## F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini akan disusun dalam tiga bagian agar dapat memudahkan pembahasan dari setiap-setiap masalah yang akan dikemukakan dan tepat sasaran. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### A. Bagian Awal

Bagian awal skripsi terdiri dari sampul, halaman judul, halaman persetujuan, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi, daftar bagan, dan daftar tabel.

### B. Bagian Utama

Skripsi ini memuat lima bab dengan sistematika penulisan yaitu sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat

penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini merupakan gambaran awal dari penelitian dari permasalahan yang diangkat dan hendak diteliti lebih lanjut.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdiri dari landasan teori tentang penelitian yang nantinya akan diteliti yaitu teori mengenai implementasi, strategi, bisnis ritel, etika bisnis Islam, persaingan usaha, minimarket, penelitian terdahulu kerangka berfikir, dan instrumen wawancara.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab tiga ini memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab empat ini dijelaskan mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan yaitu tentang penerapan strategi 6R bisnis ritel di Minimarket Pura Tanjung Mas dan faktor pendukung dan penghambat bisnis ritel di Minimarket Pura Tanjung Mas serta pandangan etika bisnis Islam terhadap penerapan strategi 6R bisnis ritel di Minimarket Pura Tanjung Mas.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab penutup kesimpulan dan saran dari pembahasan yang sudah diuraikan.

C. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, dan lampiran-lampiran yang ada.