

Implementasi Strategi 6R pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Minimarket Bengkulu Indah

Mawaddah^{1*}, Yenty Astarie Dewi²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi Sumatera Barat

INFO ARTIKEL

Artikel History:

Diterima 22 Maret 2024

Revisi 20 Juni 2024

Disetujui 29 Juli 2024

Publish 4 Agustus 2024

Keywords:

Implementation, 6R Strategy,
Retail Business, Islamic
Business Ethics

* Corresponding author

e-mail:

andabfix@gmail.com

Page: 124 - 136

ABSTRACT

This research aims to determine the implementation of the 6R strategy in the retail business in Bengkulu Indah. The research method used is descriptive qualitative using observational data collection techniques, structured interviews and literature study, in this research there were 20 informants. The data analysis technique used in this research is descriptive-normative. The data in this research was collected from various sources, both directly and indirectly. Then presented in written form. The research results show that the implementation of the 6R strategy has been implemented starting from product strategy, quantity strategy, time strategy, place strategy, promotion strategy, price strategy so as to be able to market the products offered to consumers. However, the promotional strategy carried out in Bengkulu Indah has not been optimal, it has not fully utilized social media in product promotion, so it is hoped that in the future the products being marketed will be in demand and known to the wider public.

Al-Idarah : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi 6R pada bisnis ritel di Bengkulu Indah. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara terstruktur dan studi kepustakaan, dalam penelitian ini yang menjadi informan sebanyak 20 informan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif-normatif. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemudian disajikan dalam bentuk tulisan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi 6R sudah terlaksana mulai dari strategi produk, strategi kuantitas, strategi waktu, strategi tempat, strategi promosi, strategi harga sehingga mampu memasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Namun strategi promosi yang dilakukan di Bengkulu Indah belum maksimal, belum memanfaatkan media sosial sepenuhnya dalam promosi produk sehingga diharapkan untuk kedepannya produk yang dipasarkan dapat diminati dan diketahui oleh masyarakat luas.

Kata kunci: Implementasi, Strategi 6R, Bisnis Ritel, Etika Bisnis Islam.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi bawa kompetisi dalam bumi bidang usaha, tercantum dari bidang penjualan. Kemajuan ini nampak dari terus menjadi banyaknya pemasar yang berusaha meregang atensi pelanggan. Bidang usaha ritel ialah salah satu upaya yang populer di warga sebab bidang usaha ini membagikan profit yang banyak. Begitu juga dikatakan oleh Karwur kalau pasar ritel ialah sesuatu bidang usaha serta sesuatu tempat yang menjual benda asongan khususnya menjual benda langsung pada pelanggan langsung tanpa menjual balik pada orang lain (Karwur, 2021). Bidang usaha ritel ialah sesuatu

aktivitas yang menjual benda serta pelayanan pada pelanggan yang sangat akhir. Bidang usaha ritel kerap kali diucap dengan bidang usaha asongan. Wiraswasta asongan ialah mata kaitan yang sangat akhir dalam distribusi benda. Bidang usaha ritel dibagi dalam beberapa tipe bersumber pada pengelompokan bagi wujud, dimensi, serta tingkatan modernitasnya.

Di Indonesia sendiri, upaya ritel hadapi kemajuan lumayan cepat di sebagian kota. Perkembangan pabrik ritel modern di Indonesia lalu membuktikan gaya positif semenjak 2018 (John, 2020). Pabrik ritel ditopang oleh perkembangan mengkonsumsi benda keinginan tiap hari (fastmoving consumer goods) yang hadapi kenaikan yang positif dari tahun ke tahun. Perkembangan ekonomi negeri diisyrati dengan terdapatnya kenaikan keselamatan warga yang diiringi dengan kenaikan jumlah mengkonsumsi warga kepada benda serta pelayanan. Ritel ialah usaha membagi benda ataupun produk yang diperoleh manufaktur ataupun industri dalam jumlah besar serta massal alhasil disantap oleh pelanggan akhir dalam jumlah kecil cocok dengan kebutuhannya. Salah satu wujud ritel yang sangat banyak diperlukan oleh warga merupakan bidang usaha ritel yang menjual seluruh keinginan setiap hari warga serta bisa dengan gampang dijangkau, serta mempunyai jasa yang prima, alhasil cara pelampiasan keinginan warga hendak terhidang dengan cara kilat serta melegakan. semacam perihalnya ritel kepunyaan perseorangan di Akhir Gading ialah Bengkulu Bagus. Lahirnya Bengkulu Bagus berkah buah pikiran salah satu Arahan Ayah Ipni. Beliau memandang kesempatan amat bagus sebab belum terdapat minimarket yang berdiri di wilayah Akhir Gading.

Perkembangan zona pabrik perdagangan serta asongan di Akhir Gading menimbulkan kompetisi bidang usaha asongan terus menjadi bertambah. Aplikasi strategi yang pas menghasilkan industri sanggup buat bersaing dengan pengecer- pedagang konvensional serta kompetitor ritel besar yang lain. Strategi itu ialah salah satu senjata yang jitu untuk industri dalam meningkatkan serta menjaga upaya untuk Bengkulu Bagus. Inilah yang jadi faktor berdirinya Bengkulu Bagus mengenang berartinya keinginan warga yang tidak ada pada pasar konvensional. Posisi geografis Pasaman Barat yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Bengkulu Bagus merupakan salah satu wujud gerai ritel yang menawarkan bermacam berbagai komoditi, bagus sembako, busana, minuman serta bermacam keinginan rumah tangga yang lain. Bengkulu Bagus ini ialah salah satu minimarket yang terdapat di Kecamatan Ngarai Melintang Kabupaten Pasaman Barat yang lebih persisnya terdapat pada Sijanih, Akhir Gading yang berdiri semenjak tahun 2012.

Nagari Akhir Gading, meski daerahnya tidak sangat besar tetapi banyak bermunculan bidang usaha ritel terkini, bagus dalam rasio besar ataupun rasio kecil. Dengan memandang situasi itu, suatu wiraswasta ritel wajib lebih cermat dalam menghasilkan suatu kelebihan. Dalam melaksanakan upaya ritel, suatu upaya ritel wajib dibantu oleh pangkal energi orang yang profesional, mempunyai kepatuhan yang besar dan pengabdian kepada kesinambungan industri itu sebab bidang usaha ritel berlainan dengan bidang usaha pada biasanya dalam perihal metode pengelolaannya.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Minimarket Bengkulu Indah Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Kunjungan	% kenaikan/penurunan
2018	68.103	-
2019	72.651	6,6%
2020	70.933	4,1%
2021	78.497	15%
2022	77.928	14,4%

Sumber Bengkulu Indah, 2022

Bersumber pada bagan diatas bisa diamati pada tahun 2018 sampai tahun 2022 jumlah pelanggan yang membeli- beli hadapi ekskalasi serta penyusutan, bila diamati dari persentase perkembangan terjalin instabilitas ialah pada tahun 2018 jumlah pelanggan yang membeli- beli di Bengkulu Bagus berjumlah 68. 103 orang serta pada tahun 2019 jumlah pelanggan hadapi ekskalasi ialah berjumlah 72. 651 orang dengan persentase 6, 6% pada tahun 2020 jumlah pelanggan hadapi penyusutan jadi 70. 933 orang serta pada persentase pertumbuhannya hadapi penyusutan ialah 4, 1%

Berikutnya pada tahun 2021 swalayan hadapi ekskalasi jumlah pelanggan sebesar 7. 564 orang jadi 78. 497 orang serta dari bagian persentase pertumbuhannya hadapi ekskalasi penting ialah sebesar 15% serta pada tahun 2022 swalayan hadapi penyusutan jumlah pelanggan sebesar 77. 928% orang serta dari bagian persentase pertumbuhannya pula hadapi penyusutan dengan persentase 14, 4%. Ini membuktikan kalau dari bagian jumlah pelanggan yang membeli- beli di Bengkulu Bagus hadapi ekskalasi serta penyusutan pada tiap tahunnya serta terjalin naik turun dari bidang persentase pertumbuhannya pada sebagian tahun.

Tabel 2. Nama dan Lokasi Minimarket di Kec.Lembah Melintang, Ujung Gading

No	Nama Minimarket	Lokasi	Keterangan
1.	Bengkulu Indah	Jl.Sijanih,Ujung Gading	Sudah beroperasi
2.	Indah Putra	Jl. Nusantara Barat,Ujung	Sudah beroperasi

- | | | | |
|----|---------------|---|------------------|
| 3. | Bana Swalayan | Gading, Pasaman Barat
Jl. Flores Kuamang, Ujung
Gading, Pasaman Barat | Sudah beroperasi |
|----|---------------|---|------------------|

Sumber Minimarket di Ujung Gading, 2022

Dari bagan nampak kalau terdapat 3 Minimarket yang terdapat di Akhir Gading ialah, Bengkulu Bagus yang terdapat di Jalan. Sijanih, Akhir Gading, Bagus Putra yang terletak di Jalan. Nusantara Barat, Akhir Gading, Pasaman Barat, serta Bana Swalayan, Jalan. Flores, Kuamang, Akhir Gading, Pasaman Barat.

Dalam mengalami kompetisi pada bidang usaha ritel, tidak tidak sering para pelakon upaya ritel memakai cara- cara yang tidak dibenarkan dalam agama. Beraneka ragam pembohongan dan ketidakjujuran dicoba buat memperoleh profit yang besar.

Aksi semacam ini yang bisa menimbulkan terbentuknya pelanggaran norma serta bisa melenyapkan nilai- nilai akhlak warga dalam melaksanakan usahanya. Rasulullah SAW sudah menyarankan pada warga supaya senantiasa tepercaya dalam melaksanakan bidang usaha. Salah satunya dengan melaksanakan etika bidang usaha dalam Islam Pada upaya ritel, terdapat sebagian strategi yang bisa diaplikasikan oleh industri. Salah satu strategi yang bisa diaplikasikan pada bidang usaha ritel merupakan strategi 6R. Strategi ini terdiri dari right product, right price, right quantity, right time, right in place serta right appeals promotion. Seluruh berbagai upaya ritel bisa menerapkan strategi ini. Minimarket Bengkulu Bagus telah lama berdiri. Bagian upaya minimarket ini merupakan bagian upaya yang menjual sebagian berbagai benda keinginan tiap hari, semacam sembako, perkakas dapur, perkakas kantor, alat- alat elektronik, furniture serta lain- lain. Tetapi buat klien dari warga dekat pada Minimarket ini lumayan sedikit. Sementara itu dari bidang harga, jasa, serta kenyamanan di Minimarket Bengkulu Bagus lumayan bagus dari gerai- gerai ritel di sekelilingnya. Buat itu, minimarket ini butuh mempraktikkan strategi 6R retailing supaya bisa bersaing dengan usaha- usaha ritel di sekelilingnya.

Aplikasi strategi ini, tidak cuma hanya diaplikasikan semacam strategi yang dipakai para wiraswasta ritel yang lain yang cuma berpusat mencari profit semata. Tetapi di dalam pelaksanaannya sedang terletak pada prinsip serta ketentuan syariah yang mengarah supaya memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Perihal inilah yang bisa membagikan angka imbuhan untuk minimarket ini. Buat itu, strategi 6R yang diaplikasikan di Minimarket Bengkulu Bagus hendak ditinjau dari bagian etika bidang usaha Islam.

METODE

Dalam riset ini pendekatan yang dipakai merupakan lewat pendekatan kualitatif. Maksudnya informasi yang digabungkan bukan asli berupa angka- angka, melainkan informasi itu berawal dari dokumen tanya jawab, memo alun- alun, akta individu, memo, catatan, serta akta sah yang lain. Alhasil yang jadi tujuan dari riset kualitatif ini merupakan mau menggambarkan realita empirik dibalik kejadian yang mendalam, rinci serta berakhir. Oleh sebab itu, pemakaian pendekatan kualitatif dalam riset ini dengan membandingkan antara realita empirik dengan filosofi yang legal dan memakai tata cara deskriptif. Tata cara riset deskriptif merupakan pencarian yang sangat pas. Riset deskripif menekuni permasalahan dalam warga, dan aturan metode yang legal dalam warga dan situasi- situasi khusus, tercantum mengenai hubungan- hubungan, kegiatan- kegiatan, sikap- sikap yang berjalan.

1. Observasi

Tata cara ini dicoba dengan mencermati dengan cara langsung dalam aktivitas yang terdapat di Bengkulu Bagus dengan menghimpun informasi hasil riset, observasi, serta pencatatan dengan cara analitis kepada bagian- bagian strategi yang terdapat Bengkulu Bagus.

2. Tanya jawab (interview)

Tanya jawab yang dipakai merupakan tanya jawab dengan cara mendalam, ialah cara mendapatkan penjelasan buat tujuan riset dengan tata cara tanya- jawab berbentuk lihat wajah antara pewawancara dengan informan, dengan memakai hp, serta prinsip (guide) tanya jawab.

3. Dokumentasi

Pemilihan bisa berbentuk memo individu, informasi kegiatan, notulen, memo permasalahan, rekaman film, gambar, serta lain- lain. Data- data pada alas filosofi bisa di didapat dari sebagian kesusastraan, semacam novel, internet, serta pangkal rujukan yang lain. Dalam perihal ini, periset melaksanakan pemilihan lewat data serta potret- potret yang diserahkan oleh Minimarket Bengkulu Bagus.

Metode analisa informasi yang dipakai dalam riset ini bertabiat deskriptif- normatif. Data- data dalam riset ini digabungkan dari bermacam pangkal bagus dengan cara langsung ataupun tidak langsung. Setelah itu dihadangkan dalam wujud catatan. Serta tahap terakhir ialah dicoba analisa. Jadi dalam menganalisa informasi, periset hendak mendefinisikan

aplikasi strategi 6R pada bidang usaha ritel pada Minimarket Bengkulu Bagus dalam menghadapi kompetisi yang terus menjadi kencang bagi pemikiran etika bidang usaha Islam. Tahapan- tahapan yang dicoba periset merupakan selaku selanjutnya:

1. Mengakulasi informasi. Informasi yang digabungkan pada riset ini berawal dari tanya jawab, observasi, dan pemilihan.
2. Memilah informasi yang bisa dijadikan prinsip buat riset berikutnya.
3. Melaksanakan penelaahan kepada data- data yang terkumpul. Perihal ini dicoba lewat teknik- teknik yang bisa dipakai setelah itu melaksanakan pengecekan bukti. Bila esoknya terdapat kekeliruan hingga hendak dicoba koreksi alhasil memudahkan cara riset berikutnya.

Data- data yang sudah terdapat hendak dideskripsikan dengan cara lisan. Sehabis itu periset hendak membagikan uraian serta penjelasan bersumber pada pandangan yang masuk akal. Tidak hanya itu, periset pula hendak membagikan argumentasi alhasil bisa ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kompetisi yang terus menjadi ketat membuat pelakon upaya wajib sedia menghadapinya dengan bermacam metode yang segar serta cocok dengan peraturan yang terdapat, tidak lain pada bidang usaha ritel ataupun perdagangan asongan. Wiraswasta asongan wajib berfikir buat memilah serta mempraktikkan strategispesial yang bisa membuat pelanggan mau membeli produk yang ditawarkan. Dari bermacam berbagai strategi pada bidang usaha ritel, terdapat satu yang kerap diterapkan oleh retailer ataupun wiraswasta ritel. Strategi itu merupakan strategi 6R dalam retailing yang dekemukakan oleh Sopiah serta syihabudhin. Strategi itu terdiri dari right product, right quantity, right price, right time, right in place, serta right appeals promotion. Subjek riset dalam skripsi ini ialah Minimarket Bengkulu Bagus. Dibawah ini ialah analisa periset hal strategi 6R yang diterakan pada Minimarket Bengkulu Bagus, antara lain selaku berikut

1. Produk

Produk merupakan suatu yang bisa ditawarkan kepasar buat dicermati, digunakan, dipunyai, ataupun dikonsumsi alhasil bisa melegakan kemauan ataupun keinginan. Penafsiran ini bisa simpulkan kalau. produk ialah seluruh suatu bagus benda ataupun pelayanan yang ditawarkan pada pelanggan. Produk yang dijual wajib dapat

penuhi keinginan pelanggan. Ada pula produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Bagus nyaris serupa semacam produk yang dijual di minimarket pada biasanya. Buat cara masuknya produk ke Minimarket Bengkulu Bagus dimulai dengan pemesanan kepada bekal benda yang telah habis atau berkurang.

Sehabis itu pihak Minimarket Bengkulu Bagus hendak melaksanakan negosiasi terlebih dulu pada pihak agen yang mencakup perjanjian harga, sistem pembayaran, faktur pajak, dan sistem return ataupun pengembalian benda. Bila seluruh telah disetujui, hingga pihak Minimarket Bengkulu hendak melaksanakan pemesanan serta mengajukan PO (Pre Instruksi) dengan memakai blangko pembelian dengan memo spesial kalau benda itu telah habis. Sehabis melaksanakan pemesanan, benda yang dipesan mulanya hendak dikirimkan oleh pemasok dengan determinasi durasi yang telah disetujui.

Sehabis benda hingga, hingga benda itu hendak jadi tanggungjawab pihak bangunan. Buat pendisplayan di Minimarket Bengkulu hendak menggunakan sistem FIFO (First In First Output). Sistem FIFO (First In First Output) ialah benda yang awal kali tiba ataupun masuk merupakan benda yang pergi ataupun dijual awal kali. Ilustrasinya produk susu, susu yang awal kali tiba dari pemasok hendak dikeluarkan awal kali ke gerai. Perihal ini dicoba sebab produk itu lama kelamaan hendak cacat ataupun kadaluwarsa. Tidak hanya itu, beberapa barang yang karakternya slow moving hendak ditaruh di bagian depan serta benda ataupun produk yang fast moving diposisikan di bagian balik. Perihal ini bermaksud supaya pelanggan berkelana gerai dulu dikala mencari benda yang diinginkannya yang umumnya ialah benda fast moving, serta membolehkan buat membeli benda yang awal mulanya tidak mau dibeli.

2. Kuantitas

Pembagian produk dari pemasok ke Minimarket Bengkulu Bagus diawali dari pemesanan benda ke pemasok yang diawali dengan perundingan terlebih dulu mengenai harga hingga ke cara terakhir ialah pendapatan benda. Produk yang dipesan merupakan produk yang persediaannya habis ataupun telah berkurang. Buat mendisplay produk di rak- rak gerai, pegawai yang terdapat di gerai wajib melakukan cara pengebonan terlebih dulu ke pihak bangunan. Sistem pengebonan benda dari bangunan ke gerai dimulai dengan pembuatan pesan pengebonan yang dicoba oleh kasa gerai. Benda yang hendak di nota umumnya merupakan benda yang telah habis di rak gerai atau bekal di gerai mulai berkurang.

Pesan pengebonan mulanya hendak diserahkan pada pegawai bagian bangunan. Sehabis pegawai bangunan menyambut pesan pengebonan itu, mereka hendak mencari benda yang diperlukan. Setelah itu benda itu hendak di lihat kecocokan jumlah yang terdapat dengan jumlah yang hendak dimohon. Sehabis jumlahnya serupa, pegawai bangunan hendak mengirinkan ke gerai. Sehabis itu pegawai gerai hendak menyambut serta memeriksa balik benda itu. Bila benda yang diperoleh telah cocok dengan permohonan mulanya, hingga pegawai bangunan hendak acc ataupun membenarkan pesan pengebonan itu.

3. Harga

Harga yang diresmikan di Minimarket Bengkulu Bagus terkait dari harga dini dari pemasok. Sebab dalam pembelian benda dari pemasok terdapat yang mempunyai faktur pajak serta terdapat yang tidak terdapat pajak kepada produknya. Minimarket Bengkulu Indahdalam memastikan suatu harga, lebih dahulu hendak melaksanakan observasi terlebih dulu. Observasi itu mencakup harga yang terdapat dipasaran, watak biayanya, sistem pembayarannya serta lain- lain. Sehabis melaksanakan observasi, Minimarket Bengkulu Bagus hendak memastikan sasaran keuntungan yang andaikan cocok dengan harga yang terdapat dipasaran. Sehabis memastikan sasaran profit yang di idamkan, hingga bisa dihitung jumlah harga dari benda itu. Umumnya buat produk yang mempunyai faktur pajak, hitungannya ialah:

Harga Jual= Harga Dini+ PPN+ Laba

Sebaliknya buat produk yang tidak mempunyai faktur pajak, hitungan harga jualnya ialah: Harga Jual= Harga Dini+ Laba

4. Waktu

Minimarket Bengkulu Bagus menerapkan strategi right time. Perihal ini dibuktikan pada dikala durasi khusus, minimarket ini menjual produk khusus pula yang berkaitan dengan durasi itu. Ilustrasinya kala Idulfitri, Minimarket Bengkulu Bagus pula menjual aksesoris Idulfitri semacam kue- kue Idulfitri. Tidak hanya itu kala masa kenaikan kategori, Minimarket Bengkulu Bagus pula sediakan bermacam alat- alat sekolah

5. Tempat

Posisi penting Minimarket Bengkulu Bagus terletak di JalanSijanih, Akhir Gading. Posisi Minimarket Bengkulu Bagus telah penting disebabkan posisi ini terletak dipinggir jalur alhasil jalur mengarah minimarket gampang dilewati oleh warga biasa.

Minimarket Bengkulu Bagus pula mempunyai banyak sarana yang diserahkan pada pelanggan. Dari mulai ruangan gerai yang besar, tanah parkir yang besar, atmosfer gerai yang bagus, dan fasilitas- fasilitas pendukung yang lain yang membuat pelanggan aman membeli- beli disini. Ilustrasinya saja konsep bidang dalamnya serta bidang luar gerai yang menarik, diawali dari konsep gerai dari mulai masuk, penyusunan gerai yang bagus, ruangan yang berAC dan pemakaian nada selaku alat bonus yang membuat pelanggan jadi senang membeli- beli di Minimarket Bengkulu Bagus.

6. Promosi

Dalam menjual produk fokus penting merupakan sasaran pasar (pelanggan) advertensi yang dicoba Bengkulu Bagus sedang kurang dan bertabiat konvensional ialah dengan metode memasang banner di depan gerai. Tidak hanya itu, Minimarket Bengkulu Bagus juga belum melaksanakan advertensi bahan- bahan yang dijualnya lewat alat sosial semacam Instagram, Whatsapp, Facebook serta lain- lain.

Analisa Pemikiran Etika Bidang usaha Islam kepada Aplikasi Strategi 6R Bidang usaha Ritel pada Minimarket Bengkulu Indah

1. Produk

Bagi Islam produk pelanggan merupakan berakal untuk, modul yang bisa disantap yang berguna yang berharga untuk, yang menciptakan koreksi material, akhlak, kebatinan untuk pelanggan. Suatu yang tidak berakal untuk serta dilarang dalam Islam bukan ialah produk dalam penafsiran Islam. Benda dalam ekonomi konvensional merupakan benda yang bisa dipertukarkan. Namun benda dalam Islam merupakan benda yang bisa dipertukarkan serta berakal untuk dengan cara akhlak. Begitu juga sabda Allah SWT dalam QS. Albaqarah ayat 168

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

Artinya :“ Aduhai orang, makanlah beberapa (santapan) di alam yang halal lagi bagus serta janganlah menjajaki langkah- langkah setan. Sebetulnya beliau bagimu ialah kompetitor yang jelas.”

Aplikasi strategi produk pada Minimarket Bengkulu Bagus telah cocok dengan prinsip syariah. Yang awal produk yang dijual di Minimarket Bengkulu Bagus ialah

bahan- bahan yang halal dengan dibuktikan dengan terdapatnya logo halal dari Badan Malim Indonesia ataupun MUI pada produk bungkus atau kaleng. Yang kedua, produk yang diperjualbelikan di Minimarket Bengkulu Bagus terdapat di tempat bisnis yang umumnya didisplay di rak- rak gerai. Produk yang diperjualbelikan di Minimarket Bengkulu Bagus pula ialah produk yang bisa digunakan bermacam keinginan tiap hari ialah sembako, alat- alat elektronik, alat- alat catat serta lain- lain. Produk yang dijual pula nyata alhasil tidak membolehkan terbentuknya pembohongan.

2. Kuantitas

Bagi etika bidang usaha Islam dalam pemrograman bekal benda, industri tidak bisa melaksanakan akumulasi benda bisnis di gudang karena inefisiensi dalam bekal benda dilarang oleh Allah SWT semacam dalam Al- Qur'an pesan Al- Isra' ayat 27.

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Sebetulnya para mubadzir itu merupakan saudara- saudara setan serta setan itu amat ingkar pada Tuhannya."

Dalam perihal ini, Minimarket Bengkulu Bagus telah mempraktikkan strategi yang tidak berlawanan dengan ketentuan Islam. Cara pembagian produk dari pemasok ke Minimarket Bengkulu Bagus diawali dari pemesanan benda ke pemasok yang diawali dengan perundingan terlebih dulu mengenai harga hingga ke cara terakhir ialah pendapatan benda. Produk yang dipesan merupakan produk yang persediaannya habis ataupun telah berkurang. Perihal ini membuktikan kalau Minimarket Bengkulu Bagus tidak melaksanakan akumulasi bekal benda digudang.

3. Harga

Penentuan (regulasi) harga diketahui di bumi fiqh dengan sebutan *tas'ir*, yang berarti memutuskan harga khusus pada beberapa barang yang diperjualbelikan, yang tidak menzalimi owner benda serta pembelinya. Dalam rancangan ekonomi Islam, determinasi harga dicoba oleh kekuatan- daya pasar, ialah daya permohonan serta ijab. Dalam rancangan Islam pertemuan permohonan dengan ijab wajib terjalin dengan cara berkenan serupa berkenan. Maksudnya tidak terdapat pihak yang terdesak melaksanakan bisnis pada tingkatan harga khusus. Kondisi berkenan serupa berkenan ialah kebalikan dari kondisi menyiksa, ialah kondisi yang salah satu pihak suka di atas pihak lain

Di dalam etika bidang usaha Islam, direkomendasikan suatu industri dalam memutuskan suatu harga wajib cocok dengan mutu harga serta tidak mencari profit yang berlebih. Buat itu, harga yang diresmikan oleh Minimarket Bengkulu Indah ialah harga yang cocok dipasaran. Perihal ini membuktikan kalau harga yang ditawarkan oleh Minimarket Bengkulu Indah tidak sangat mahal serta tidak sangat ekonomis. Penentuan harga ini telah cocok dengan syariat Islam sebab biayanya cocok pasaran yang berarti profit yang didapat tidak sangat banyak.

Tidak hanya itu, harga korting di Minimarket Bengkulu Bagus pula memakai metode yang tidak berlawanan dengan ketentuan Islam. Minimarket Bengkulu Bagus dalam memastikan korting tidak meningkatkan harga terlebih dulu kemudian berikan bagian, hendak namun memakai metode memotong keuntungan yang sepatutnya didapat tanpa meningkatkan harga pembelian dini terlebih dulu. Dalam bisnis pemasaran, Minimarket Bengkulu Bagus memakai sistem POS (Poin Of Sale) ialah titik pemasaran dimana transaksi berakhir. Dimana pedagang serta konsumen melaksanakan pembayaran atas benda ataupun pelayanan.

4. Waktu

Minimarket Bengkulu Bagus dalam strategi *right time* telah cocok dengan ketentuan dalam Islam. Dalam musim- musim khusus, Minimarket Bengkulu Bagus menjual bahan- bahan khusus. Ilustrasinya pada masa Idulfitri, Minimarket Bengkulu Bagus hendak menjual bahan- bahan yang berkaitan dengan Idulfitri semacam kue- kue Idulfitri. Tidak hanya itu pada minimarket ini pula menjual alat- alat sekolah pada dikala masa pendapatan anak didik terkini ataupun durasi kenaikan kategori. Perihal ini diperbolehkan dalam Islam sebab bahan- bahan itu bisa berguna untuk orang dan tidak berlawanan dengan syari' at Islam.

Tidak hanya itu, dalam membagikan jasa pada pelanggan, Minimarket Bengkulu Bagus berupaya semaksimal bisa jadi buat membagikan yang terbaik. Para pegawai berlagak ramah pada pelanggan. Tidak hanya itu, para pegawai senantiasa sedia menolong bila para pelanggan menginginkan dorongan dari pegawai. Minimarket Bengkulu Indahjuga memberika pelayanan pengiriman benda pada pelanggan dengan ketentuan khusus.

5. Tempat

Bagi etika bidang usaha Islam, dalam penentuan posisi wajib memilah posisi yang bagus, sebab posisi yang bagus hendak memiliki akibat positif kepada posisi

usahanya. Determinasi posisi di Minimarket Bengkulu Indahsudah cocok dengan etika bidang usaha Islam. Posisi yang diseleksi disesuaikan dengan target penting minimarket ialah golongan warga biasa., Minimarket Bengkulu Bagus terletak dipinggir jalur raya alhasil para pelanggan bisa mengakses dengan gampang ke posisi.

Atmosfer di Minimarket Bengkulu Indahjuga baik. Dari mulai ruangan gerai yang besar, tanah parkir yang besar, dan fasilitas- fasilitas pendukung yang lain yang membuat pelanggan aman membeli- beli disini. Ilustrasinya saja bidang dalamnya serta bidang luar gerai yang menarik, diawali dari konsep gerai penyusunan gerai yang bagus, ruangan yang berAC dan pemakaian nada selaku alat bonus yang membuat pelanggan jadi aman serta senang membeli- beli di Minimarket Pura Tanjung Abang. Pemberian fasilitas- fasilitas ini berakibat positif pada atensi beli pelanggan ke Minimarket Bengkulu Bagus.

6. Promosi

Rasullulah SAW menyarankan kalau advertensi dicoba dengan menarangkan produk yang ditawarkan pada pelanggan dengan nyata serta betul. Advertensi ini dicoba dengan mendirikan banner di depan gerai. Bila ditatap dalam etika bidang usaha Islam, advertensi ini bisa dicoba sebab tidak berlawanan dengan ketentuan agama Islam. Memanglah pelanggan memilah benda belanjanya sendiri di rak- rak gerai, hendak namun bila terdapat klien yang kurang puas ataupun mau mengenali dengan cara nyata produk itu hingga para pegawai hendak menarangkan perinci mengenai keunggulan ataupun kekurangan produk itu.

Bahan- bahan yang didisplay di rak- rak gerai diberi merek harga, alhasil pelanggan dengan leluasa memilah bahan- bahan yang biayanya cocok dikantong serta bisa memeriksa bahan- bahan yang terdapat di rak dengan lapang. Bila terdapat produk yang cacat tentu pelanggan bisa memahaminya. Serta apabila pelanggan merasa produk yang dibelinya mulanya nyatanya terdapat kehancuran hingga produknya bisa dikembalikan serta ditukar oleh pihak minimarket dengan benda yang bagus.

KESIMPULAN

Aplikasi strategi bidang usaha 6R (*right product, right time, right place, right price, right quantity, right appelas promotion*) pada bidang usaha retail buat mengalami kompetisi upaya dalam perspektif etika bidang usaha islam di Minimarket Bengkulu Bagus ialah dalam pengurusan usaha telah diaplikasikan tetapi belum maksimum. Bahan- bahan yang dijual di

Minimarket Bengkulu Indah seperti sembako, alat-alat elektronik, perlengkapan sekolah serta lain-lain tidak berlawanan dengan syariat Islam. Beberapa barang itu terdapat di tempat pemasaran. Sedemikian itu pula dengan harga yang diresmikan oleh Minimarket Bengkulu Bagus ialah harga yang cocok dipasaran dimana harga yang ditawarkan tidak sangat mahal serta tidak sangat ekonomis. Penentuan harga ini telah cocok dengan syariat Islam sebab biayanya cocok pasaran yang berarti profit yang didapat tidak sangat banyak.

Penentuan durasi yang dicoba pula telah cocok dicoba alhasil sanggup menanggapi keinginan pelanggan. Buat posisi Minimarket Bengkulu Bagus telah cocok dengan target kuncinya. Determinasi posisi ini telah cocok dengan etika bidang usaha Islam. Di dalam bidang usaha Islam, posisi yang diseleksi wajib mempunyai khasiat untuk perkembangan usahanya. Minimarket Bengkulu Indah juga terletak dipinggir jalur raya alhasil para pelanggan bisa mengakses dengan gampang ke posisi. Sebaliknya buat strategi advertensi yang dicoba pihak Minimarket Bengkulu sedang kurang serta wajib ditingkatkan lagi kedepannya.

Ada pula pengganti yang dapat dicoba ialah dengan menggunakan alat sosial yang telah semacam Instagram, Whatsapp, Facebook, Tiktok serta alat yang lain. Serta buat kedepannya diharapkan Bengkulu Bagus membuat suatu aplikasi ataupun web perorangan yang esoknya hendak dipakai buat memberitahukan seluruh bahan-bahan yang terdapat di minimarket. Perihal ini dicoba supaya pelanggan lebih gampang buat membeli di Minimarket Bengkulu Bagus. Para pelanggan dapat membeli melalui online serta esoknya barangnya hendak dikirim melalui pelayanan pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. (2018). *Manajemen Kemampuan Filosofi serta Aplikasi*. Edisi kedua. Bandung: Pencil Alfabet.
- Kotler, Philip. (2016). *Dasar-Dasar Penjualan*. Jakarta: Alam Aksara.
- Bastian, Ade. (2021). *Analisa Strategi Bidang usaha serta Penyusunan Penting Sistem Data pada Akademi Besar Swasta (Riset Permasalahan: Universitas Majalengka)*. Infotech Journal 1.1.
- Karwur, E. (2021). *Akibat Retail Marketing Mix kepada Ketetapan Pembelian Di Indomaret Paniki*. *Harian Teratur Objektif Kemampuan*, 16 (3), 196–206.
- Fadilah, N. (2021). *Partisipasi Angka Islam Dalam Ranah Bidang usaha Serta Penjualan*. *Salimiya: Harian Riset Ilmu Keimanan Islam*, 2 (1), 214- 239.