

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Ilmu merupakan akumulasi pengetahuan yang menjelaskan hubungan (korelasi atau kausalitas) yang tersusun secara sistematis rasional, logis, metodik dan ditemukan secara empirik melalui penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan. Ilmu lahir karena manusia mempunyai sifat ingin tahu, oleh karena itu hakikat ilmu merupakan suatu alat untuk menjelaskan, mengendalikan atau meramalkan suatu kejadian. Gambaran proses mendapatkan ilmu yang sederhana tetapi memiliki makna luas, berdasarkan pernyataan di atas semuanya dilakukan melalui penelitian, dengan demikian betapa pentingnya aktivitas penelitian untuk memperbanyak perbendaharaan ilmu yang lebih bermanfaat. Dalam tulisan yang sederhana ini penulis mencoba menyajikan proses penelitian secara praktis dan mudah dipahami, sehingga diharapkan banyak kalangan yang tertarik untuk melakukan penelitian serta memahami bagaimana melakukan penelitian yang menghasilkan ilmu baru maupun mendukung ilmu yang telah banyak dihasilkan oleh para ahli, khususnya penelitian bidang ilmu ekonomi dan bisnis¹.

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara

¹ Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2007). Metodologi penelitian bisnis dengan aplikasi SPSS. Jakarta: Mitra Wacana Media.

historis kata bisnis dari bahasa Inggris “business”, dari kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam

konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Berikut ini ada beberapa pengertian bisnis menurut para ahli :
Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industry. Bisnis merupakan suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Griffin dan Ebert Bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Di dalam melakukan bisnis, kita wajib untuk memperhatikan komponen bisnis agar di pandang sebagai bisnis yang baik dan menguntungkan. Bisnis tidak hanya memikirkan bagaimana mendapat keuntungan. Dalam bisnis berbentuk perusahaan banyak yang harus di pikirkan supaya usahanya lancar tanpa ada masalah yang biasa membuat bisnis perusahaan itu terganggu².

Perkembangan dunia saat ini semakin pesat, terutama dalam bidang industri. Hal ini berdampak pada persaingan yang semakin ketat antarindustri atau perusahaan yang ada. Berbagai upaya dilakukan untuk

² Widi Winarso, W. Pengantar Bisnis. 2020, 3 mei 2021,
<http://repository.ubharajaya.ac.id/2947/1/PENGANTAR%20BISNIS%20%28%29.pdf>

menjadi industri/perusahaan yang terbaik. Oleh karena itu, peran manajemen menjadi penting dalam posisinya, baik manajemen produksi, pemasaran, sumber daya manusia maupun keuangan. Selain itu, manajemen operasi merupakan satu fungsi manajemen yang penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam perkembangannya, manajemen operasi sangat pesat terutama bila dikaitkan dengan lahirnya inovasi dan teknologi baru yang kerap diterapkan dalam operasi bisnis. Oleh karena itu, banyak organisasi/perusahaan yang memprioritaskan aspek manajemen operasi sebagai salah satu model strategis untuk bersaing dan menjadikan perusahaan atau industri yang terbaik di antara pesaingnya³.

Di era global akhir-akhir ini semakin berminatnya banyak orang ingin mendalami ilmu bidang pemasaran, karena semua perusahaan atau bisnis harus selalu berorientasi ke pasar untuk memperoleh keuntungan. Produk-produk yang ditawarkan perusahaan harus berorientasi pada kebutuhan konsumen. Loyalitas konsumen merupakan bentuk tertinggi dari kepuasan konsumen dan menjadi impian produsen. Tetapi ini bukan menjadi sebuah tujuan akhir. Agar tujuan perusahaan tercapai sesuai yang telah direncanakan, maka perlu lebih dulu mendalami apa arti pemasaran dan manajemen pemasaran⁴.

Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak heran jika Islam yang bersumber pada Alquran dan Sunnah memberi tuntunan dalam bidang usaha. Bisnis selama ini, dikesankan

³ Rusdiana, A. Manajemen Operasi, (Bandung: CV. Pustaka Setia,2014)

⁴ Manullang, M. dan Esterlina Hutabarat. Manajemen, (Yogyakarta: PT. Indomedia Pustaka,2002)

sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan satu individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika⁵.

Tugas manajemen Bisnis akan terus-menerus berubah. Perusahaan telah menggunakan computer sejak 1950-an dan sejak saat itu pula format data serta teknik-teknik penyimpanan telah mengalami banyak perubahan. Namun, data di sistem manajemen bisnis yang lebih kuno akan dapat memberikan pandangan yang berharga atas tren bisnis dan operasi. Kebanyakan sistem manajemen bisnis hanya menyimpan teks dan angka, namun gambar saat ini juga merupakan bagian yang penting dari sistem informasi. Manajemen bisnis dibutuhkan untuk mengorganisasikan, mengakses dan mengungkit data dan informasi perusahaan untuk pengambilan keputusan. Eksekutif perusahaan melakukan perencanaan strategis untuk keseluruhan organisasi, area bisnis, dan sumber daya informasi. Chief information officer memainkan peranan penting dalam

⁵ Ar-Rahmah, R. (2017). *Etika dan manajemen bisnis islam (studi kasus di waroeng steak and shake cabang sm raja medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

semua jenis perencanaan strategis. Sebuah rencana strategis untuk sumber daya informasi akan mengidentifikasi tujuan-tujuan yang harus dipenuhi oleh sistem informasi perusahaan di ahun-tahun mendatang dan sumber daya informasi yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut⁶.

Di Indonesia, praktik manajemen bisnis sudah dianggap sebagai bentuk strategi bisnis yang wajar dilakukan oleh perusahaan. Tidak sedikit perusahaan besar melakukan praktik manajemen ini dikarenakan jumlah beban yang harus ditanggung terlalu besar sehingga menjadi beban bagi perusahaan. Konflik dalam perusahaan biasanya sering terjadi antar karyawan, hal ini biasanya terjadi karena masalah diluar perusahaan, misalnya tersinggung karena ejekan, masalah ide yang dicuri, dan senioritas. Perusahaan yang baik harus bisa menghilangkan masalah senioritas dalam perusahaan. Hal ini dapat meminimalisir masalah yang akan timbul, kerana dengan suasana yang harmonis dan akrab maka masalah akan sulit untuk muncul⁷.

Sekarang ini, dunia bisnis mengalami perkembangan dengan pesat, karena banyak bisnis yang sejenis dan didirikan semakin kompetitif, oleh karena itu perusahaan harus lebih inovatif dan kreatif dalam melakukan bisnisnya agar kelangsungan hidup perusahaan tersebut dapat bertahan dan malah semakin maju dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Bisnis dilakukan untuk melayani kebutuhan pelanggan melalui pemiliknya untuk

⁶ McLeod, R., & Schell, G. (Jakarta, 2004). *Sistem informasi manajemen*. Indeks.

⁷ Soetianto, H. (2016). *Analisis pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).

mendapatkan keuntungan. Orang yang menciptakan dan melakukan bisnis pasti melihat adanya kesempatan untuk menghasilkan produk dan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Bisnis akan mendapatkan keuntungan bila dapat menghasilkan dan memasarkan produk kepada pelanggan. Semua organisasi itu disebut bisnis atau perusahaan/organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Tentu saja prospek mendapatkan laba atau selisih antara penerimaan dengan biaya- biaya bisnis merupakan pendorong orang-orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Laba merupakan imbalan yang didapatkan pemilik bisnis dari risiko yang diambil⁸.

Setiap organisasi dalam sebuah perusahaan mengharapkan agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang sangat kompetitif. Manajemen berusaha untuk meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia secara optimal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui program yang disusun dengan baik. Perubahan yang semakin kompleks dalam memasuki teknologi dan informasi yang berkembang pesat menuntut segala sesuatu harus berjalan secara efisien, manajemen sumber daya manusia hadir melaksanakan fungsinya untuk menghadapi tantangan yang ada di lingkungan organisasi⁹.

Dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan, pihak-pihak yang terlibat paling dominan adalah pihak manajemen dan para pemegang saham.

⁸ Mustika, A., Mindari, E., Kartawinata, B. R., Rachmawati, M., Mahriani, E., Nugraheni, K. S., ... & Wicaksono, G. (Bandung: Widina Bhakti Persada 2020). PENGANTAR BISNIS.

⁹ Abbas, D. S., Agustina, Y., Sari, M. R., Ardiana, D. P. Y., Hartini, H., & Moridu, I. & Ramaditya, M.(2020). *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Publik Dan Bisnis*. Bandung: Widina.

Guna mencapai tujuan perusahaan tersebut, pihak manajemen memiliki tujuan untuk mempertahankan keberhasilan yang akan dicapai dengan melihat kelemahan dan kekuatan yang terdapat dalam perusahaan serta menjalankan kebijaksanaan perusahaan dengan baik dan tepat. Kebijaksanaan tersebut meliputi bidang Pemasaran, Keuangan, Sumberdaya Manusia, Produksi dan sebagainya sehingga memerlukan tinjauan manajemen strategi tertentu¹⁰.

Ketika kita memikirkan bisnis tradisional maka kita masih memikirkan Gedung-gedung hotel pencakar langit, pabrik-pabrik besar, perusahaan dengan asset tetap yang besar, dan lain sebagainya. Padahal bisnis modern akan menjadi bisnis yang memanfaatkan efisiensi teknologi yang diciptakan. Bisnis modern bahkan memperlihatkan branchless office (kantor cabang yang tidak berwujud secara fisik), startup payment gateway, dan lainnya. Perkembangan bisnis di Era Revolusi Industri 4.0 ini semakin kompleks dan berkembang pada banyak bidang kehidupan. Teknologi informasi dan komunikasi sangat canggih ditandai dengan IoT, berkembangnya neurotechnology, teknologi nano, bioteknologi, blockchain, advanced robotics, wearable device, digitalisasi, Artificial Intelligence (AI), bigdata, computer kuantum, kendaraan tanpa awak, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis modern akan menggunakan segala sesuatu untuk membantu mengembangkan bisnisnya¹¹.

¹⁰ Dirvi Surya Abbas, Yuli Agustina, Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Publik Dan Bisnis. (Bandung: Widina Bhakti Persada:2020)

¹¹Febrianty, F., Sudirman, A., Rahman, M. R. R., Jusuf, D. I., Merung, Y. A., Satriawan, D. G., ... & Satmoko, N. D.(Bandung: Widina Bhakti Persada,2020) Pengantar Bisnis (Sebuah Tinjauan Konseptual dan Praktis).

Dewasa ini bisnis ritel berkembang dengan pesat, yang diwarnai dengan munculnya berbagai jenis ritel baik kelas kecil, menengah dan besar serta beragam produk yang ditawarkan. Bisnis ritel juga merupakan salah satu usaha yang memiliki prospek yang sangat baik, mengingat pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang selalu bertambah yang disertai dengan meningkatnya kebutuhan hidupnya. Pada mulanya bisnis ritel cukup dikelola secara tradisional, tanpa dukungan teknologi dan manajemen yang memadai dan tanpa berorientasi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Tetapi pada masa sekarang keberadaan ritel sangat banyak dan cukup beragam dalam memenuhi kebutuhan segmen ekonomi masyarakat dalam satu wilayah tertentu. Hal tersebut tentunya akan menjadikan semakin ketatnya persaingan diantara para peritel. Oleh karena itu para peritel harus selalu berusaha berkembang agar dapat bersaing dengan para kompetitornya, dan minimal dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Disamping itu para pelaku bisnis ritel perlu mewaspadaikan atau memahami berbagai tren yang akan terjadi pada masanya dan bahkan di masa yang akan datang.

Keputusan terpenting peritel yang berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan konsumen adalah : keragaman produk, layanan toko, keputusan harga, keputusan promosi, dan keputusan tempat. Pada prakteknya peritel melakukan pembelian barang ataupun produk dalam jumlah besar dari produsen ataupun pengimport baik secara langsung ataupun melalui grosir, untuk kemudian dijual kembali dalam jumlah secara langsung ke konsumen akhir. Organisasi ataupun seseorang yang

menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer atau peritel. Dalam bisnis ritel selalu akan dihadapkan pada kemampuan untuk dapat mempertahankan eksistensi dalam persaingan bisnis yang ada. Aktivitas bisnis akan menentukan arah bisnis, agar mampu bersaing dalam persaingan yang makin ketat. Strategi bisnis merupakan unsur penting untuk menentukan sukses tidaknya suatu bisnis ritel. Untuk itu pelaku bisnis harus menerapkan strategi yang benar dan tepat¹².

Pertumbuhan pesat toko ritel memaksa manajemen retail bersaing secara ketat. Persaingan tidak hanya terjadi antara tipe toko ritel yang berbeda. Tidak jarang ditemukan beberapa toko ritel dari jaringan yang berbeda beroperasi dilokasi yang sangat dekat, seperti yang bisa dilihat desa sengonagung dalam arak 1 km, bahkan persaingannya ada 3 swalayan ritel dengan jaringan berbeda. Dan setiap toko mempunyai strategi harga penjualan barang yang berbeda.

Setiap jaringan(toko/swalayan) mengklaim bahwasannya mereka menawarkan harga barang paling murah. Fenomena umum pada jaringan ritel di indonesia, selain pada strategi harga yang sudah terbukti berhasil diterapkan ditempat lain, adalah memberikan harga yang lebih murah untuk produk dan merk tertentu dibandingkan dengan harga yang di tawarkan oleh pesaing, tetapi menetapkan harga yang sama atau bahkan lebih mahal untuk

¹² Kotler, P., Keller, K. L., & Lu, T. (2009). *Marketing management in China*. Prentice Hall.

Sarjono, B. (2014). Strategi Penetapan Harga pada Bisnis Ritel. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 10(1).

produk lain¹³.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Manajemen Syariah dalam menghadapi persaingan bisnis retail (Study kasus harga barang pada retail duta swalayan pp ngalah pasuruan

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disampaikan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana prinsip-prinsip syariah dalam jual beli barang retail duta swalayan pp ngalah pasuruan?
- 2) Bagaimana metode persaingan harga barang dalam di retail duta swalayan pp ngalah pasuruan?

C. Tujuan penelitian

- 1) Untuk menjelaskan prinsip-prinsip syariah dalam jual beli barang di duta swalayan pp ngalah pusuruan
- 2) Untuk menjelaskan metode persaingan harga barang di retail duta swalayan pp. ngalah pasuruan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoris

¹³ Siringoringo, Hotniar. "Persepsi Harga Produk Di Pasar Retail Modern." *Jurnal Psikologi (HAL)* 1, no. 1 (2011).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis dan pembaca tentang manajemen bisnis syariah khususnya dalam bisnis ritail.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Akademis

Secara akademik penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen bisnis syariah khususnya tentang harga barang ritail yang dilakukan oleh duta swalayan.

b. Manfaat Bagi Duta Swalayan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dalam mengembangkan toko duta swalayan untuk bisa lebih baik dalam menghadapi persaingan bisnis ritail.