

**EVALUASI PENERAPAN PEMASARAN PADA RITEL DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**(Studi Pada Minimarket: Syar'e Mart di Kampus Universitas Islam  
Indonesia)**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

**Oleh:**

**PUJI PRAMUDYA WARDANI**

**NIM: 13380076**

**Pembimbing:**

**Dra. Hj. WIDYARINI, M. M**

**PROGAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2017**

## ABSTRAK

Minimarket Syar'e Mart adalah minimarket yang berlokasi di Kampus Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, yang menggunakan nama (*brand*) dengan makna islami. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kegiatan pemasaran oleh Syar'e Mart, sehingga diperoleh perbandingan antara praktik konvensional dengan Syari'ah dan untuk mengetahui penerapan pemasaran Syari'ah berdasarkan hukum Islam (*maqâsid asy-Syarî'ah*) atau hanya sekedar nama atau logo.

Penelitian yang digunakan berdasarkan penelitian survei dan komponen pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah komponen produk, harga, tempat, promosi, pelayanan, display dan kebersihan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, sebanyak 50 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen produk yang ditawarkan sudah memenuhi standar Syari'ah yaitu berlabel halal dari LP-Pom MUI, komponen harga yang diterapkan sesuai tuntunan *syar'î* dengan menggunakan sistem *murâbahah*, komponen tempat (distribusi) diterapkan secara Syari'ah dengan tempat yang strategis, komponen promosi sudah diterapkan sesuai Syari'ah dengan tidak melakukan promosi yang berlebihan dan mengandung unsur penipuan, komponen display yang menarik dan komponen kebersihan yang selalu terjaga adalah sudah diterapkan secara *syar'î*, sedangkan komponen pelayanan belum Syari'ah karena keramahan dan ucapan salam belum dilakukan secara maksimal. Atas dasar penelitian, Minimarket Syar'e Mart secara umum sudah memenuhi persyaratan minimarket yang menerapkan pemasaran Syari'ah. Berdasarkan tinjauan Syari'ah, pemasaran dapat diwujudkan dengan kriteria: Produk yang dijual adalah halal (mendapatkan sertifikasi halal dari LP-POM MUI); barang yang dijual terhindar dari unsur H-MAGRIB (haram, *maisîr*, *garar* dan *riba*); harga murah; barang rusak atau jelek tidak disembunyikan.

Kata kunci: Pemasaran Syari'ah, Produk, Harga, dan Pelayanan,

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Puji Pramudya Wardani  
NIM : 13380076  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

**“EVALUASI PENERAPAN PEMASARAN PADA RITEL DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada Minimarket: Syar’e Mart di Kampus Universitas Islam Indonesia)”**

Adalah asli karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 26 April 2017

  
 kan,  
**Puji Pramudya Wardani**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY NIM. 13380076  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal: Skripsi Saudara Puji Pramudya Wardani

Kepada:

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum**

**UIN Sunan Kalijaga**

Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Puji Pramudya Wardani  
NIM : 13380076  
Judul : **“EVALUASI PENERAPAN PEMASARAN PADA RITEL DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada Minimarket: Syar'e Mart di Kampus Universitas Islam Indonesia)”**

Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 25 Rajab 1438 H

26 April 2017 M

Pembimbing,

  
**Dra. Hj. Widyarini., M.M**  
NIP:196004071986012002





PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-188/Un.02/DS/PP.00.9/05/2017

Tugas Akhir dengan judul : Evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Minimarket: Syar'e Mart Di Kampus Universitas Islam Indonesia)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : PUJI PRAMUDYA WARDANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 13380076  
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Mei 2017  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dra. Hj. Widyarini, M.M.  
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji II

Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19760920 200501 1 002

Penguji III

Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.  
NIP. 19761018 200801 2 009

Yogyakarta, 03 Mei 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Agus Moh. Najib, M.Ag.  
NIP. 19710430 199503 1 001

## MOTTO

*“Memayu Hayuning Pribadi, Kaluwarga, Sesama- Memayu Hayuning Bawana (Berbuat Baik Bagi Diri Sendiri, Keluarga, Seluruh Manusia dan Seluruh Dunia)*

*\_ Pepatah Jawa \_*

*“ Bebek Berjalan Berbondong-bondong, Akan Tetapi Burung Elang Terbang Sendirian”*

*\_ Soekarno \_*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **PERSEMBAHAN**

**Karya ini saya persembahkan untuk kedua orangtua, bapak Sujongko dan Ibu Sri Haryanti..**

**Terimakasih atas kasih sayang, doa serta dukungan yang telah diberikan selama ini.**

*Semoga Allah Meridhoi Jalan Kalian...Amiiinnn*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Transliterasi Arab Indonesia pada skripsi ini merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1997 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	bâ'	B	Be
ت	tâ'	T	Te
ث	śâ'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	hâ'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	khâ'	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Žâl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	râ'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	es dan ye
ش	Şâd	Ş	es (dengan titik di bawah)
ط	Đâd	Đ	de (dengan titik di bawah)
ظ	ţâ'	Ť	te (dengan titik di bawah)
ع	zâ'	Z	zet (dengan titik dibawah)
غ	'ain	'	koma terbalik (di atas)
ف	Gain	G	ge dan ha
ق	fâ'	F	Ef
ك	Qâf	Q	Qi
گ	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	El
م	Mîm	M	Em



ن	Nûn	N	En
و	Wâwû	W	We
هـ	hâ'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	yâ'	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap.

contoh :

نَزَّلَ	Ditulis	Nazzala
بِهِنَّ	Ditulis	Bihinna

## C. Ta' Marbutah di akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah
عِلَّةٌ	Ditulis	'Illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki lafal lain).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
--------------------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
------------	---------	----------------

#### D. Vokal Pendek

<input type="checkbox"/> فعل	fathah	Ditulis Ditulis	A fa'ala
<input type="checkbox"/> ذكر	kasrah	Ditulis Ditulis	I Zukira
<input type="checkbox"/> يذهب	Dammah	Ditulis Ditulis	U Yazhabu

#### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif فلا	Ditulis ditulis	Â Falâ
2	Fathah + ya' mati تنسى	Ditulis ditulis	Â Tansâ
3	Kasrah + ya' mati تفصيل	Ditulis ditulis	Î Tafşîl
4	Dlammah + wawu mati أصول	Ditulis ditulis	Û Uşûl

#### F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati الزحيلي	Ditulis ditulis	Ai az-Zhuailî
2	Fatha + wawu mati الدولة	Ditulis ditulis	Au ad-daulah

#### G. Kata Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan

##### Apostrof

أنتم	Ditulis	A'antum
أعدت	Ditulis	U'iddat

لئن شكرتم	Ditulis	La'in syakartum
-----------	---------	-----------------

## H. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	As-Samâ'
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisnya

ذوي الفروض	Ditulis	Zawî al-furûḍ
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-Sunnah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العلمين . وبه نستعين على امور الدنيا والدين. اشهد ان لا اله الا الله واشهد ان محمدا عبده  
ورسوله. اللهم صلى و سلم على سيدنا محمد وعلى اله واصحابه اجمعين.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Sempurna, penguasa seluruh alam raya, yang akan memberikan ilmu-Nya yang tak terbatas hanya kepada orang-orang yang dikehendaki-Nya. Atas berkat limpahan nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat teriring salam dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai *uswah* terdepan dalam memajukan dunia pendidikan Islam yang patut ditiru dan diperjuangkan hingga akhir zaman.

Skripsi ini merupakan kajian singkat tentang pemasaran ritel di Minimarket Syar'e Mart Universitas Islam Indonesia, Jalan Kaliurang KM 14, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, MA., Ph. D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Agus Moh. Najib, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Ibu Rika, selaku Kepala toko Minimarket Syar'e Mart yang telah memberikan kesempatan penyusun untuk melakukan penelitian, sehingga karya ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Saifuddin, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak K.H. Mu'tashimillah selaku pengasuh Pondok Pesantren Sunan Pandanaran beserta Keluarga Ndalem yang sangat penulis ta'dzimi, yang tak pernah bosan mengawasi, membimbing, memotivasi para santrinya untuk terus mengaji, beribadah dan belajar untuk bekal di dunia dan akhirat. Yang senantiasa mendoakan santri-santrinya supaya menjadi orang yang sukses dunia akhirat, orang yang bermanfaat, dan orang yang tetap menjaga Al-Qur'annya dimanapun dan sampai kapanpun. Mudah-mudahan Allah S.W.T memberikan kesehatan kepada beliau dan segenap keluarga serta diberikan keistiqomahan dalam membimbing para santri.
6. Bapak Sujongko dan Ibu Sri Haryanti selaku orang tua serta kakak dan adikku tercinta Kurnia Puji Astuti dan Naofal Wicaksono yang senantiasa berdoa dan berusaha serta mendidik penyusun dengan penuh kasih sayang dan selalu memberikan bantuan moril maupun materiil. Semoga ilmu yang penyusun peroleh dapat menjadi bekal untuk membalas budi dan pengorbanan yang telah mereka berikan.



7. Ibu HJ. Widyarini.,M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya demi membimbing penyusun dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum, terutama Jurusan Ekonomi Syari'ah (Muamalah) yang telah memberikan bekal ilmu.
9. Ibu Lusia Nia Kurnianti, S.H., M.H., dan Bapak Agung Wibowo, S.H., M.Kn., selaku dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum yang senantiasa selalu memberikan dukungan kepada penyusun dan berbagai hal.
10. Ibu Nurhidayati selaku TU Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) yang dengan penuh kesabaran membantu penyusun dalam mengurus administrasi akademik.
11. Seluruh Karyawan/Karyawati minimarket Syar'e Mart, terimakasih yang telah membantu jalannya penelitian, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
12. Terimakasih kepada Sahabatku Shofia NM, mas Ahmad Mushofi Hasan dan mas Owner yang dengan sabar membimbing, mendengarkan keluh kesah penyusun selama ini, semoga apa yang kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.
13. Terimakasih kepada saudara-saudaraku “ Cjah Kecje”, Chusna, Ina, Ika, Reza, Fahru, Endru, Muna, dan Najib, terimakasih juga karena telah menemani penulis berjuang selama kuliah. Semoga suatu saat kita bisa berkumpul kembali dalam suasana yang penuh dengan berkah dan

kebahagiaan, dan Terimakasih kepada semua teman-teman Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

14. Terimakasih juga kepada keluarga besar Yasminers, kak Pety, Widhiatur, Naim, mbak Hayy, Moya, Bela, Mela, Kiko, Ersista, Mbak Pohan, Kencur, kakak Rifqi, Nela, Risda, dan Zakiya, terimakasih atas kisah kasih yang kalian berikan, terimakasih Kharisma Tyas, Idah Faridah dan keluarga besar di Komplek 2. Semoga Allah S.W.T. menjadikan kita sebagai anak-anak yang sholihah, menjadikan kita sebagai istri yang taat kepada suami, dan menjadikan kita sebagai ibu yang kelak bisa mendidikan anak-anaknya menjadi orang yang sukses dunia akhirat, amin.

Semoga semua yang telah mereka berikan baik berupa bimbingan dan bantuan maupun pengorbanan dalam rangka penyusunan skripsi ini, mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. aamiin ya rabbal 'alamin.

Akhir kata penyusun menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kelemahan. Namun demikian penyusun berharap, skripsi ini bisa menambah wawasan dan bermanfaat bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 26 April 2017

Penyusun

Puji Pramudya Wardani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
D. Telaah Pustaka .....	6
E. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	10
B. Komponen Pemasaran.....	11
1. Produk.....	11
2. Harga .....	14
3. Tempat .....	19
4. Promosi.....	21
5. Pelayanan .....	24
6. <i>Display</i> .....	28
7. Kebersihan .....	29
C. Pemasaran Syari'ah.....	32
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Minimarket Syar'e Mart .....	38
B. Metode Penelitian.....	40

C. Profil Responden.....	41
<b>BAB IV PEMBAHASAN Analisis Penerapan Pemasaran Syari'ah</b> pada Minimarket Syar'e Mart .....	49
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 3.2 Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal di Yogyakarta .....	42
Tabel 3.3 Karakteristik responden berdasarkan intensitas berbelanja .....	43
Tabel 3.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk yang dibeli ..	43
Tabel 3.5 Modus dari berbagai kelas sosial .....	44
Tabel 3.6 Karakteristik berdasarkan persepsi konsumen terhadap nama toko .....	45
Tabel 3.7 Karakteristik berdasarkan pemahaman penerapan prinsip Syari'ah pada Syar'e Mart.....	46
Tabel 3.8 Pemahaman Responden Terhadap Produk yang Dijual .....	46
Tabel 3.9 Penilaian Responden terhadap pelayanan (ucapan salam kepada pelanggan) .....	47
Tabel 3.10 Penilaian Responden Terhadap Kebersihan Toko .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I. Terjemah Al-Quran, Hadis dan Istilah-Istilah.....	73
LAMPIRAN II. Pedoman Wawancara .....	75
LAMPIRAN III. Hasil Wawancara .....	77
LAMPIRAN IV. Kuesioner .....	81
LAMPIRAN V. Karakteristik Responden .....	85
LAMPIRAN VI. Dokumentasi.....	87



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan paradigma dan pertumbuhan perekonomian dalam beberapa tahun terakhir mengakibatkan perkembangan yang pesat dalam bidang bisnis. Sehingga banyak bermunculan pengusaha-pengusaha yang mendirikan bisnis mereka dalam skala kecil, menengah maupun besar. Terutama dalam perdagangan, yang bergerak di bidang ritel yang berbentuk gerai atau toko, mini market, pasar swalayan dan sebagainya.

Perkembangan ritel yang sangat pesat di Indonesia, menjadikan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan ritel tersebut. Perusahaan pun semakin dituntut untuk mengembangkan strategi bisnis mereka agar tidak kalah dalam persaingan bisnis ritel, untuk itu perusahaan harus mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas pemasaran.

Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin memenangkan persaingan harus mampu menentukan komponen pemasaran maupun pelayanan yang tepat. *American Marketing Assosiation (AMA)* dalam Kotler dan Keller, mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan

memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.<sup>1</sup>

Pemasaran mempunyai ruang lingkup yang dalam menghadapi persaingan, terdiri dari beberapa komponen antara lain: komponen harga, produk, promosi dan pelayanan. Pelaku usaha harus melihat keunggulan usahanya, sehingga mampu memberikan daya tarik bagi konsumen, misalnya: kelengkapan produk, ketepatan penentuan harga, saluran pemasaran dan promosi. Keempat hal tersebut semuanya penting dan saling berkaitan antara satu dengan lainnya.

Perkembangan bisnis ritel, juga tidak terlepas dari semakin meningkatnya kebutuhan manusia sehari-hari. Kegiatan belanja dilakukan para konsumen pada umumnya memiliki tujuan untuk mendapatkan kepuasan. Hal-hal yang ditawarkan pelaku bisnis tidak hanya berupa barang tetapi harus mempunyai kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan penawaran usaha ritel lainnya. Perkembangan bisnis ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk memenangkan persaingan, seperti: beredarnya produk tidak halal dan produk tidak layak dikonsumsi oleh konsumen.

Penerapan mekanisme transaksi dari para pelaku usaha bisnis ritel pada umumnya masih menggunakan sistem transaksi konvensional. Transaksi seperti ini lah yang dapat menimbulkan kasus penyimpangan, misalnya: penentuan harga yang tidak wajar dan promosi-promosi yang mengandung unsur penipuan.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 6.

Indonesia dikenal dengan negara muslim terbesar di dunia, akan tetapi dalam penerapan bisnis ritel yang sedang berkembang belum menerapkan sistem perdagangan Islam. Sistem perdagangan Islam belum mempunyai pedoman dalam melakukan setiap transaksi perdagangannya dan sistem seperti ini dijadikan landasan oleh beberapa pelaku usaha ritel domestik untuk mengimplementasikan ke dalam bisnisnya.

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Pesatnya perkembangan ritel, secara tidak langsung akan menimbulkan masalah-masalah yang berkaitan dengan pemasaran ritel. Guna memudahkan para hakim untuk menyelesaikan sengketa tersebut, sangatlah penting karakteristik ritel syariah masuk ke dalam KHES. Karena KHES merupakan upaya positifisasi hukum muamalat dalam kehidupan umat Islam di Indonesia yang secara konstitusional sudah dijamin oleh sistem konstitusi Indonesia.

Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يا ايها الذين امنوا اتاكلوا اموالكم بينكم بالباطل ...<sup>٢</sup>

Kegiatan perdagangan haruslah sesuai kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama Islam agar bernilai ibadah. Dengan demikian, selain mendapatkan keuntungan materiil guna memenuhi kebutuhan ekonomi, seseorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Jawa Tengah dan Yogyakarta adalah daerah yang mengalami pertumbuhan ritel cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah bisnis ritel di Jawa Tengah dan Yogyakarta yang menduduki posisi keempat setelah Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur yakni dengan prosentase mencapai 10,2 %.<sup>3</sup> Tingginya tingkat persaingan bisnis ritel di Yogyakarta, menuntut keuletan dan kreatifitas tinggi bagi perusahaan ritel baru untuk bisa bertahan.

Salah satu toko ritel yang mencoba bersaing adalah toko Syar'e Mart yang berada di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia, Jl.Kaliurang KM 14,5 Yogyakarta. Manajemen toko Syar'e Mart ini berusaha menciptakan trend baru pada bisnis ritel di Yogyakarta, yaitu dengan menggunakan nama toko yang bermakna Islami. Inovasi ini merupakan salah satu keunggulan kompetitif dibandingkan toko ritel lain, untuk minat konsumen datang ke toko Syar'e Mart.

Bisnis ritel Syar'e Mart ini sangat menarik untuk diteliti, karena menggunakan kata syariah, memberikan kesan Islami. Bisnis ini

<sup>2</sup> Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2008).

<sup>3</sup> [www.datacon.co.id](http://www.datacon.co.id), diakses tanggal 10 Januari 2017.



mempraktekkan kegiatan operasional pemasaran menggunakan pedoman perdagangan Islam. Untuk itu, maka judul penelitian yang dilakukan adalah “*Evaluasi Penerapan Pemasaran Pada Ritel Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Minimarket Syariah: Syar’e Mart Di Kampus Universitas Islam Indonesia)*”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah pokok dalam penelitian ini: Apakah minimarket syariah: Syar’e Mart telah menerapkan sistem pemasaran sesuai dengan Hukum Islam?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah: Untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh Syar’e Mart, sehingga diperoleh perbandingan antara praktik konvensional dengan syariah.

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis

Manfaat yang dirasakan dari penelitian adalah menambah wawasan serta pengetahuan tentang strategi pemasaran dengan dasar Islam.

2. Bagi pihak Minimarket

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat demi kemajuan Minimarket Syar'e tersebut dimasa yang akan datang.

### 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai industri ritel syariah di Indonesia.

## D. Telaah Pustaka

Beberapa penelitian yang sudah dilakukan berkaitan dengan permasalahan pemasaran antara lain:

Hasil penelitian Mail Hilian Batin mengatakan bahwa beberapa variabel yang digunakan (produk, harga, promosi, pelayanan dan fasilitas fisik) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembeli. Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan yaitu menggunakan variabel produk, harga, promosi dan pelayanan serta fasilitas fisik terhadap kepuasan pembeli di minimarket syariah: Syar'e Mart.<sup>4</sup> Terdapat kesamaan variabel yang digunakan antara penelitian Mail Hilian dengan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan variabel, produk, harga, promosi dan pelayanan. Namun, penelitian ini terfokus pada tingkat kesyariahan objek yang diteliti pada operasionalnya.

---

<sup>4</sup> Mail Milian Batin, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli Syar'e Mart UII Yogyakarta," *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2015), hlm.2.

Hasil penelitian Nurul Huda mengatakan bahwa hasil pengujian model adalah signifikan, hasil uji parsial, variabel harga dan *store atmosphere* signifikan terhadap keputusan beli ditoko Syar'e Mart UII Jl. Kaliurang Yogyakarta dan variabel yang tidak signifikan adalah variabel produk dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan beli konsumen pada minimarket Syariah: Syar'e Mart.<sup>5</sup> Penelitian Nurul Huda sangat berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, perbedaannya dalam penggunaan variabel, akan tetapi objek yang diteliti adalah sama, yaitu minimarket Syar'e Mart.

Penelitian dari Setya Nur Hatmoko mengatakan bahwa bahwa harga dan kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Syar'e Mart UII, sedangkan variabel kualitas, produk, kualitas pelayanan, serta faktor emosi terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Syar'e Mart UII. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan variabel dependen adalah kepuasan konsumen dan variabel independen adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan faktor emosi dan kemudahan.<sup>6</sup> Penelitian Nur Setya menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sedangkan penelitian yang dilakukan, terfokus pada pembuktian kesyariahan minimarket dengan nama Islami.

---

<sup>5</sup> Nurul Huda “ Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar'e Mart UII Yogyakarta)”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2013), hlm . 2.

<sup>6</sup> Setya Noer Hatmoko, “ Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Syar'e Mart UII Yogyakarta”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Yogyakarta (2016), hlm. 19.

Penelitian oleh Nisrinah dan Nisrin mengatakan bahwa Implementasi tauhid yang teraplikasi dengan sangat baik adalah keseimbangan aspek bisnis-sosial, aspek materispiritual serta aspek pemanfaatan-pelestarian. Pemilik toko berusaha membawa nilai-nilai dakwah pada aktivitas bisnisnya. Implementasi tauhid yang kurang teraplikasi dengan baik yaitu aspek keseimbangan privat-publik serta sektor rill dan keuangan, karena kurangnya perhatian pemilik toko pada kedua aspek tersebut. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa Pemilik Nusa Indah mini market Bangil sudah sesuai syariat Islam. Terbukti sudah mengimplementasikan tauhid ke dalam kinerja bisnis untuk mendapatkan keberkahan atau ridho Allah SWT hingga memiliki keluarga sejahtera.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian lain adalah terfokus pada *brand* (nama) yang digunakan yaitu dengan menggunakan nama yang bermakna Islami. Penggunaan komponen-komponen pemasaran sebagai variabel independen akan dapat diketahui bahwa makna Islami tersebut sesuai dengan syariah atau hanya sekedar logo. Dengan kata lain, penelitian ini menilai tingkat kesyariahan minimarket Syar'e Mart dalam operasionalnya.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah analisis materi dalam penulisan skripsi ini, berikut adalah sistematika penulisan terdiri dari lima bab yang dibagi

---

<sup>7</sup> Nisrinah dan Nisrin, " Dampak Implementasi Tauhid Pada Kinerja Bisnis Minimarket Nusa Indah Bangil", *Jurnal Universitas Airlangga Surabaya* (2014).

dalam sub-bab dan setiap sub-bab mempunyai pembahasan masing-masing yang saling berkaitan satu dengan lainnya.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab satu merupakan pendahuluan yang menggambarkan secara umum mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, objek penelitian, metodologi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori.

## **BAB II : LANDASAN TORI TELAAH PUSTAKA**

Pada bab dua membahas mengenai tinjauan teoritis pemasaran yang terdiri dari: Komponen Pemasaran meliputi: *Produk, Price, Place, Promotion*, Pelayanan, Kebersihan dan pengertian Pemasaran Syariah.

## **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum Syar'e Mart yang meliputi sejarah singkat dan perkembangan Syar'e Mart, visi dan misi, tujuan didirikannya Syar'e Mart.

## **BAB IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai penerapan pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan yang meliputi: komponen pemasaran ditinjau dari hukum Islam.

## **BAB V : KESIMPULAN**

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi ini yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil bahwa berdasarkan komponen pemasaran yang digunakan yaitu: komponen produk yang ditawarkan sudah memenuhi standar Syari'ah yaitu berlabel halal dari LP-POM MUI, komponen harga yang diterapkan sesuai tuntunan Syari'ah dengan menggunakan sistem *murâbahah*, komponen tempat (distribusi) diterapkan secara Syari'ah dengan tempat yang strategis, komponen promosi sudah diterapkan sesuai Syari'ah dengan tidak melakukan promosi yang berlebihan dan mengandung unsur penipuan, komponen display yang menarik dan komponen kebersihan yang selalu terjaga adalah sudah diterapkan secara Syari'ah, sedangkan komponen pelayanan belum Syari'ah karena keramahan dan ucapan salam belum dilakukan secara maksimal. Jadi, sesuai dengan namanya minimarket Syar'e Mart dapat dikatakan sebagai minimarket Syari'ah dan bukan hanya sekedar logo.

Berdasarkan tinjauan Syari'ah, pemasaran dapat diwujudkan dengan kriteria: Produk yang dijual adalah halal (mendapatkan sertifikasi halal dari LP-POM MUI); Barang yang dijual terhindar dari unsur H-MAGRIB (haram *maisîr*, *garar* dan *riba*); harga murah; barang rusak atau jelek tidak disembunyikan.

**B. Saran-saran**

1. Memaksimalkan pelayanan kepada konsumen agar tercipta pelayanan yang prima.
2. Mengoptimalkan kegiatan promosi dengan periklanan, untuk lebih mengenalkan keberadaan Syar'e Mart kepada masyarakat lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

### Al-qur'an

Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya, Bandung: Diponegoro, 2008.

Majah, Ibn, *Sunan Ibn Majah*, Semarang: Toha Putra, 2000.

### Buku

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Afandi, Yazid, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009 .

Auda, Jasser, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqhisid Syariah*, Bandung: Mizan Media Utama, 2008

Gunara, Thorik, *Marketing Muhammad*, Bandung: Madania Prima, 2007.

Hafidudin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpres, 2003.

Karim, Adiwarmarman, *Ekonomi Islam Mikro*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Kartajaya, Hermawan dan M Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Persada Grafindo, 2006.

Mustafa, Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Yogyakarta: Kaukaba Dirgantara, 2015.

Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2003.

Widyarini, *Pemasaran Syariah Aplikasi Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2015.

Yusanto, M. Ismail dan M.K. Widjayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Zuhri, Saifudin, *Ushul Fiqh Akal Sebagai Sumber Hukum Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

### **Penelitian/Karya Ilmiah**

Mail Milian Batin, “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli Syar’e Mart UII Yogyakarta,” *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2015).

Nurul Huda “ Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Pengambilan Keputusan Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Syar’e Mart UII Yogyakarta)”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2013).

Setya Noer Hatmoko, “ Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Syar’e Mart UII Yogyakarta”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Yogyakarta (2016).

Nisriah dan Nisrin, “ Dampak Implementasi Tauhid Pada Kinerja Bisnis Minimarket Nusa Indah Bangil”, *Jurnal* Universitas Airlangga Surabaya (2014).

### **Sumber lain/ Internet**

<http://muihalal.blogspot.co.id/2016/11/perebutan-sertifikasi-halal-awal.html>, diakses tanggal 28 Maret 2017.

[http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/55/1360/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1), diakses tanggal 1 Maret 2017.

<https://www.google.co.id/webhp?tab=Tw&ei=WE7sWOy1O-if0wLLo4-QCQ&ved=0EKkuCAQoAQ#q=www.datacon.co.id&spf=1>, diakses tanggal 10 Januari 2017.

<http://repository.unair.ac.id/3708/>, diakses tanggal 2 Februari 2017.

[http://hukum.unsrat.ac.id/pres/penpres1963\\_11.pdf](http://hukum.unsrat.ac.id/pres/penpres1963_11.pdf), diakses tanggal 25 Januari 2017, pukul 14:53

<http://rudipower.blogspot.com/2010/04/mini-market-syariah.htm>, diakses tanggal 1 April 2017

### **Lain-lain:**

Amir,M. Taufiq, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005

Asri, Marwan, *Marketing*, Yogyakarta: UPP-AMP YKNPN,1991.

- Kotler, Philip dan Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller , *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta : Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip, dan Kevil Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Benyamin Molan, Jakarta: Indeks, 2007.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2002
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Putri, *Evaluasi Penataan dan Display Produk*, Jakarta: Gramedia Utama, 2008.
- Sopian dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: PT Andi, 2008.
- Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Swastha, Basu, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Widyati, Retno dan Yuliarsih, *Higiene dan Sanitasi Umum Dan Perhotelan*, Bandung: Alumni, 2002

**TERJEMAHAN AL-QURAN, HADITS DAN ISTILAH-  
ISTILAH**

Hal.	Nomor Footnote	Ayat Al-Qur'an dan Hadts	Terjemahan Ayat
4	2	QS. An-Nisa ayat 29	Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar)....
12	9	QS. Al-Maidah ayat 88	Dan makanlah dari Allah apa yang diberikan kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadaNya
13	10	QS. As-Syu'ara ayat 181	Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain
16	16	QS. An-Nisa' ayat 29	Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu
17	20	QS. Al-Baqarah Ayat 275	...dihalalkannya jual beli dan diharamkan riba...
23	31	QS. Al-Ahzab ayat 21	Sungguh telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang berharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat yang banyak mengingat Allah.
28	38	QS. Ali Imran ayat 159	Maka berkat rahmat Allah engkau (muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu...
13	12	HR Muslim, dari Hakim bin Hizam Ra	Dari Abdullah bin Al-Harits, dari Hakim bin Hizam bahwasanya Rasulullah SAW bersabda: dua orang yang melakukan jual beli mempunyai hak <i>khiyar</i> dalam jual beli selama

			mereka belum berpisah, jika keduanya jujur dan keduanya menjelaskannya (transparan), niscaya diberkahi dalam jual beli mereka berdua, dan jika mereka berdua menyembunyikan atau berdusta, niscaya akan dicabut keberkahan dari jual beli mereka berdua. ..
16	17	Hadis Sunan Ibn Majah, Hadis nomor 2185,” Kitab Al-Tijarah.”	Sesungguhnya jual beli itu dengan kerelaan.
31	44		Kebersihan sebagian dari iman



## LAMPIRAN II

### PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa tujuan ddirikannya minimarket ini?
2. Bagaimana sejarah berdiriya minimarket ini?
3. Apa visi dan misi dari syar'e mart?
4. Bagaimana struktur organisasinya?
5. Berapa jumlah karyawan di Syar'e Mart??
6. Produk apa saja yang dijual
7. Bagaimana kualifikasi produk yang dapat dijual di syar'e mart
8. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan
9. Apakah terdapat tim khusus dalam pemasaran?
10. Alat atau media apa yang digunakan untuk promosi di minimarket ini?
11. Program apa saja yang dilakukan untu menarik minat pembeli?
12. Bagaimana dengan strategi harga yang diterapkan?
13. Apakah strategi pemasaran yang digunakan masih relevan?
14. Bagaimana segmentasi pasar yang akan dituju?
15. Apa yang menjadi acuan penentuan harga
16. Distributor mana saja yang dipake untuk menyuplay produk yang masuk?
17. Berapa persen keuntungan yang diambil dari harga yang didapat dari harga distributor?
18. Bagaimana pelayanan yang dilakukan
19. Apakah ada peraturan-peraturan yang harus dilakukan untuk memenuhi pelayanan yang baik
20. Bagaiaman kontrol akan produk yang dijual

## LAMPIRAN II

21. Apakah jaminan kehalalan produk yang dijual
22. Bagaimana manajemen produk yang dilakukan
23. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menjaga kenyamanan dan kebersihan minimarket?



### HASIL WAWANCARA

Sejarah dari minimarket Syar'e Mart yaitu adalah berdiri tahun 2010 dengan satu outlet yang berada disamping Fakultas Ilmu Agama Islam, dan seiring berjalannya waktu berkembang menjadi 2 outlet yang sekarang beroperasi disamping gedung rektorat. Tujuan awal berdirinya minimarket Syar'e Mart adalah untuk labolatorium, yang digunakan untuk praktek pemasaran jurusan D3 Manajemen.

Pada mulanya, struktur kepemimpinan Minimarket, 100% dikelola oleh Dosen D3 Manajemen akan tetapi sekarang diambil alih oleh jurusan D3 manajemen semenjak tahun 2016 lalu. Dengan struktur kepengurusan sebagai berikut:

1. Ketua 1 : Bapak Arif Darmawan

Ketua 2 : Ibu Nur Fauzia

2. Manager : Ibu Melisa

Ibu yestias

Ibu rika

3. Admin : Mba silvi

Minimarket Syar'e Mart dalm operasionalnya menggunakan sistem shift, dengan rincian shift sebagai berikut : Shift 1: 06.30- 13.30 dan Shift 2: 11.00-18.00. minimarket ini diberi nama dengan Syar'e Mart karena pada awalnya bertujuan agar dalam penerapannya sesuai dengan syariah Islam, yaitu dari segi

penjualannya, pengambilan keuntungan maupun operasionalnya. Dibandingkan dengan minimarket diluar sebisa mungkin harganya lebih rendah.

Produk-produk yang dijual harus sesuai dengan kriteria halal yang ditetapkan oleh BP-POM MUI, terhindar dari barang haram dan subhat. Dalam penjualannya minimarket Syar'e Mart sangat mengedepankan transparansi harga, yaitu dengan menampilkan harga pembelian, keuntungan yang diinginkan dan harga jualnya. Transparansi tersebut direalisasikan dalam tabel penjualan yang ditampilkan pada produk yang dijual. Minimarket Sya'e Mart pun hanya bekerjasama dengan distributor-distributor yang menjual produk halal dan mempunyai variasi produk yang lengkap. Untuk menjaga kualitas produk dan ditawarkan, pihak minimarket mengadakan pengecekan produk *expired* setiap satu bulan sekali, dari pihak distributornya juga merekan akan ada AMD, selain pengecekan rutin setiap toko sepi karyawan selalu berusaha untuk mengecek produk yang dipajang pada display.

Penentuan harga produk yang dijual yaitu dengan ditambah 10% dari harga beli pada distributor. Akan tetapi 10% tersebut tergantung produk dan tidak sama antara produk yang satu dengan produk yang lain. Selain itu dalam penentuan harga diterapkan sistem konsinasi, yaitu distributor sendiri yang menentukan harga dan kadang keuntungan bisa lebih dari 10%. Demi kehati-hatian pihak pengelola apabila terdapat distributor yang menentukan keuntungan terlalu besar, maka minimarket akan memutuskan hubungan kerjasama, karena dianggap akan merugikan konsumen nantinya.

Minimarket ini dalam kegiatannya tidak menerapkan sistem promosi seperti yang dilakukan minimarket lain, karena dikhawatirkan akan mengandung unsur penipuan. Konsumen dengan kesadaran maupun kemauan sendiri yang akhirnya mengunjungi minimarket. Anggaran untuk kegiatan promosi pun diminimalkan, akan tetapi ketika ada mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan dan membutuhkan dana, minimarket siap membantu semampunya dengan syarat mengajukan proposal kegiatan dan kegiatannya bukan kegiatan yang dilarang.

Komponen display yang akan tetap seperti biasanya karena sangat tidak dimungkinkan untuk merubah display karena keterbatasan tenaga. Display hanya dibersihkan setiap pagi dan sore dari debu-debu yang menempel. Karyawan di Minimarket Syar'e Mart diwajibkan menjaga kebersihan setiap saat. Karyawan yang terlambat masuk kerja pun akan mendapatkan sanksi berupa penambahan jam kerja untuk mengganti keterlambatan. Misalnya : si A masuk kerja terlambat 1 jam dari yang seharusnya, maka diakhir shift dia harus menambah 1 jam lagi. Dalam kedisiplinan karyawan, pihak manajemen mengajarkan arti tanggungjawab dan kesadaran antar individu.

Di dalam Minimarket tidak hanya terdapat produk-produk yang seharusnya dijual, akan tetapi terdapat juga foto kopian yang sengaja disewakan untuk mempermudah mahasiswa untuk memfotokopi. Pihak fotokopi terpisah dari tanggungjawab manajemen karena fotokopi tersebut dari pihak luar.

Minimarket tidak dapat memaksimalkan penggunaan halaman minimarket untuk digunakan sebagai fasilitas minimarket, karena lokasi tersebut menjadi bagian dari wilayah rektorat dan tidak dapat diberdayakan oleh pihak minimarket.

Mahasiswa yang ingin duduk-duduk sambari menunggu jam kuliah diperkenankan untuk duduk di dalam minimarket dengan disediakan kursi-kursi dan meja.



## LAMPIRAN IV

### KUESIONER

Kepada Yth.

Sdr/i Konsumen Minimarket Syar'e Mart

Di Kampus UII Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Penerapan Pemasaran Retail Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Pada Minimarket: Syar'e Mart di Kampus Universitas Islam Indonesia)”**, Saya mohon kesediaan sdr/i untuk mengisi kuesioner berikut. Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, adapun data diri saya adalah:

Nama : Puji Pramudya Wardani (13380076)

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga

Atas kesediaan Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Peneliti

Puji Pramudya Wardani

Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang anda anggap sesuai dengan kenyataan yang ada

1. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Uang saku anda dalam satu bulan
  - a. Rp 300.000- Rp 600.000
  - b. Rp 601.000-Rp 1.000.000
  - c. Rp 1.001.000-Rp 1.500.000
  - d. Diatas Rp 1.500.000
3. Pekerjaan Orang tua

NO	Ayah	NO	Ibu
1.	PNS	1.	PNS
2.	Wiraswasta	2.	Wiraswasta
3.	Petani	3.	Petani
4.	TNI	4.	Ibu Rumah Tangga
5.	Pegawai Swasta	5.	Pegawai Swasta
6.	Lain-lain (sebutkan).....	6.	Lain-lain (sebutkan).....



4. Pendapatan Orang Tua

	<b>Ayah</b>		<b>Ibu</b>
	< Rp 2000.000		Rp 0
	Rp 2.001.000-Rp 3.500.000		< Rp 2000.000
	Rp 3.501.000-Rp 5.000.000		Rp 2.001.000-Rp 3.500.000
	Rp 5.001.000-Rp 7.000.000		Rp 3.501.000-Rp 5.000.000
	>Rp 7.000.000		Rp 5.001.000-Rp 7.000.000
			>Rp 7.000.000

5. Status tempat tinggal Saudara di Yogyakarta?
- Kontrak
  - Kost
  - Ikut Orang tua
  - Ikut Saudara
6. Berapa kali anda dalam seminggu berbelanja di minimarket Syar'e Mart?
- 1 kali
  - 2 kali
  - 3 kali
  - >3kali,sebutkan..
7. Jenis produk apa yang biasa anda beli pada saat berbelanja di minimarket Syar'e Mart ?
- Makanan
  - minuman
  - Peralatan tulis
  - Kebutuhan sehari-hari
  - Lain-lain (sebutkan)...
8. Apakah dengan nama Syar'e Mart dapat memotivasi anda untuk berbelanja di minimarket Syar'e Mart?
- Ya, alasannya.....
  - Tidak, alasannya.....
9. Menurut Anda, apakah minimarket Syar'e Mart benar-benar sudah menerpakan prinsip syariah?
- Benar
  - Tidak tau
  - Tidak benar

10. Berapa total uang yang biasa anda belanjakan dalam satu minggu di minimarket Syar'e Mart?
- < Rp.10.000
  - Rp 11.000- Rp 25.000
  - Rp 26.000- Rp 50.000
  - Rp 51.000- Rp 100.000
  - > Rp 100.000

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1.	Produk- produk yang dijual di Syar'e Mart adalah produk-produk halal		
2.	Produk yang ditawarkan sangat bervariasi		
3.	Kelengkapan produk yang ditawarkan mengikuti perkembangan selera konsumen		
4.	Produk yang ditawarkan sangat lengkap, sehingga barang yang saya cari selalu ada		
5.	Barang yang diinginkan oleh konsumen selalu tersedia di Sya'e Mart		
6.	Harga pruduk di Syar'e Mart relatif lebih murah dibandingkan minimarket di sekitar UII		
7.	Harga yang ditawarkan oleh Sya'e Mart sesuai dengan pembeliannya		
8.	Pengambilan laba yang dilakukan dirasa wajar apabila dilihat dari harga beli dan harga jual produknya		
9.	Saya yakin harga yang ditentukan oleh Sya'e Mart sesuai dengan kenyataan		
10.	Saya pertama kali mengenal Syar'e Mart melalui teman		
11.	Saya tertarik berbelanja di Syar'e Mart setelah melihat iklan di media internet		
12.	Saya tertarik berbelanja di Syar'e Mart setelah melihat melalui Baliho		
13.	Saya tertarik berbelanja di Syar'e Mart karena potongan harga yang ditawarkan		
14.	Penggunaan nama "Syar'e Mart" memudahkan saya untuk mengingatnya		
15.	Penempatan produk pada <i>display</i> sesuai dengan kelompok produknya		
16.	Tata letak produk pada <i>display</i> memudahkan konsumen untuk memilih produk		
17.	Penempatan <i>display</i> di Syar'e mart memudahkan konsumen mencari barang yang		

	dibutuhkan		
18.	Karyawan Syar'e Mart ramah terhadap konsumen		
19.	Karyawan Syar'e Mart selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap konsumen		
20.	Karyawan Syar'e Mart selalu mengucapkan salam kepada konsumen yang datang		
21.	Penampilan karyawan di Sya'e Mart Menarik		
22.	Pelayanan pada kasir relatif cepat		
23.	Jam buka dan tutup Syar'e Mart sesuai dengan informasi yang disampaikan		
24.	Kebersihan <i>display</i> dan produk di Syar'e Mart selalu terjaga		
25.	Kebersihan produk di Syar'e Mart selalu terjaga		
26.	Kebersihan lantai di dalam Syar'e Mart selalu terjaga		
27.	Pengelolaan sampah di Syar'e Mart sangat baik		

**KARAKTERISTIK RESPONDEN**

## a. Responden Berdasarkan Uang Saku

Uang saku	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Rp 300.000-Rp 600.000	11	22
Rp 601.000-Rp 1.000.000	13	26
Rp 1.001.000-Rp 1.500.000	17	34
Diatas Rp 1.500.000	9	18
Total	50	100

Sumber data: data Primer (diolah), 2017

## b. Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan	Ayah	Ibu
PNS	12	24
Wiraswasta	24	24
Petani	4	4
Ibu Rumah Tangga	-	34
Pegawai Swasta	5	2
Lain-lain	5	10
Total	50	50

Sumber data: Data Primer (diolah), 2017

c. Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

Pendapatan	Ayah	Ibu
Rp 0	2	34
<Rp 2.000.000	6	14
Rp 2.001.000-Rp 3.500.000	10	20
Rp 3.501.000- Rp 5.000.000	17	16
Rp 5.001.000- Rp 7.000.000	8	12
>Rp 7.000.000	7	4
Total	50	50

Sumber data: Data Primer (diolah), 2017

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Total Belanja

Total belanja	Jumlah (orang)	Prosentase
<Rp 10.000	21	42
Rp 11.000- Rp 25.000	23	46
Rp 26.000-Rp 50.000	6	12

Sumber Data: Data Primer (diolah), 2017

e. Berdasarkan Persepsi Konsumen terhadap nama toko

Persepsi	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
Memotivasi	13	26
Tidak Memotivasi	37	74
Total	50	100

Sumber Data: Data Primer (diolah), 2017

DOKUMENTASI



Gambar 1. Minimarket Syar'e Mart



Gambar 2 .Display pada Syar'e Mart





Gambar 3. Display Makanan



Gambar 4. Display Makanan dan Minuman





Gambar 5. Ruang Kepala Toko



Gambar 6. Kasir



Gambar 7. Display Alat Tulis



Gambar 8. Label Harga

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Puji Pramudya Wardani  
Tempat, Tgl Lahir : Magelang, 4 September 1992  
Alamat : Banjaragung RT 06/02, Banjaragung, Kajoran,  
Magelang, Jawa Tengah, 56163

Email : pramudyawardani7@gmail.com

No. HP : 085726259966

Pendidikan :

1. RA Muslimat NU Banjaragung
2. SD N 1 Kajoran lulus tahun 2005
3. SMP N 1 Salaman lulus tahun 2008
4. MA Sunan Pandanaran lulus tahun 2011
5. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Fakultas Syariah Angkatan 2013
6. Pondok Pesantren Sunan Pandanaran Yogyakarta

Pengalaman Organisasi:

Tahun 2014- sekarang : anggota Business Law Centre Fakultas Syari'ah  
dan Hukum

Pengalaman Bekerja:

2011-2012 : Staf pengajar MI Sunan Pandanaran

2011-2012 : Guru Mata Pelajaran MI Sunan Pandanaran

2016 : Magang di Lembaga Ombudsman Yogyakarta