

**STRATEGI BISNIS TOKO KLONTONG DI TENGAH
PANDEMI COVID 19 PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**
(Studi Kasus di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pematang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

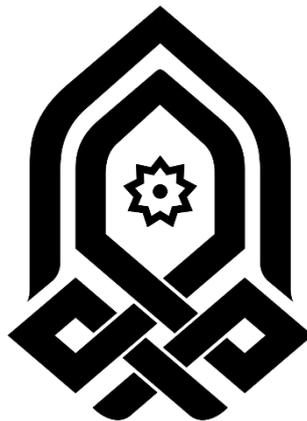
KLARATRI MAHENDRA SUCI
NIM. 4117094

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**STRATEGI BISNIS TOKO KLONTONG DI TENGAH
PANDEMI COVID 19 PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**
(Studi Kasus di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemasang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

KLARATRI MAHENDRA SUCI
NIM. 4117094

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Klaratri Mahendra Suci
NIM : 4117094
Judul Skripsi : **STRATEGI BISNIS TOKO KLONTONG DI
TENGAH PANDEMI COVID 19
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM** (Studi
Kasus di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 4 Oktober 2021



KLARATRI MAHENDRA S

4117094

NOTA PEMBIMBING

Dr. Susminingsih, M.Ag.
Griya Tirto Indah Gang 2 Nomor 62

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Klaratri Mahendra Suci

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Klaratri Mahendra Suci**
NIM : **4117094**
Judul Skripsi : **Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Tengah Pandemi Covid 19
Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kelurahan Pelutan
Kecamatan Pecalang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan,
Pembimbing



Dr. Susminingsih, M.Ag.

NIP. 197502111998032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl.Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : Klaratri Mahendra Suci
NIM : 4117094
Judul Skripsi : Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Tengah Pandemi Covi 19
Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemasang)

Telah diujikan pada hari Selasa-Rabu tanggal 02-03 November 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi(S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Dr. AM.M. Hafidz MS.M.Ag
NIP.197806162003121003


Wilda Yulia Rosyida, M.Sc
NIP. 199110262019032014

Pekalongan, 03 November
2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua ku tercinta Bapak Mulyono dan Ibu Sariah, terimakasih atas usaha, doa yang selalu dipanjatkan serta dukungannya.
2. Kakak ku tersayang Citra , yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuanganku
4. Almamater tercinta IAIN Pekalongan.

MOTTO

Cukuplah Allah menjadi penolong bagi kami dan Dia sebaik-baiknya pelindung

QS. Ali Imran

ABSTRAK

Klaratri Mahendra Suci. 2021. Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Tengah Pandemi Covid 19 Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang). Jurusan/Fakultas: Ekonomi Syariah/ Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Toko kelontong merupakan industri kecil dalam penjualan produk secara langsung pada konsumen akhir dimana jumlah pekerjanya sedikit yang biasanya terdiri dari anggota keluarga sendiri. Namun dengan adanya pandemi Covid 19 seperti ini berdampak pada bisnis toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan, jumlah pembeli mayoritas berkurang sehingga pendapatan yang diperoleh pun menurun. Untuk itu agar bisa bertahan di tengah pandemi para pemilik toko kelontong memerlukan strategi bisnis agar bisa tetap mempertahankan bisnisnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bisnis toko kelontong ditengah pandemi Covid 19 dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bisnis yang diterapkan pemilik toko kelontong di Kelurahan Pelutan. Dalam mengidentifikasi permasalahan tersebut, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan segala sesuatu tentang strategi bisnis toko kelontong ditengah pandemi covid 19 dan tinjauan etika bisnis Islam pada strategi bisnis yang digunakan pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan sudah menerapkan strategi 6R yang meliputi *right product* (produk), *right quantity* (kuantitas), *right price* (harga), *right time* (waktu), *right place* (tempat), dan *right appeals promotion* (promosi), namun dimasa pandemi covid 19 seperti ini ada beberapa pola strategi yang berubah seperti dalam strategi promosi, lebih memaksimalkan promosi melalui media online. Adapun strategi yang bersifat vital dan dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha yaitu modal, modal digunakan untuk menunjang kegiatan usaha dan memenuhi produktifitas untuk memperoleh pendapatan, strategi lain yang bisa dilakukan pemilik toko kelontong adalah bersikap ramah dan mengutamakan pelayanan yang baik. Sedangkan tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bisnis yang dilakukan pemilik toko kelontong di daerah Keluraha Pelutan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Kata Kunci: Toko Klontong, Strategi Bisnis, Pandemi Covid 19, Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

Klaratri Mahendra Suci. 2021. Grocery Store Business Strategy Amid the Covid-19 Pandemic Islamic Business Ethics Perspective (Case Study in Pelutan Village Pemalang District). Department/Faculty: Islamic Economics/Economics and Business Islamic State Islamic Institute (IAIN) Pekalongan.

Grocery store is a small industry in selling products directly to final consumers where the number of workers is small which usually consists of their own family members. However, with the Covid 19 pandemic like this having an impact on the grocery store business in the Pelutan Village area, the majority of buyers have decreased so that the income earned has decreased. For this reason, in order to survive in the midst of a pandemic, grocery store owners need a business strategy in order to maintain their business.

The purpose of this study was to find out how to implement a grocery store business strategy in the midst of the Covid 19 pandemic and how to review Islamic business ethics on the business strategy implemented by grocery store owners in Pelutan Village. In identifying these problems, the approach used in the research is qualitative with the type of *field research*. Data were collected through observation, interviews, and documentation methods. The data analysis used descriptively with the aim of describing everything about the grocery store business strategy in the midst of the covid 19 pandemic and a review of Islamic business ethics on the business strategy used by the grocery store owner in the Pelutan Village area.

From the results of this study, it is known that the owner of a grocery store in the Pelutan Village area has implemented a 6R strategy which includes the *right product* (product), *right quantity* (quantity), *right price* (price), *right time* (time), *right place* (place), and *right appeals promotion* (promotion), but during the covid 19 pandemic, there are several patterns of strategies that have changed, such as in the promotion strategy, maximizing promotion through online media. The strategies that are vital and can affect business continuity are capital, capital is used to support business activities and meet productivity to earn income, another strategy that can be done by grocery store owners is to be friendly and prioritize good service. While the review of Islamic business ethics on business strategies carried out by grocery store owners in the Pelutan Village area is in accordance with Islamic business ethics because it does not conflict with Islamic law.

Keywords: Klontong Shop, Business Strategy, Covid 19 Pandemic, Islamic Business Ethics

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi pencipta alam semesta raya, Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya kepada penyusun, sehinggadapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Penyusun sadar dengan sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari asuhan rasa berbagai pihak, untuk itu kami haturkan banyak terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor IAIN pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI IAIN Pekalongan
4. Bapak Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
6. Bapak Dr.Zawawi, M.A selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Kepada pemilik Toko Klontong yang telah bersedia menjadi informan penelitian.

Akhirnya, penyusun menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penyusun harapkan dan kepada Allah lah penyusun memohon ampunan dan petunjuk dari segala kesalahan. Selebihnya hanya harapan dan doa agar karya kecil ini bermanfaat adanya.

Pekalongan, September 2021

Penyusun

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Klaratri M.S.', with a stylized, cursive script.

KLARATRI M.S

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
P E N G E S A H A N.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Telaah Pustaka	27
C. Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Setting	33
D. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
E. Sumber data.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35

G. Keabsahan Data.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Kelurahan Pelutan	40
B. Hasil Penelitian	46
C. Strategi Bisnis Toko Kelontong Ditengah Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Pelutan	47
D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Bisnis Toko Kelontong Di tengah Pandemi Covid 19 Di Kelurahan Pelutan.....	57
BAB V PENUTUP	62
A. Simpulan	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRANI	

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بهنّ = *bihinna*

3. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

4. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh : a. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.

b. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti : تفصيل, ditulis *tafsil*.

c. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

5. Vokal Rangkap

a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*

b. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

6. Ta' Marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
- b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية
ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

- a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شئى ditulis *syai,un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan toko kelontong sebelum dan saat ada pandemi covid 19

Tabel 2.1 Telaah Pustaka

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 : Dokumentasi
- Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan Pemilik Toko Kelontong

1. Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?
2. Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?
3. Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?
4. Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini ?
5. Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?
6. Bagaimana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?
7. Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?
8. menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?
9. Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?
10. Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?
11. Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam
12. Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

Daftar Pertanyaan Konsumen Toko Kelontong

1. Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?
2. Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?
3. Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?
4. Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?
5. Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas informan

Nama : Uripah (Pemilik Toko Kelontong)

Usia : 50

Tanggal wawancara : 8 Agustus 2021

Waktu : 13.00

KR : Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?

UR : “Dari awal memang pingin buka usaha sendiri di daerah sini mba, apalagi disini kan dekat sekali dengan pusat kota, deket alun-alun, deket pasar jadi rame banyak orang, cocok buat buka usaha”

KR : Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?

UR : “Waduh mba sejak ada corona barang ditoko banyak yang ngga jalan, biasanya sliwar-sliwer banyak orang lewat rame nanti ada yang sekedar beli rokok, minuman, kalo ngga jajan. Laa ini pas corona jalan bener-bener sepi mba, jadi ya pengaruh sekali mba”

KR : Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?

UR : “Alhamdulillah sudah banyak mba, ada sembako, rokok, deterjen, jajan juga ada”

KR : Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

UR : “Strateginya apa yaa, ya seperti biasa si mba yang pertama bahannya harus aman dan halal, apalagi pas lagi pandemi kaya gini orang-orang jadi lebih teliti kalo mau beli barang”

KR : Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?

UR : “kalo persediaan lebih banyak sama sales mba, tapi yang kulakan sendiri juga ada,kaya beras, telur itu saya kulakan sendiri. Nah kalo pas pandemi kaya gini strategi ibu yaa ngurangin sales yang barangnya itu kurang laris pas pandemi kaya gini mba, sebenarnya ibu ngga enak yaa sama salesnya tapi mau gimana lagi mba”

KR : Bagaimana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?

UR : “Harganya standar aja mba, ngikutin harga pasar”

KR : Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?

UR : “Strategi right time itu maksudnya gimana mba?”

KR : “Jadi begini bu kalo strategi time itu kan ada 4. Ada waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus, dan waktu pribadi, dimana ke 4 waktu itu bisa memberikan peluang bisnis. Contohnya seperti masa tahun ajaran baru bagi para pelajar dan mahasiswa. Dalam masa itu, produk yang paling banyak laku adalah seragam, buku tulis, alat tulis, buku teks, tas sekolah/kuliah, dan perlengkapan sekolah lainnya. Apakah ibu juga menerapkan strategi seperti itu”

UR : “Oalah seperti itu mba, iyaa karna ibu banyaknya barang sembako, kalo pas ramadhan sama menjelang lebaran biasanya belanja sembako itu lebih banyak mba, soalnya kan pas ramadhan sma lebaran permintaan sembako itu biasanya naik mba”

KR : menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?

UR : “menurut ibu menurut ibu sudah strategis ya mba, dipinggir jalan, dekat alun-alun. Penataan tiap barangnya juga menurut ibu sudah baik, dipisahin sendiri-sendiri yang mana sembako, jajan, deterjen. Jadi memudahkan pelanggan juga”

KR : Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?

UR : “Tempat untuk parkir sudah ada, penempatan barang juga sudah rapi walaupun tokonya ibu rada sempit”

KR : Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

UR : “biasanya kan langsung didepan pelanggan ya mba dri mulut ke mulut misal ada barang bari pasti ibu tawarkan secara langsung tapi sekarang corona jadi buat secara langsung itj susah, akhirnga ibu coba-coba promosikan lewat status wa, alhamdulillah ada yang respon mba”

KR : Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam

UR : “ibu ngga tau banyak si mba, intinya berdagang harus sesuai sama ajaran islam gitu aja mba”

KR : Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

UR : “menurut ibu alhamdulillah sudah ya mba, bisa dilihat sendiri kalo ditoko ibu barangnya itu semuanya halal dan sudah aman ada bpomnya, jujur ibu juga takut kalo jual barang yang belum ada bpomnya bukan apa-apa tapi ragu aja mba, jadi barang disini ibu pastikan sudah berbpom semua insyaallah”

Nama : Isma (Pemilik Toko Kelontong)

Usia : 30 Tahun

Tanggal wawancara : 8 Agustus 2021

Waktu : 11.00

KR : Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?

IS : “toko ini awalnya dari orang tua mba, terus saya dikasih kepercayaan buat mengelola toko ini sendiri”

KR : Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?

IS : “dampaknya jelas kalo saya mba, bener-bener pendapatan itu turun drastis, toko juga sepi biasanya itu sehari itu 1 orang bisa bolak-balik ke toko itu sampe 3x ini paling sekali tok mba”

KR : Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?

IS : “banyak mba, ada sembako, rokok, jajan, kopi-kopi, minuman-minuman”

KR : Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

IS : “Ngga ada strategi khusus si mba, berjalan seperi biasa aja, yang penting barang di sini semuanya sudah ber bpom sama halal”

KR : Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?

IS : “untuk persediaan barang biasanya saya kulakan sendiri, ada yang kerja sama sama sales juga”

KR : Bagajmana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?

IS : “standar aja mba”

KR : Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?

IS : “apa itu mba ?

KR : “Jadi begini mba kalo strategi time itu kan ada 4. Ada waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus, dan waktu pribadi, dimana ke 4 waktu itu bisa memberikan peluang bisnis. Contohnya seperti masa tahun ajaran baru bagi para pelajar dan mahasiswa. Dalam masa itu, produk yang paling banyak laku adalah seragam, buku tulis, alat tulis, buku teks, tas sekolah/kuliah, dan perlengkapan sekolah lainnya. Apakah mba juga menerapkan strategi seperti itu ?

IS : “Ohiyaa mba seperti itu, berarti saya biasa menetapkan startegi waktu itu pas musim ramadha mba sama menjelang lebaran. Pokoknya kalo lagi musim lebaran say jual sirup, roti kalengan juga mba”

KR : menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?

IS : “alhamdulillah tempatnya strategis, deket alun-alun juga”

KR : Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?

IS : “paling tempat parkir mba disini gratis, sama ada kulkas jadi kalo pelanggan pingin minuman yang dingin ada yang biasa juga ada ”

KR : Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini ?

IS : “saya Cuma ngadelin promosi diwa mba, kalo tetangga yang deket saya wa, kalau yang rada jauh saya share di grup alumni sama ibu-ibu pkk”

KR : Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam

IS : “iyaa tau tapi ngga terlalu banyak mba”

KR : Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

IS : “menurut saya sudah, karna yang namanya dagang itu kan ngga melulu nyari uang yaa mba, dagang itu juga ibadah, biar mendapat berkah dari allah juga”

Nama : Mulyati (Pemilik Toko Kelontong)

Usia : 52

Tanggal wawancara : 8 Agustus 2021

Waktu : 15.00

KR : Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?

MY : “Dulu tokonya belum kaya gini mba, barangnya masih dikit banget Cuma sembako sama jajan-jajan, seiring berjalanya waktu alhamdulillah semakin ada peningkatan pendapatan. Akhirnya barang-barang mulai saya lengkapi, alhamdulillah sekarang juga sudah bergabung dengan src, alhamdulillah alhamdulillah sekali mba”

KR : Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?

MY : “Langsung turun drastis mba, sebelum corona langganan ibu itu banyak dari anak-anak smp situ, tapi sekarang sekolah dirumahkan siapa yang mau beli, pendapatan jelas turun”

KR : Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?

MY : “ada sembako, rokok, peralatan sekolah, jajan, galon, sama gas pun alhamdulillah sudah lengkap, disini juga bisa bayar pam, pln, sama vocher game sudah ada”

KR : Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

MY: “Strateginya apa yaa, ya seperti biasa si mba yang pertama bahannya harus aman dan halal, apalagi pas lagi pandemi kaya gini orang-orang jadi lebih teliti kalo mau beli barang”

KR : Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?

MY : “kalo persediaan lebih banyak sama sales mba, tapi yang kulakan sendiri juga ada,kaya beras, telur itu saya kulakan sendiri. Nah kalo pas pandemi

kaya gini strategi ibu yaa ngurangin sales yang barangnya itu kurang laris pas pandemi kaya gini mba, sebenarnya ibu ngga enak yaa sama salesnya tapi mau gimana lagi mba”

KR : Bagaimana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?

MY : “sesuai pasar mba, ngga terlalu murah, ngga kemahalan juga”

KR : Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?

MY : “maksudnya mba?

KR : “Jadi begini bu kalo strategi time itu kan ada 4. Ada waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus, dan waktu pribadi, dimana ke 4 waktu itu bisa memberikan peluang bisnis. Contohnya seperti masa tahun ajaran baru bagi para pelajar dan mahasiswa. Dalam masa itu, produk yang paling banyak laku adalah seragam, buku tulis, alat tulis, buku teks, tas sekolah/kuliah, dan perlengkapan sekolah lainnya. Apakah ibu juga menerapkan strategi seperti itu

MY : “ya biasanya saya manfaatkan musim-musim puasa sama lebaran buat memperoleh pendapatan yang lebih banyak lagi, apalagi untuk sembako itu persediaannya biasanya saya lebihkan karena pas musim itu kan permintaan sangat meningkat, tapi ngga berlebihan sampe menimbun barang ya mba ”

KR : menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?

UR : “iya sudah mba, tokonya dipinggur jalan, deket juga sama sekolah sama pantura juga”

KR : Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?

MY : “gini aja si mba mengikuti perkembangan zaman, dulunya jajan yang ada disini itu ibu catolin tok mba, tapi sekarang ibu tata di rak-rak biar lebih rapi. Jadi pelanggan itu nyaman dan mudah kalau ambil sendiri”

KR : Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

MY : “kalo ibu promosi biasanya langsung lewat aplikasi juga juva mba, karena ibu kan sudah gabung si src jadi sudah dibuatkan toko online diaplikasinya sendiri, jadi kalo mau pesen ngga perlu dateng ke toko”

KR : Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam

MY : “kalau etika bisnis Islam sedikit-sedikit ibu tau mba tapi ngga begitu luas pengetahuan ibu”

KR : Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

MY : “Alhamdulillah sudah mba, contohnya saja ibu sebagai seorang pedagang itu harus berperilaku jujur, ramah, tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak. Ibu itu ambil keuntungan sedikit-sedikit tidak apa-apa yang penting barang yang ibu jual itu laku banyak dan disukai banyak orang”

Nama : Wati (Pemilik Toko Kelontong)

Usia : 52

Tanggal wawancara : 8 Agustus 2021

Waktu : 09.00

KR : Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?

WT : “Dulu pas sudah menikah suami itu ngga ngebolhin saya kerja lagi, terus bingung kalo sehabis ngurus pekerjaan rumah sama anak harus ngapain lagi kan jenuh, akhirnya waktu itu saya minta modal suami buat buka usaha toko dirumah, itung-itung nanti pendapatannya juga buat keperluan-keperluan yang lain”

KR : Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?

WT: “dampak pasti ada mba, daru barang-barangnya banyak yang ngga laku, pembelinya sepi, jadi pendapatan kan juga menurun mba”

KR : Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?

WT : “sembako, jajan, rokok, masker, deterjen, galon, gas, peralatan pramuka, perabotan rumah tangga, masih banyak lagi pokoknya”

KR : Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

WT : ” “namanya dagang yaa diusahakan menjual yang bagus, toh kalau barang-barang bagus pembeli juga ngga akan kecewa, terus mau beli disini lagi, alhamdulillah kalo jadi pelanggan. Apalagi sekarang pandemi nyari pelanggan susah”

KR : Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?

WT : “selain gas dan galon, persediaan selalu kulak sendiri mba”

KR : Bagajmana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?

WT : “sesuai harga pasar mba, kalau kemahalan takut ngga balik lagi”

KR : Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?

WT : “maksudnya gimana itu ?

KR : “Jadi begini pak kalo strategi time itu kan ada 4. Ada waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus, dan waktu pribadi, dimana ke 4 waktu itu bisa memberikan peluang bisnis. Contohnya seperti masa tahun ajaran baru bagi para pelajar dan mahasiswa. Dalam masa itu, produk yang paling banyak laku adalah seragam, buku tulis, alat tulis, buku teks, tas sekolah/kuliah, dan perlengkapan sekolah lainnya. Apakah bapak juga menerapkan strategi seperti itu

WT : “ya biasanya musim puasa sama lebaran jual sirup, semprong, sama roti-roti yang dikaleng nok”

KR : menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?

WT : “alhamdulillah sudah, ”

KR : Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?

WT : “Disini untuk parkir gratis mba, luas juga”

KR : Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

WT : “Cuma ngandelin promosi lewat wa mba, ibu juga buka layanan pesan antar juga, ada gartis ongkir gratis ongkir dengan minimal pembayaran 100.000”

KR : Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam

WT : “tau dikit-dikit mba”

KR : Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

WT : “alhamdulillah sudah kaya dalam memproseskan produk itu harus jujur mengatakan apa adanya kondisi barang”

Nama : Pak Nur Efendi (Pemilik Toko Kelontong)

Usia : 49

Tanggal wawancara : 07 Agustus 2021

Waktu : 11.00

KR : Bagaimana awal mula toko ini berdiri ?

NE : “Karena melihat dulu ada peluang, jadi dulu itu jarang sekali nok disini ada warung-warung sama toko-toko kelontong. Jadi saya ambil peluang itu untuk membuka usaha toko ini.”

KR : Apakah adanya pandemi covid 19 memberikan dampak ke usaha anda ?

NE : “Kalau ditanga berdampak pasti iya nok, pendapatan turun banyak, apalagi pas awal-awal rame corona banyak yang di lockdown, tokonya jadi sepi”

KR : Apa saja jenis-jenis produk atau barang yang dijual di toko anda ?

NE : “alhamdulillah sudah lengkap nok, ada sembako, rokok, jajan, insyaallah apa yang dicari disini ada”

KR : Bagaimana strategi produk yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

NE : ”Biasanya untuk produk yaa yang kualitasnya bagus kaya barang dari unilever, terus wings itu kan bagus dan pastikan barangnya punya label bpom biar lebih meyakikan pembeli”

KR : Bagaimana anda melakukan persediaan barang ?

NE : “lebih banyak sama sales kayanya nok, tapi pas musim corona gini bapak sebagai penjual yaa harus hati-hati, di cek satu-satu, kalo mau pesen barang ke seles pastikan barangnya yang mau dipesen itu barang yang hampir habis biar jangan berlebihan”

KR : Bagajmana anda menetapkan harga pada tiap produk yang dijual ?

NE : “kaya yang lain nok, tapi dibanding indomart sama alfamart jelas murah sini”

KR : Bagaimana penerapan strategi right time pada toko anda ?

NE : “maksudnya gimana itu ?

KR : “Jadi begini pak kalo strategi time itu kan ada 4. Ada waktu kalender, waktu musiman, waktu khusus, dan waktu pribadi, dimana ke 4 waktu itu bisa memberikan peluang bisnis. Contohnya seperti masa tahun ajaran baru bagi para pelajar dan mahasiswa. Dalam masa itu, produk yang paling banyak laku adalah seragam, buku tulis, alat tulis, buku teks, tas sekolah/kuliah, dan perlengkapan sekolah lainnya. Apakah bapak juga menerapkan strategi seperti itu

NE : “ya biasanya musim puasa sama lebaran jual sirup, semprong, sama roti-roti yang dikaleng nok”

KR : menurut anda, apakah lokasi toko yang anda pilih sudah strategis ?

NE : “iya sudah nok, dipinggir jalan, untungnya toko bapa dikasi di pinggir jalan, kalo didalem kan susah yaa”

KR : Fasilitas apa saja yang anda berikan selaku pemilik toko dalam memberikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja ?

NE : “untuk parkir luas”

KR : Bagaimana strategi promosi yang anda terapkan ditengah pandemi seperti ini?

NE : “Biasanya kalo mau promosi itu kan enaknyanya langsung ya nok, tapi karena terhalang pandemi jadi cuma bisa lewat wa, ngga pernah pake facebook atau ig karena emang ngga ngerti caranya”

KR : Apa yang anda ketahui tentang etika bisnis Islam

NE : “tau tapi ngga terlalu banyak nok”

KR : Menurut anda apakah semua strategi yang diterapkan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam ?

NE : “sudah alhamdulillah, dagang itu kunci utamanya adalah jujur mbak, karena dengan kita jujur orang akan lebih percaya kepada kita dan otomatis apabila kita berperilaku jujur dapat meningkatkan jumlah pelanggan kita juga mbak mereka juga tidak akan enggan untuk kembali berbelanja di toko kita”

Konsumen Toko Kelontong Ibu Uripah

Nama : Nisa

Usia : 22

KR : Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?

NS : “sudah mba, apalagi toko ini kan dekat dengan alun-alun dekat pasar.”

KR : Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?

NS : “mungkin rata-rata sudah mba”

KR : Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?

NS : “Lumayan si mba, disini buat parkir mudah sayang tokonya rada sempit mba.”

KR : Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?

NS : “sudah bagus mba, ibue kalo melayani ramah sekali, terus gerakanya itu cepet gesit.”

KR : Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

KR : “harganya ngga terlalu mahal mba kalo disini, terus jarak antara toko sama rumah saya ngga terlalu jauh”

Konsumen Toko Kelontong Ibu Isma

Nama : Citra

Usia : 22

KR : Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?

CR : “Menurutku udah mba”

KR : Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?

CR : “kayananya udah mba, apalagi disini kan banyak merek terkenal kaya unilever, wings yang pasti barangnya udah ada bpomnya.”

KR : Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?

CR : “Lumayan mba cuma disini agak sempit, kalo dimasukin 3 orang tokonya sudah keliatan sesek mba menurutku”

KR : Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?

CR : “mbanya baik banget tur sabar nemen mba”

KR : Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

KR : “Cuma itu si mba karena melayani pembeli itu sabar banget, biasane kan ada pedagang yang mukanya judes-judes tapu kalo mba isma engga mba orangnya baik banget.”

Konsumen Toko Kelontong Ibu Mulyati

Nama : Nita

Usia : 17

KR : Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?

NT : “ya sudah mba, tokonya kan dipinggir jalan raya, deket sama sekolahan.”

KR : Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?

NT : “udah kayanya mba.”

KR : Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?

NT : “iya mba tokonya luas, bersih, apalagi sekarang tokonya itu disediakan rak-rak jajan jadi memudahkan anak-anak kalo mau ngambil sesuatu, jadi keliatan rapi juga. tempat parkirnya disini juga luas mba untuk mobil motor bisa.”

KR : Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?

NT : “Ramah mba”

KR : Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

NT : “parkirnya gratis, barang disini juga sudah lengkap sekali gaperlu nyari ditoko-toko lain karena disini sudah komplet, untuk bayar pln, voucher game disini juga bisa. Jadi kitanya gaperlu repot-repot bayar jauh ke pln.”

Konsumen Toko Kelontong Pak Nur Efendi

Nama : Sari

Usia : 49

KR : Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?

SR : “udah mba.”

KR : Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?

SR : “sudah mba, aku juga sebagai pembeli pasti liat-liat dulu barangnya aman tidak, ditoko ini barangnya udah ada bpom dan label halalnya mba.”

KR : Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?

SR : “tokonya luas, tiap barang juga ditata dengan rapi jadi kita yang liat nyaman gitu mba.”

KR : Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?

SR : “Iya mba, om nur itu orangnya ramah sekali, suka guyon jadi saya sebagai pembeli merasa nyaman kalo belanja disitu.”

KR : Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

SR : “harganya itu murah mba beda dari yang lain”

Konsumen Toko Kelontong Ibu Wati

Nama : Wanti

Usia : 30

KR : Menurut anda apakah lokasi dari toko kelontong ini sudah strategis ?

WT : “iyaa mba sudah.”

KR : Menurut anda, apakah produk yang dijual di toko tersebut sudah memiliki label halal dan bpom ?

WT : “menurut aku kebanyakan udah mba

KR : Menurut anda apakah fasilitas tambahan ditoko kelontong tersebut membuat anda tertarik dan merasa nyaman untuk berbelanja ?

WT : “iya mba tokonya luas, rapi, bersih, tempat parkirnya juga lumayan luas.”

KR : Menurut anda, bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan pemilik toko ?

WT : “bagus mba, ramah sekali, orangnya juga jujur apalagi kalo soal kualitas, kalo saya datang beli itu pasti ditanyain kabar dulu awalnua, jadi kitanya klo ditanya basa basi gitu juga sebenarnya seneng.”

KR : Apakah ada alasan lainnya yang membuat anda tertarik membeli di toko kelontong tersebut ?

WT : “Disini itu lengkap sekali mba, tiap beli sesuatu pasti barangnya ada, gapernah kosong atau stoknya itu habis.”

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang semakin pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis-bisnis baru yang tumbuh saat ini, baik itu bisnis yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Untuk perusahaan-perusahaan dagang sendiri sekarang banyak tumbuh dan berkembang di berbagai wilayah pelosok sampai perkotaan. Sebagaimana kita jumpai saat ini banyak perusahaan baru yang berbentuk swalayan, minimarket, maupun yang berskala kecil seperti toko-toko kelontong (Kurniawati dkk., 2018).

Toko kelontong merupakan toko yang menjual beraneka macam kebutuhan sehari-hari. Toko kelontong juga merupakan industri kecil dalam penjualan produk secara langsung pada konsumen akhir dimana jumlah pekerjanya sedikit yang biasanya terdiri dari anggota keluarga sendiri (Aringga dkk.,2019). Keberadaan toko kelontong sangat dibutuhkan masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan. Mulai dari membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, telur, minyak goreng, dll, sampai yang hanya sekedar membeli ciki untuk camilan saja. Namun, saat ini para pemilik usaha seperti toko kelontong dihadapkan pada dampak pandemi Covid 19. Toko kelontong yang dimaksud dalam penelitian ini adalah yang berada di daerah Kelurahan Pelutan Kecamatan Pernalang. Ada beberapa alasan peneliti memilih

lokasi di Kelurahan Pelutan, yang pertama karena di daerah kelurahan Pelutan sangat terdampak pandemi covid 19 khususnya pada bisnis toko kelontong, alasan kedua karena lokasinya dekat dengan peneliti sehingga memudahkan akses untuk mengetahui atau meneliti permasalahan yang akan dikaji lebih mendalam sehingga nantinya hasil yang didapatkan lebih maksimal, alasan lain juga karena pertimbangan adanya pandemi covid 19.

Kelurahan Pelutan merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Pecalang yang memiliki luas wilayah 406.105 Ha dengan jumlah penduduk sebanyak 28.499 jiwa. Mayoritas mata pencaharian masyarakatnya adalah wiraswasta/perdagangan. (Laporan monografi Kelurahan Pelutan Pecalang, 2020). Umumnya penduduk Pelutan memenuhi kebutuhan pokoknya dengan mengandalkan di toko-toko kelontong yang ada, toko kelontong sebagai andalan untuk memenuhi kebutuhan sembako dan kebutuhan lainnya dinilai praktis dan mudah ditemui.

Pandemi ini juga membuat Jokowi selaku presiden RI mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada bulan maret lalu. Kebijakan tersebut bertujuan untuk memutus penyebaran covid 19, terkait kebijakan PSSB hampir diseluruh Indonesia dimana seluruh ruang publik mulai dari kantor, sekolah, mall, tempat ibadah sangat dibatasi penggunaannya bahkan ada yang ditutup sementara. Pangsa pasar bidang usaha umkm sangat ditentukan oleh pergerakan

manusia sebagai konsumen, jadi jika kebijakan PSBB semakin lama maka nasib usaha umkm semakin tidak pasti (Sugianti dkk., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati (2021) tentang Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 mengemukakan bahwa adanya pandemi covid 19 memberi dampak negatif terhadap UMKM. Hal ini sejalan dengan wawancara yang peneliti lakukan pada 5 pemilik toko kelontong di Kelurahan Pelutan. Dari hasil wawancara bisa disimpulkan bahwa adanya dampak yang terjadi setelah adanya pandemi covid 19 yakni pendapatan mengalami penurunan yang begitu drastis, menurunnya jumlah penjualan barang dan pembeli, serta berkurangnya jam operasional buka.

Tabel. 1.1

Pendapatan toko kelontong sebelum dan saat ada pandemi covid 19

No	Nama Toko	Pendapatan sebulan sebelum ada covid 19	Pendapatan sebulan saat ada pandemi covid 19
1.	Toko Uripah	27.000.000	15.000.000
2.	Toko Isma	30.000.000	18.000.000
3.	Toko Src Mulyati	30.000.000	16.500.000
4.	Toko Indah Berkah	22.500.000	10.500.000

5.	Toko Nur	24.000.000	13.500.000
----	----------	------------	------------

Berdasarkan tabel no 1.1 menunjukkan bahwa telah terjadi adanya penurunan jumlah pendapatan perbulannya untuk tiap-tiap toko kelontong. Oleh karena itu untuk dapat mempertahankan kelangsungan usahanya ritel tradisional membutuhkan sebuah strategi yang mampu membuat usahanya bertahan dan berkembang pada masa yang akan datang.

Strategi merupakan suatu rancangan lengkap untuk menggapai tujuan perusahaan dan sebagai upaya untuk menghadapi pesaing (Assauri, 2013). Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah strategi 6R, strategi ini terdiri dari *right product* (produk) , *right quantity* (kuantitas) *right price* (harga), *right time* (waktu), *right in place* (tempat), dan *right appeals promotion* (promosi), segala macam usaha ritel dapat menerapkan strategi ini salah satunya adalah usaha ritel tradisional.

Selain merumuskan strategi bisnis yang digunakan, sebagai seorang pebisnis muslim tentu harus memperhatikan nilai-nilai keislaman sehingga tujuan akhir dari pencapaiannya selain mendapat keuntungan kita juga mendapat ridho Allah swt. Ditengah mewabahnya pandemi covid banyak pedagang yang sengaja memanfaatkan kondisi pandemi ini untuk mempermainkan harga pasar yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, ada juga yang sengaja menimbun barang seperti masker kemudian dijual dengan harga yang tinggi, dan banyak masyarakat yang berbondong-bondong membeli kebutuhan seperti

makanan dan minuman dengan jumlah banyak (Rahayu, 2020). Hal ini sangat berdampak bagi masyarakat menengah kebawah, mereka kehabisan barang kebutuhan sehingga harus membeli pada penimbun dengan harga yang lebih mahal, bahkan ada masyarakat yang tidak sanggup untuk membelinya.

Dalam bisnis Islam hal seperti itu tidak dibiarkan begitu saja. Seorang pedagang tidak dibolehkan melakukan kegiatan bisnis dengan menghalalkan segala cara seperti : riba, sumpah palsu, dan lain-lain. 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. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Etika bisnis islam adalah nilai, norma, atau perilaku karyawan dan pemimpin dalam menjalankan sebuah bisnis yang sesuai dengan syariat islam (Indri, 2015).

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat (Amalia, 2014).

Berdasarkan persoalan diatas, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Tengah

Pandemi Covid 19 Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang)''.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi bisnis toko kelontong di kelurahan Pelutan kecamatan Pemalang di tengah pandemi Covid 19 ?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis islam pada strategi bisnis toko kelontong di kelurahan Pelutan kecamatan Pemalang di tengah pandemi Covid 19 ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana penerapan strategi bisnis toko kelontong di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang di tengah pandemi covid 19
2. Mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis islam pada strategi bisnis toko kelontong di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang ditengah pandemi Covid 19

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan dapat melakukan dan memperbanyak pengetahuan tentang informasi-informasi ilmiah tentang strategi bisnis toko kelontong ditengah pandemi covid 19 perspektif etika bisnis Islam

2. Secara praktisi

Diharapkan bisa memberikan sumbangsih bagi Peneliti sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan Strategi bisnis toko kelontong ditengah pandemi covid 19 perspektif etika bisnis Islam.

E. Sistematika Pembahasan

Agar dalam penyusunan skripsi ini lenih sistematis, penulis sajikan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat uraian landasan teori, telaah pustaka, dan kerangka berpikir. Landasan teori berisi pengertian toko kelontong, strategi bisnis, orientasi bisnis dalam Islam, manfaat strategi, bentuk-bentuk strategi, strategi bisnis ditengah pandemi, pengertian dan dampak pandemi covid 19, pengertian etika bisnis Islam, etika bisnis Islam dalam strategi bisnis 6R, etika seorang pedagang,

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan jenis dan pendekatan yang digunakan, setting penelitian, subjek penelitian dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan gambaran umum objek penelitian, strategi bisnis toko kelontong di Kelurahan Pelutan ditengah pandemi covid 19, tinjauan etika bisnis Islam pada strategi bisnis toko kelontong di Kelurahan Pelutan ditengah pandemi covid 19

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan keterbatasan penelitian

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dibawah ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang berjudul “Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Tengah Pandemi Covid 19 Perspektif Etika Bisnis Islam” pada Toko Kelontong di daerah Kelurahan Pelutan :

1. Penerapan Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemasang Di Tengah Pandemi Covid 19

Strategi bisnis yang digunakan oleh pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan adalah strategi 6R yang meliputi *right product* (produk) , *right quantity* (kuantitas), *right price* (harga), *right time* (waktu), *right in place* (tempat), dan *right appeals promotion* (promosi). Para pemilik toko kelontong sudah menerapkan strategi 6R dengan baik.

a. *Right Product* (Produk)

Dalam segi produk, toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan menyediakan produknya dengan sangat lengkap mulai dari sembako, alat-alat sekolah, alat-alat elektronik, dan lain-lain. Pemilik toko kelontong juga menambahkan variasi produk agar konsumen semakin dimudahkan berbelanja dalam satu lokasi

b. *Right quantity* (kuantitas)

Dalam melakukan persediaan barang toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan bekerja sama dengan para *supplier*. Barang yang baru datang dari *supplier* akan disimpan terlebih dahulu, kemudian barang akan ditata ke toko ketika barang yang ada di toko sudah habis atau menipis. Hal ini dilakukan agar terjadi keseimbangan antara jumlah pembeli pelanggan dengan jumlah pembelian peritel dan keseimbangan antara kebutuhan konsumsi pelanggan dengan kebutuhan persediaan barang dagang.

c. *Right price* (harga)

Dalam menetapkan harga barang, toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan menetapkan harga dengan standar dengan kata lain harga yang ditetapkan sesuai dengan standar pasaran, yaitu tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah.

d. *Right time* (waktu)

Strategi waktu yang dilakukan toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan dengan cara menjual produk tertentu yang berhubungan dengan waktu khusus, yaitu pada bulan suci Ramadhan dan menjelang hari raya Idul Fitri.

e. *Right in place* (tempat)

Lokasi toko-toko kelontong yang menjadi objek penelitian sudah sangat strategis karena berada dupinggir jalan raya, sekolahan, alun-alun kota, dan ramai orang. Pemilik toko kelontong juga menyusun produk dengan rapi menggunakan rak-rak seperti yang ada di minimarket modern agar konsumen merasa nyaman dan lebih mudah mencari barang yang mereka butuhkan.

f. *Right appeals promotion*

Strategi promoi yang dilakukan pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan menggunakan promoi dari mulut ke mulut. Namun dimasa pandemi Covid 19 seperti ini promosi yang dilakukan mengalami perubahan dari offline ke online dengan menggunakan media online seperti Whatapps. Pemilik toko kelontong juga memberikan layanan pesan antar dan pengiriman gratis ongkir dengan minimal pembelian.

Ada strategi yang bersifat vital dan dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha toko kelontong yaitu modal, modal digunakan untuk menunjang kegiatan usaha dan memenuhi produktifitasnya untuk memperoleh pendapatan, modal digunakan untuk mengembangkan usaha dengan cara memperbanyak variasi

dagang agar masyarakat semakin tertarik untuk berbelanja dalam satu lokasi. Strategi lain yang dapat dilakukan oleh pemilik toko kelontong agar mampu bersaing dan menarik para pembeli adalah bersikap ramah dan mengutamakan pelayanan yang baik

2. Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Strategi Bisnis Toko Kelontong Di Kelurahan Pelutan Kecamatan Pemalang Di Tengah Pandemi Covid 19

a. *Right product* (produk)

Strategi produk yang diterapkan pada toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena produk-produk yang dijual merupakan produk yang aman dan halal, hal ini di buktikan dengan logo pada kemasan produk sudah terdapat label dari majelis ulama indonesia (MUI) dan badan pelindung obat dan makanan (BPOM). Dan jika ada produk yang ditimbang maka pemilik akan menimbang dengan sesuai takaran.

b. *Right quantity* (kuantitas)

Strategi persediaan yang dilakukan pemilik toko kelontong sudah sesuai dengan prinsip syariah karena pemilik toko tidak melakukan pemborosan atau berlebihan dalam melakukan persediaan barang.

c. *Right price* (harga)

Harga yang ditetapkan oleh pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan tidak terlalu mahal dan murah, hal ini sesuai dengan syariat Islam karena harga sesuai pasaran yang berarti keuntungan yang diambil tidak terlalu banyak.

d. *Right time* (waktu)

Strategi *time* yang dilakukan toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan sudah sesuai etika bisnis Islam, barang yang dijual merupakan barang yang bermanfaat bagi masyarakat dan dalam memberikan pelayanan produk pemilik toko juga berisikap ramah kepada konsumen.

e. *Right in place* (tempat)

Penentuan lokasi yang dipilih pemilik toko kelontong sudah sesuai aturan Islam karena lokasinya sudah sesuai target dan dapat memberikan dampak positif pada usahanya.

f. *Right appeals promotion* (promosi)

Promosi yang dilakukan pemilik toko kelontong di daerah Kelurahan Pelutan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena mengedepankan sikap kejujuran, transparan, dan menghindari unsur penipuan dalam melakukan promosi. Promosi dilakukan melalui media online dengan mengupload ke status Whatsapp atau

grup-grup alumni dengan menampilkan foto asli produk dengan detail yang sesuai.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Adanya pandemi covid 19 ini menyebabkan pertemuan jarang dilakukan, hal ini menyebabkan peneliti kesulitan untuk melakukan pengamatan. Sehingga pengamatan terhadap kegiatan hanya berjalan beberapa kali saja
2. Beberapa narasumber terkadang belum mampu mencerna pertanyaan peneliti sehingga peneliti harus menyederhanakan pertanyaan dengan bahasa yang mudah dipahami. Hal ini menjadi salah satu faktor yang menyulitkan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. 2014. Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. 116-125. Doi: 10.15408/aiq.v6i1.1373
- Anwar, Saifudin. 1999. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Aringga, Cyrara Ratna. Mimpin Sitepu, & Nelly Astuti. 2019. Analisis Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Toko Rahim Kelontong Di Desa Air Anyir Kabupaten Bagka. *Jurnal Progresif Manajemen Binis*. 208-218.
- Asripilyadi. 2021. Hanya Satu Jam Menakar Berita. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- Assauri, Sofjan. 2013. Strategi Management. Jakarta : Rajawali Pers
- Baidowi, Aris. 2016. Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*. 239-50
- Basri , M Chatib. 2012. Rumah Ekonomi Rumah Budaya. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Eka, Mardiyana. 2017. Analisis Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus PT Budi Berlian Motor Natar Lampung Selatan). [Skripsi]. UIN Raden Intan Lampung
- Firmansyah, Anang. 2019. Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Haroen, Nasroen. 2007. Fiqih Muamalah. Jakarta : Gaya Media Pratama
- Haugion, P. S. 2018. Perancangan Webite Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Jurnal Of Infrormatic Pelita Nusantara*. 82-86

- Indri. 2015. Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi. Jakarta : Kencana
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kurniawati Emaya, Anitiyo Soelistiyono, & Teguh Ariefiantoro. 2018. Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus Pada Toko Tradisional Bu Yuli Di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan Semarang Tengah). *Majalah Ilmiah*. 1-17.
- Laporan Monografi Kelurahan Pelutan. 2020
- Malahayati. 2010. Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah. Yogyakarta: Jogja Great Publisher
- Mamik. 2015. Metode Kualitatif. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Muali, Chusnul & Khoirun Nisa. 2019. Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial : Kontestasi Strategi Peningkatan Daya Jual. *An-Nisbah : Jurnal Ekonomi Syariah*. 168-185. Doi: <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1>.
- Muklis & Didi Suardi. 2020. Pengantar Ekonomi Islam. Surabaya : CV Jakad Media Publishing
- Multazam. 2016. Analisis Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan (Studi Kasus CV Citra Sari Kota Makasar). [Skripsi]. UIN Alaudin Makasar
- Nasution, Adanan Murroh. 2018. Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuny*, 88-100. Doi: <https://doi.org/10/el-qanuniy.v4i1.1829>
- Novenia, Elisabet Eva & Abdullah, S.p.d., M.M. 2017. Persepsi Masyarakat Terhadap Warung Kelontong Di Kecamatan Bojongsoang Kabupaten Bandung. *Jurnal Telekomunikasi dan Informatika*. 1-8

- Nur Miladiyah. 2020. Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus). [Skripsi]. IAIN Kudus
- Purnomo, S.H. 1996. Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar. Jakarta: LPEE
- Raharja, S. J & Sari U.N. 2021. Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 108-123. Doi: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rahayu, Putri. 2020. Penerapan Etika Bisnis Islam Yang Menimbun Masker Saat Di Tengah Pandemi Covid 19. *Journal Of Enterprise And Development*. 57-66. Doi: <https://doi.org/10.20414/jed.v2i2.2687>
- Riduwan. 2006. Metode Dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta
- Riska. 2017. Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Bulurokeng Kota Makassar). [Skripsi]. UIN Alauddin Makassar
- Rosmadi, M.L.N. 2021. Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Master Pariwisata*. 122-127. Doi: 10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA
- Salim, M.V.T, I Dewa G. S., & Mohamad Y. A. 2021. Strategi Bisnis Primebiz Hotel Surabaya Menghadapi Pandemi Covid 19. 192-212. Doi: <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2021.v08.i01.p10>
- Sani, N. M. 2020. Implementasi Strategi 6R Pada Bisnis Ritel Untuk Menghadapi Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus. [Skripsi]. IAIN Kudus

- Shobirin. 2016. Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 239-261. Doi: <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Sopiah, & Syihabudhin. 2008. Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta : Andi Offset
- Sugianti, Yuli, & Onny F.S. 2021. Eksistensi Ritel Tradisional Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 72-81. Doi: <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.19315ss>
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d, Bandung: Alfabeta
- Supriatna, Eman. 2020. Wabah Corona Virus Disease Covid 19 Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. Doi : [10.15408/sjsbs.v7i6.15247](https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247)
- Taufik & Eka A. A. 2020. Dampak Pandemi Covid Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*. 21-32. Doi: <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- Wahyuningsih, S. E, Dina M. S, Yulia R, Aulia A, & Dian P. P. 2021. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 3057-3065
- Wahyuningtyas, I. K. 2020. Strategi Binis UMKM Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Daya Saing*. 293-298. Doi: <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v6i3.566>
- Warul, Walidin, dkk. 2015. Metode Kualitatif & Grounded Theory. Aceh: Ftk Ar-Raniry Press
- Wulandari, Angestika & Yudistira A. Pi. 2021. Evaluasi Marketing Bisnis Ritel Skala Kecil Tradisional Kota Purokerto Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 1-8.
- Yusuf, A. M. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabunga. Jakarta : Prenadamedia Group

Yusup, D. K, Mila Badriyah, Dedi Suryandi, & Vemy S. A. 2020. Pengaruh Bencana Covid 19, Pembatasan Sosial, dan Sistem Pemasaran Online Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Membeli Poroduk Ritel. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati. 1-10*. <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/30872>