

**STRATEGI BISNIS RITEL DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS MINIMARKET WARALABA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS DI MINIMARKET JASMINE KECAMATAN
TIRTO KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ginanjari Mukti Hartanto

NIM. 4117365

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**STRATEGI BISNIS RITEL DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS MINIMARKET WARALABA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS DI MINIMARKET JASMINE KECAMATAN
TIRTO KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ginanjat Mukti Hartanto

NIM. 4117365

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ginanjar Mukti Hartanto

NIM : 4117365

Judul Skripsi : **Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi
Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba
Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di
Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto
Kabupaten Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 30 September 2022

Saya yang menyatakan,



Ginanjar Mukti Hartanto

NOTA PEMBIMBING

Mohammad Rosyada, M.M

Jl. Kyai Ahmad Dahlan Gg.9 No.381, Tirta Kabupaten Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ginanjar Mukti Hartanto

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : **Ginanjar Mukti Hartanto**

NIM : **4117365**

Judul Skripsi : **Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi
Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba
Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di
Minimarket Jasmine Kecamatan Tirta Kabupaten
Pekalongan)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 29 september 2022
Pembimbing,



Mohammad Rosyada, M.M
NIP. 198607272019031006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telepon 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.uingusdur.ac.id E-mail: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari :

Nama : Ginanjar Mukti Hartanto

NIM : 4117365

Judul Skripsi: Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)

Yang telah diujikan pada hari Selasa, 25 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

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

Syamsul Arifin, M.E.
NITK. 19890831202001D1027

Pekalongan, 25 Oktober 2022

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

MOTTO

*Apa yang menjadi milikmu, akan menemukanmu.
-Ali bin Abi Thalib*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Bapak Mustakim dan Ibu Tonari yang telah memberikan banyak pelajaran hidup, pemberi motivasi terbesar bagi hidup saya dan senantiasa memberi saya semangat setiap harinya.
2. Saudara – saudara saya yang telah memotivasi dan memberikan semangat pada saya untuk segera menyelesaikan skripsi.
3. Almamater saya Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Eonomi dan Bisnis islam IAIN Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing bapak Mohammad Rosyada, M.M yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen wali bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I yang telah membimbing dan memberi motivasi untuk saya.
6. Saudara Sari Amalia yang telah memberikan motivasi dan dukungan baik tenaga maupun fikiran dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat saya Mas Santoso dan Mas Fergiawan yang telah menyadarkan dan mendukung saya untuk segera mengerjakan serta menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman saya kelas ekos I sore (Rizaq, Jovi, Dimas, Hassan, Umam, Diki, Anwar, Fahri), dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih juga atas semangat juang kalian dalam menghadapi semester akhir.

ABSTRAK

Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi bisnis ritel dalam menghadapi persaingan bisnis minimarket waralaba perspektif ekonomi islam. Usaha ritel dinilai sangat potensial dalam dunia usaha sehingga menimbulkan persaingan yang kompetitif. Persaingan yang menjadi masalah serius bagi usaha kecil adalah maraknya usaha ritel modern terkenal masuk ke pelosok-pelosok dengan pangsa pasar konsumen yang sama dengan usaha kecil. Perkembangan yang sangat cepat usaha ritel waralaba dengan pangsa pasar berkisar 70% tentu menyebabkan dampak bagi usaha ritel lainnya seperti usaha ritel kecil. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, tehnik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Tehnik Keabsahan data menggunakan tehnik triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan Minimarket Jasmine dalam mengahadapi persaingan minimarket waralaba yang biasa digunakan dalam bisnis ritel yaitu startegi produk, strategi harga, strategi kuantitas, strategi waktu, strategi tempat, strategi promosi. Dari strategi yang telah dilaksanakan, didapatkan bahwa melakukan strategi tersebut berdampak pada kenaikan omzet penjualan setiap tahunnya. Faktor pendukung berasal dari lokasi minimarket, harga yang tepat, kepercayaan masyarakat, pelayanan, dan kegiatan sosial. Semua faktor tersebut sudah diterapkan dan membawa hasil yang positif bagi usaha ritel yaitu dengan loyalnya konsumen untuk berbelanja. Sedangkan faktor penghambat meliputi: mulai benmunculan pesaing ritel modern yang sudah terkenal di masyarakat dengan jarak yang cukup dekat dengan lokasi usaha ritel dan perekonomian yang sedang lesu akibat naiknya harga komoditi barang yang merata. Strategi Minimarket Jasmine dalam menghadapi persaingan minimarket waralaba sudah sesuai dengan ekonomi islam. Yaitu tidak melanggar norma-norma atau hukum islam. Hal ini dibuktikan bahwa produk-produk yang ada di Minimarket Jasmine semuanya halal, barang juga dalam kondisi bagus, takaran produk juga sesuai. Harga yang dipasarkan di Minimarket Jasmine juga sesuai dipasaran. Lokasi Minimarket Jasmine juga berada dilokasi yang tepat. Lokasi Minimarket Jasmine sudah sesuai dengan terget utamanya. Penentuan lokasi ini sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata Kunci : Strategi, Ritel, Persaingan, Perspektif Ekonomi Islam.

ABSTRACT

Retail Business Strategy in Facing Minimarket Franchise Business Competition from Islamic Economic Perspective (Case Study in Jasmine Minimarket, Tirto District, Pekalongan Regency)

The purpose of this study is to determine the retail business strategy in the face of competition in the minimarket franchise business from an Islamic economic perspective. The retail business is considered to be very potential in the business world, giving rise to competitive competition. Competition which is a serious problem for small businesses is the rise of well-known modern retailers entering remote areas with the same consumer market share as small businesses. The very fast development of the franchise retail business with a market share of 70% certainly has an impact on other retail businesses such as small retail businesses. This study is a qualitative research, data collection techniques by conducting observations, interviews and documentation. Technical Data Validity using technical triangulation..

The results of this study indicate that the Minimarket Jasmine's strategies in dealing with the time franchise minimarket competition commonly used in the retail business are product strategy, price strategy, quantity strategy, strategy, place strategy, promotion strategy. From the strategy that has been implemented, it is found that carrying out this strategy has an impact on increasing sales turnover every year. Supporting factors come from the location of the minimarket, the right price, public trust, services, and social activities. All of these factors have been applied and have given positive results for the retail business, namely the loyalty of consumers to shop. Inhibiting factors include: the development of modern retail competitors who are well-known in the community with a fairly close distance to retail business locations and the economy which is currently sluggish due to the increase in the price of commodity goods evenly. Minimarket Jasmine's strategy in dealing with minimarket franchise competition is in accordance with Islamic economics. That is not violating Islamic norms or laws. This is proven that the products in Jasmine Minimarket are all halal, the goods are also in good condition, the product dosage is also appropriate. The prices marketed at the Jasmine Minimarket are also in accordance with the market. Jasmine Minimarket location is also in the right location. The location of Jasmine Minimarket is in accordance with its main purpose. Determination of this location is in accordance with Islamic business ethics.

Keywords: Strategy, Retail, Competition, Islamic Economic Perspective.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat 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 UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. AM. M. Hafidz M.S. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy, S.E., M.M. selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Mohammad Rosyada, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan secara materil dan moril.
9. Sahabat-sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, yang telah mendukung saya secara moral dan memberikan arahan selama proses penyelesaian studi saya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 29 September 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be the initials 'G.M.' with a stylized flourish underneath.

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Strategi.....	10
2. Bisnis Ritel	16
3. Implementasi	24
4. Minimarket	27
5. Waralaba.....	32
6. Persaingan Usaha.....	36
B. Telaah Pustaka	43

C. Tentative Theory Construct/Kerangka Berpikir	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Pendekatan Penelitian.....	53
C. Setting Penelitian.....	54
D. Subjek Penelitian dan Sampel	54
E. Sumber Data	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
G. Teknik Keabsahan Data.....	60
H. Metode Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Profil Desa.....	64
1. Letak Geografis	64
2. Visi, Misi dan Struktur Organisasi	65
3. Sejarah	66
4. Peran Masyarakat Desa	66
B. Kondisi Minimarket Jasmine.....	67
1. Sejarah, Visi & Misi, dan Struktur Organisasi	69
2. Jumlah Karyawan dan Struktur Kepengurusan Minimarket Jasmine	72
C. Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan).....	75
1. Data Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Pesatnya Perkembangan Usaha Minimarket Waralaba Di Minimarket Jasmine	76
2. Data Faktor-Faktor Yang Menghambat Dan Mendukung Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Di Minimarket Jasmine	84

3. Data Strategi Yang Diterapkan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Di Minimarket Jasmine Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	89
4. Analisis Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan).....	92
BAB V PENUTUP	98
A. Simpulan.....	98
B. Keterbatasan Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	I
Lampiran 1: Surat Pengantar Penelitian.....	I
Lampiran 2: Pedoman Wawancara	II
Lampiran 3: Transkrip Wawancara.....	IV
Lampiran 4: Dokumentasi.....	XIV
Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup.....	XX

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia NO. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonemena konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia yang terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama

يَا . . .	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَا . . .	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ : kataba

ذُكِرَ : zukira

يَذْهَبُ : yażhabu

3. Ta'marbuah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir denagn ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

-- rauḍatulaṭfāl

طَالِحَةٌ - talhah

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ - al-jalālu

6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْءُ - an-nau'

إِنَّ - inna

سَيِّئٌ - syai'un

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data penjualan Minimarket Jasmine.....	5
Tabel 4. 1 Daftar Karyawan Minimarket Jasmine	72
Tabel 4. 2 Struktur Kepengurusan Dan Pembagian Kerja Minimarket Jasmine	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kekuatan Persaingan Industri	42
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	51
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	62
Gambar 4. 2 Minimarket Jasminemart	68
Gambar 4. 3 Stuktur Organisasi Minimarket Jasmine.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian	I
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	II
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	IV
Lampiran 4 Dokumentasi	XIV
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	XX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel modern hadir sebagai jawaban atas berubahnya zaman dan berkembangnya ekonomi serta pola konsumsi individu. Berbelanja pada era sekarang bukanlah hal untuk memenuhi kebutuhan saja melainkan sebuah rekreasi serta hiburan. Untuk memenuhi hal tersebut maka perlu adanya suasana yang menyenangkan kepada setiap konsumen saat berbelanja dengan ditatanya ruang yang menarik dan sistem teknologi yang mendukung karena pada era sekarang ini hal tersebutlah yang dapat bertahan terhadap usaha bisnis ritel dan menjadi sebagai sebuah tuntutan. Sebagai implikasinya lahirlah pusat-pusat perbelanjaan modern dan toko ritel modern yang menampilkan tata ruang dan penataan yang menarik dan bagus yang menawarkan barang dan jasanya sedemikian rupa (Kasmiruddin, 2012).

Usaha ritel dinilai sangat potensial dalam dunia usaha sehingga menimbulkan persaingan yang kompetitif. Persaingan yang menjadi masalah serius bagi usaha kecil adalah maraknya usaha ritel modern terkenal masuk ke pelosok-pelosok dengan pangsa pasar konsumen yang sama dengan usaha kecil. Perkembangan yang sangat cepat usaha ritel waralaba dengan pangsa pasar berkisar 70% (Alfamart & Indomart) tentu menyebabkan dampak bagi usaha ritel lainnya seperti usaha ritel kecil (Rusno, 2008).

Berdasarkan pemberitaan *Bisnis*, jumlah gerai Indomaret yang dikelola

oleh PT Indomarco Prismatama pada akhir 2020 mencapai 18.113 gerai. Jumlah tersebut bertambah sekitar 600 gerai pada semester I/2021 menjadi sekitar 18.700 gerai. Hingga September 2021, Indomarco tercatat memiliki 19.181 gerai Indomaret. Sementara itu, jumlah gerai Alfamart pada akhir September tercatat sebanyak 16.194 gerai. Jumlahnya masih jauh tertinggal dari gerai Indomaret yang dikelola Indomarco (BisnisIndonesia.id, 2022).

Perpres No. 112/2007 tentang penataan dan pembinaan, pembelanjaan dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada pasal 1 ayat 12 yang tentang peraturan zona, yang diharapkan mampu melindungi pedagang tradisional. Begitu juga halnya yang terdapat dalam undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil dalam pasal 8 bahwa pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya akan persaingan dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan (Fauza, 2017).

Negara muslim terbesar di dunia adalah Indonesia. Tetapi dalam penerapan bisnis ritel belum menunjukkan sistem bisnis perdagangan Islam. Para pengusaha ritel dalam penerapan strategi bisnis ritel serta sistem perdagangannya belum melandaskan dan berpedoman dengan sistem perdagangan Islam. Padahal dengan menerapkan strategi yang berdasarkan Islam tentunya akan mempunyai dampak positif didalam usahanya. Dalam etika bisnis islam, kegiatan berwirausaha harus diniatkan dengan niat untuk beribadah kepada Allah SWT dan berwirausaha yang bermanfaat untuk sesama. Dalam usaha ritel, tentunya pelaku usaha ritel ada yang ditemukan menggunakan cara-cara yang tidak sesuai dengan norma-norma bisnis Islam

(Miladiyah, 2020).

Minimarket Jasmine merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel. Sistem yang digunakan, *eksterior* dan *interior* yang ada di minimarket Jasmine hampir menyerupai pesaingnya yakni Alfamart dan Indomart. Lokasi minimarket Jasmine sendiri berada di jalan raya Desa Wuled Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan.

Minimarket Jasmine merupakan sebuah usaha dimana barang yang ditawarkan kepada konsumen yaitu produk kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti sembako, alat-alat elektronik, kosmetik, perlengkapan dapur, bumbu-bumbu masak, makanan cepat saji, sepatu sandal, perlengkapan dan kebutuhan bayi dll. Minimarket Jasmine hanya berada di desa Wuled Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan atau belum mempunyai cabang. Disekitar lokasi Minimarket Jasmine banyak usaha toko-toko ritel yang berdiri disekitar lokasi tersebut.

Minimarket Jasmine pada awal berdirinya belum mempunyai pesaing hingga pada beberapa tahun terakhir muncul pesaing baru bergerak dibidang yang sama bisnis ritel, pada awalnya hanya minimarket waralaba Indomaret saja yang berdiri pada tahun 2020 yang berjarak cukup dekat berkisar dua kilometer, lalu tidak berselang lama disusul pesaing baru Alfamart yang juga mendirikan usaha toko jenis ritel yang sangat dekat berkisar 800m dari lokasi Minimarket Jasmine. Pelanggan Minimarket Jasmine sendiri umumnya masyarakat sekitar dengan jangkauan konsumen antara 1 sampai 3 kilometer dari lokasi berdirinya Minimarket jasmine. Melihat hal tersebut pastinya

membuat persaingan usaha jenis bisnis ritel dikawasan tersebut menjadi lebih ketat, terkebih lagi jarak yang cukup berdekatan pastinya persaingan dalam pangsa pasar juga semakin ketat.

Pangsa pasar yang sama juga jarak yang cukup dekat inilah yang menjadi masalah dalam melaksanakan bisnis ritel ini, tentunya perebutan konsumen dan pangsa pasar serta persaingan usaha jenis ritel yang dilakukan oleh Minimarket Jasmine akan mengalami tantangan. Maka dari itu diperlukannya sebuah strategi bisnis ritel dalam menghadapi persaingan bisnis minimarket waralaba guna mempertahankan usahanya agar terus berkembang dan terus dapat melanjutkan bisnisnya (Hakim, 2006).

Menurut penelitian sebelumnya keberadaan minimarket waralaba yang cukup pesat ini mengakibatkan dampak kepada usaha ritel yang sejenis yakni dampak terbesar pada keberlangsungan usaha dan penurunan omzet penjualan (Rusno, 2008).

Alasan mengapa memilih Minimarket Jasmine sebagai objek penelitian karena Minimarket Jasmine merupakan sebuah toko ritel perbelanjaan yang saat ini masih aktif bersaing dalam bisnis ritel ditengah gempuran dan ketatnya persaingan usaha bisnis ritel dari perusahaan besar yang terus marak dan berkicimpung hingga ke desa-desa. Minimarket Jasmine ini sudah berdiri selama 5 tahun dan perkembangannya semakin pesat serta mampu tetap terus mempertahankan bisnisnya hingga sekarang ditengah persaingan yang sangat ketat dengan tidak jauhnya kehadiran perusahaan peritel besar seperti Alfamart dan Indomaret di tengah usaha Minimarket Jasmine.

Adapun data dari omzet penjualan Minimarket Jasmine dari tahun-ketahun adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Data penjualan Minimarket Jasmine dari tahun 2017-2021

Tahun	Data Penjualan
2017	1.967.278.800
2018	2.437.322.500
2019	2.738.605.800
2020	2.891.793.900
2021	3.101.254.800

(Sumber: laporan saham bagi hasil Minimarket Jasmine 2017-2021)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan dari tahun ketahun Minimarket Jasmine terus mengalami kenaikan. Dilihat dari data diatas bahwa pada tahun 2017 – 2021 terus mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan pada uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengemukakannya kedalam sebuah penelitian yang berjudul **“Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, maka terbentuklah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bisnis ritel dalam menghadapi pesatnya perkembangan usaha minimarket waralaba di Minimarket Jasmine?
2. Apa saja faktor-faktor yang menghambat dan mendukung perkembangan strategi bisnis ritel dalam menghadapi pesatnya minimarket waralaba di Minimarket Jasmine?
3. Bagaimana strategi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan bisnis minimarket waralaba di Minimarket Jasmine dalam perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berlandaskan dengan rumusan masalah yang diatas, maka manfaat penelitian yang ingin diperoleh dan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bisnis ritel dalam menghadapi pesatnya minimarket waralaba di Minimarket Jasmine.
2. Untuk Mengetahui apa saja faktor-faktor yang menghambat dan mendukung perkembangan strategi bisnis ritel dalam menghadapi pesatnya minimarket waralaba di Minimarket Jasmine.
3. Untuk mengetahui bagaimana tentang strategi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan bisnis minimarket waralaba di Minimarket Jasmine dalam perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini diwujudkan agar dapat memperoleh manfaat sebagai berikut :

Dari penelitian ini dimaksudkan supaya bisa memberikan sebuah informasi yang tepat mengenai strategi bisnis ritel menghadapi pesatnya perkembangan minimarket waralaba di Minimarket Jasmine. Informasi tersebut dimaksudkan supaya dapat memberikan manfaat secara praktis dan teoritis, yakni :

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk akademisi diharapkan supaya bisa digunakan sebagai salah satu sarana mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan ekonomi islam yakni ilmu pengetahuan bisnis terkhusus pada bidang bisnis ritel.
- b. Dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai bahan ilmiah dan pertimbangan sebagai bahan kajian ilmiah dan informasi para pelaku bisnis terutama pelaku bisnis ritel dan juga akademik.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk pelaku bisnis dari penelitian ini diharapkan agar bisa digunakan sebagai motivasi dan bahan pertimbangan oleh pelaku usaha bisnis ritel, terutama para pelaku bisnis ritel, dan juga untuk koreksi dalam meningkatkan hasil kerja serta karya ilmiah.
- b. Untuk lembaga pemerintahan diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya. Agar

penelitian ini diwujudkan dan dikembangkan sebagai bahan rujukan untuk membantu, pembinaan dan memberi perhatian secara berkelanjutan.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam pembahasan ini berisi tentang : Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini mencakup landasan teori yang mencangkup beberapa subbab yang akan dibahas subbab yang pertama yakni terkait Strategi meliputi sub-subbab: (a) Pengertian (b) Strategi Dalam Pandangan Islam (c) Manfaat Strategi (d) Bentuk-bentuk Strategi (e) Strategi 6R Dalam Reetailing. Subbab yang kedua terkait tentang Bisnis Ritel meliputi sub-subbab: (a) Pengertian Bisnis Ritel (b) Bisnis Ritel Dalam Islam (c) Jenis-jenis Bisnis ritel (d) Faktor-faktor Yang Mendukung Majunya Bisnis Ritel (e) Faktor-faktor yang Menghambat Kegagalan Bisnis Ritel. Subbab yang ketiga terkait tentang Implementasi meliputi sub-subbab: (a) Pengertian Implementasi (b) Tujuan Implementasi (c) Langkah-Langkah untuk Implementasi Strategi Bisnis Perusahaan. Subbab yang keempat terkait Minimarket meliputi sub-subbab: (a) Pengertian Minimarket (b) Perbedaan Minimarket, Midimarket, Supermarket, dan Hypermarket (c) Faktor Pemilihan Berdasarkan Preferensi Masyarakat. Subbab yang kelima terkait tentang Waralaba meliputi: (a) Pengertian

Waralaba (b) Kriteria Waralaba (c) Kelebihan dan Kekurangan Waralaba. Subbab yang keenam tentang Persaingan Usaha meliputi sub-subbab: (a) Pengertian (b) Bentuk-bentuk Persaingan (c) Bentuk-bentuk Persaingan Usaha Yang Dilarang (d) Strategi Bisnis Memenangkan Persaingan (e) Strategi Bisnis Memenangkan Persaingan. Selanjutnya pada bab ini terdapat Telaah Pustaka serta Kerangka Berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi: (a) Jenis Penelitian (b) Pendekatan Penelitian (c) *Setting* Penelitian (d) Subjek Penelitian dan Sampel (e) Sumber Data (f) Teknik Pengumpulan Data (g) Teknik Keabsahan Data (h) Metode Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti harus melakukan penafsiran dan pemaknaan terhadap semua informasi yang ada. (a) Profil Desa (b) Kondisi Mimarket Jasmine (c) Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan).

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang Simpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Implikasi Teoretis dan Praktis.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “Strategi Bisnis Ritel Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Minimarket Waralaba Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Di Minimarket Jasmine Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan Minimarket Jasmine dalam menghadapi persaingan minimarket waralaba yang biasa digunakan dalam bisnis ritel yaitu strategi produk, strategi harga, strategi kuantitas, strategi waktu, strategi tempat, strategi promosi. Dari strategi yang telah dilaksanakan, didapatkan bahwa melakukan strategi tersebut berdampak pada kenaikan omzet penjualan setiap tahunnya. Dapat diartikan bahwa strategi tersebut berhasil dalam menghadapi persaingan usaha ritel yang semakin ketat.
2. Faktor-faktor yang menghambat dan mendukung strategi bisnis ritel dalam menghadapi persaingan bisnis minimarket waralaba di minimarket jasmine. Faktor pendukung berasal dari lokasi minimarket, harga yang tepat, kepercayaan masyarakat, pelayanan, dan kegiatan sosial. Semua faktor tersebut sudah diterapkan dan membawa hasil yang positif bagi usaha ritel yaitu dengan loyalnya konsumen untuk berbelanja. Sedangkan faktor penghambat meliputi: mulai bermunculan pesaing ritel modern yang sudah terkenal dimasyarakat

dengan jarak yang cukup dekat dengan lokasi usaha ritel dan perekonomian yang sedang lesu akibat naiknya harga komoditi barang yang merata. Hal tersebut membuat tingkat daya beli masyarakat menjadi turun dan berimbas pada penjualan.

3. Strategi bisnis ritel dalam menghadapi persaingan usaha minimarket waralaba di minimarket jasmine perspektif ekonomi islam. Strategi Minimarket Jasmine dalam menghadapi persaingan minimarket waralaba sudah sesuai dengan ekonomi islam. Yaitu tidak melanggar norma-norma atau hukum islam. Hal ini dibuktikan bahwa produk-produk yang ada di Minimarket Jasmine semuanya halal, barang juga dalam kondisi bagus, takaran produk juga sesuai. Harga yang dipasarkan di Minimarket Jasmine juga sesuai dipasaran. Lokasi Minimarket Jasmine juga berada dilokasi yang tepat. Lokasi Minimarket Jasmine sudah sesuai dengan terget utamanya. Penentuan lokasi ini sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Di dalam bisnis Islam, lokasi yang dipilih harus memiliki manfaat bagi pertumbuhan usahanya. Promosi yang dilakukan oleh Minimarket Jasmine dilakukan dengan cara memberikan potongan harga setiap pekan. Selain itu, promosi pada minimarket ini dilakukan melalui media sosial. Jika dipandang dalam etika bisnis Islam, promosi ini boleh dilakukan karena tidak bertentangan dengan syari'at Islam.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan secara optimal, akan tetapi masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan data primer yang didapat dari hasil wawancara mendalam. Keterbatasan penelitian ini ada pada subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan dengan baik dan informasi yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian ini sangat tergantung pada interpretasi peneliti tentang makna yang tidak terkandung di dalam wawancara, sehingga kecenderungan untuk bias masih tetap ada. Untuk mengurangi hal tersebut maka dilakukan suatu proses triangulasi yang mana proses tersebut terbagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memeriksa kembali data dengan fakta dari informan yang berbeda dan dari hasil penelitian lainnya. Sedangkan pada proses triangulasi metode dilakukan dengan cara pengumpulan data, yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya, Yayasan Penyelenggara Penafsir dan Penerjemah Al-Qur'an, Departemen Agama RI, Jakarta, 2004.
- Afifuddin dkk, 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Akifa P. Nayla, 2014. *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, Laksana, Yogyakarta, Bugin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Adesy, Fordebi. (2016). *Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bukhari, M., dkk. (2005). *Azaz-azaz Manajemen*. Yogyakarta : Aditya Media.
- Buchari dkk, , 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Bahrul Huda. (2021), *Bisnis Ritel Pesantren*. Bojonegoro: Abda Publisher.
- Jeff Madura, , 2001. *Pengantar Bisnis, S*, Jakarta: Salemba Empat
- Jacob, Syamardi. (2017), *Eksis Di Bisnis Ritel: Strategi Melejitkan Daya Saing Minimarket Modern*. Pondok Mutiara: Trim Komunikata.
- Jasasila. (2017). Peningkatan Mutu Pemeliharaan Mesin Pengaruhnya Terhadap Proses Produksi Pada PT. Aneka Bumi Pratama (ABP) di Kabupaten Batanghari. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* (17) 3, 96-97.
- Kasmiruddin, (2012). Analisis Strategi Bisnis Eceran Besar (Modern) (Kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru), *Jurnal Aplikasi Bisnis*
- Lestario, Febrilian. (2017) Dampak Pertumbuhan Bisnis Franchise Waralaba Minimarket Terhadap Perkembangan Kedai Tradisional Di Kota Binjai. *Jurnal Universitas Pembangunan Panca Budi* (5) 7, 29-36.
- Moleong, Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahman, 2002. *Penjelasan Lengkap Hukum-hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Philip Kotler, (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 2*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi. Rahman, 2002. *Penjelasan Lengkap Hukum-hukum Allah (Syariah)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rusno, 2008. Dampak Pesatnya Minimarket Waralaba terhadap Usaha Kecil (Jenis Ritel), *Jurnal Ekonomi Modernisasi*

- Prastowo, Andi. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rizal, Abdul. (2019). Tinjauan Jasa Angkutan Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus Jasa Angkutan Online Go-Jek di Makassar). *Jurnal UIN Alauddin Makassar* (4) 1, 18-41.
- Saifuddin Azwar, 1998. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet. Ke-20*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suwiknyo, Dwi. (2010). *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syamsir, Torang. (2014). *Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Susminingsih. (2020). *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nisa', Khoirun. (2015). Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha Di Gribig Kudus). Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Afifah, Pipit. (2020). Strategi Mempertahankan Pelayanan Dan Kesetiaan Pelanggan Pada Industri Ritel Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Pengusaha Ritel Modern Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Lampung Timur). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Hussurur, Septa. (2020). Analisis Dampak Pertumbuhan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Sukarame Bandar Lampung). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Miladiyah, Nur. (2020). Implementasi Strategi 6R pada Bisnis Ritel untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus). *Skripsi* IAIN Kudus.
- Alisha, Umamah. (2019). Strategi Persaingan Bisnis Waralaba Berbasis Agama.. *Jurnal Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo* (6) 2, 2-18.

Saputra, Rizki. (2019). Persaingan Usaha Antara Indomaret Dengan Minimarket 212 Mart Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Skripsi* IAIN Bengkulu.

Debiyantini, Reda. (2019), Pemasaran Di Mini Market Chece Kab. Mukomuko Ditinjau Dari Ekonomi Islam. *Skripsi* IAIN Bengkulu.

Nurhidayatulloh. (2018), Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Modern Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Tesis* Universitas Islam Indonesia.

Fernando, Ricky (2018), Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (Franchisee). *Skripsi* Universitas Islam Indonesia.

Frida Utami, Restu (2018), Analisis Persaingan Bisnis Ritel Modern Skala Kecil Di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal* Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Anwar, Syahrul (2020), Dampak Pendapatan Pedagang Eceran & Toko Setelah Adanya Minimarket Modern Sebelum & Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar Tahun 2020. *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Supermarket> (diakses tanggal 07 Juli 2022)

<https://bisnisindonesia.id/article/amrt-jorjoran-investasi-persaingan-minimarket-makin-sengit> (diakses tanggal 07 Juli 2022)