

## STRATEGI PEMASARAN DI ERA DIGITAL DENGAN MENERAPKAN BERBISNIS SECARA ISLAM (STUDI USAHA GROSIR AL-MASHDUQIAH)

Siti Aisyah<sup>1</sup>, Abd Choliq<sup>2</sup>, Abdul Mannan<sup>3</sup>, Fasihul lisan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Prodi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Badri Mashduqi  
Kraksaan Probolinggo  
Email: coliqcoliq5@gmail.com

### Abstract:

*This research aims to find out and analyze how marketing concepts and strategies in the digital era and Islamic business are implemented by the Al-Mashduqiah Wholesale shop business unit located on Jl. Juanda No. 370, RT.01, Kp. Arabic, Benchmark, District. Kraksaan, Kab. Probolinggo. The aim of this research is to find out and analyze Marketing Strategy from an Islamic Business Perspective, Al-Mashduqiah Wholesale Shop Business Study. and how to implement it for micro, small and medium enterprises and small and medium enterprises so that it is hoped that the results from this research can be used as a framework or model for other business actors. This research uses descriptive research and uses field studies and analyzes concepts carried out by Al-Mashduqiah Wholesale shop entrepreneurs. The results of this research indicate that the marketing strategy carried out by the wholesale shop business unit is to do business according to Islamic sharia in the micro, small and medium wholesale shop business sector. The results show that the Al-Mashduqiah Wholesale shop business belongs to the Islamic boarding school business unit located in the Patoan Arab Village Islamic boarding school, Kec. Kraksaan applies good Islamic business behavior from entrepreneurs to be applied in his business sector. In implementing marketing strategy activities, wholesale shop business actors have understood and implemented Islamic principles or values based on the sources of the Al-Qur'an and Hadith.*

**Keywords:** Islamic business marketing strategy, micro and small businesses, descriptive analysis

### خلاصة

يهدف هذا البحث إلى معرفة وتحليل كيفية تفهيم وتنفيذ مفاهيم واستراتيجيات التسويق في العصر الرقمي والأعمال الإسلامية من قبل وحدة أعمال متجر المشدوقة للبيع بالجملة الواقع في جي. جواندا رقم 370، RT.01، Kp. Arabic، المعيار، المنطقة. Kraksaan، Kab. Probolinggo. الهدف من هذا البحث هو معرفة وتحليل استراتيجية التسويق من منظور الأعمال الإسلامية، دراسة الأعمال التجارية لمتاجر الجملة المشدوقة. وكيفية تفهيم المؤسسات متاهية الصغر والصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث من المأمول أن يتم استخدام نتائج السيرة الذاتية من هذا البحث كإطار أو نموذج للجهات الفاعلة التجارية الأخرى. يستخدم هذا البحث الوصفي ويستخدم الدراسات الميدانية وتحليل المفاهيم التي قام بها أصحاب محلات المشدوقة بالجملة. تشير نتائج هذا البحث إلى أن استراتيجية التسويق التي تتفهيمها وحدة أعمال تجارة الجملة هي القيام بالأعمال التجارية وفقاً للشريعة الإسلامية في قطاع أعمال تجارة الجملة الصغيرة والصغيرة والمتوسطة. تظهر النتائج أن أعمال متجر المشدوقة بالجملة تتسمى إلى وحدة المدرسة الداخلية الإسلامية الموجودة في مدرسة باتون العربية الإسلامية الداخلية، مدينة كيوك. يطبق Kraksaan السلوك التجاري الإسلامي الجيد من رواد الأعمال ليتم تطبيقه في قطاع أعماله. في تفهيم أنشطة استراتيجية التسويق، فهم العاملون في تجارة الجملة ونفذوا المبادئ أو القيم الإسلامية بناءً على مصادر القرآن والحادي.

**الكلمات المفتاحية:** استراتيجية تسويق الأعمال الإسلامية، الشركات الصغيرة ومتاهية الصغر، التحليل الوصفي

### Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana konsep dan

strategi pemasaran di era digital dan berbisnis secara Islam yang diterapkan oleh pihak unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah yang berada di Jl. Juanda No. 370, RT.01, Kp. Arab, Patokan, Kec. Kraksaan, Kab. Probolinggo Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Bisnis Islam Studi Usaha Toko Grosir Al-Mashduqiah. serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah dan usaha kecil menengah sehingga nantinya diharapkan hasil resume dari penelitian ini dan dapat dijadikan sebuah framework atau model bagi para pelaku usaha lainnya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan menggunakan studi lapangan dan menganalisis konsep yang dilakukan oleh pelaku usaha toko Grosir Al-Mashduqiah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh unit usaha toko Grosir dalam berbisnis secara syariah Islam di bidang usaha mikro kecil menengah toko Grosir. Hasilnya menunjukkan bahwa usaha toko Grosir Al-Mashduqiah milik unit usaha pondok pesantren yang berada di pondok pesantren kampung arab patoan Kec. Kraksaan menerapkan perilaku berbisnis secara Islam baik dari pengusaha untuk di terapkan di bidang bisnisnya. Dalam melakukan penerapan kegiatan strategi pemasaran pelaku usaha toko Grosir telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan kepada sumber Al-Qur'an dan Hadits.

*Kata kunci : strategi pemasaran bisnis islam, usaha mikro kecil, analisis deskriptif*

## PENDAHULUAN

Tahun 1970 mulai munculnya Internet dengan diawali oleh Negara Amerika, mulai masuk ke negara Pertengahan 2000 lalu Indonesia terfokus pada teknologi computer. (Sundari & Sulistyowarni, 2021). Tahun 1998 mulai munculnya Google, pada tahun 2000 an mulai berkembangnya Intenet di seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia. Dengan adanya internet kita bisa dengan mudah melakukan sesuatu dan membagikan informasi kesemua orang. (Tarbiyah et al., 2021). Sehubungan dengan hal tersebut orang sering mempergunakan internet dalam segala bidang dari mulai bekerja, sekolah, kuliah, bahkan belanjapun melalui intenet atau disebut juga online. Dimasa sekarang tidak menyurutkan para pedagang atau dengan yang lainnya untuk terus melanjutkan kehidupannya. Dengan adanya internet kita bisa memanfaatkan atau mengembangkan usaha-usaha yang sudah menurun akan pandemic (Enjang Suherman & Rika Uswatun Hasanah, 2020); (Tarbiyah et al., 2021). Kemajuan Dalam bidang ilmu teknologi sudah memasuki pada semua kehidupan juga dalam perdagangan. Sektor ekspor impor sangat penting karena berfungsi sebagai titik bertemunya antara dua belah pihak penjual dan pembeli untuk menyelesaikan transaksi keuangan.(Aynie et al., 2021). Dalam manajemen perdagangan dimasa digital sekarang bukan Itu berarti mengubah toko fisik atau memindahkan toko biasa menjadi toko digital. Kriminal manajemen pemasaran arus memudahkan dalam suatu kualitas yang lebih bagus.(Sidharta & Sidh, 2014). Bahwa Manajemen Pemasaran dimasa sekarang hanya dengan cara Online, tidak dengan memperbaiki nilai-nilai digital dimasa sekarang, maka akan ditinggalakan sama konsumen (Permata Sari, 2020).

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju banyak industri yang berkembang mulai dari industri manufaktur, jasa, dan

distributor, maka terjadilah banyak persaingan di dunia industri. Saat ini tidak sedikit juga unit-unit usaha yang sudah berdiri, Suatu perusahaan atau unit usaha didirikan pastinya bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan banyak perusahaan-perusahaan yang kini mulai didirikan, bukan hanya perusahaan besar, kini unit-unit usaha kecil juga sudah mulai banyak berdiri. Mulai dari pemberian jasa, barang dan lain sebagainya. Kebanyakan masyarakat memilih untuk membuka usaha berdagang, bertani dan berternak. Karena dengan menciptakan suatu usaha banyak orang tidak bingung untuk mencari pekerjaan dan tidak sulit untuk mendapatkan keuntungan juga bisa memenuhi kebutuhan keluarganya. Dengan demikian upaya peningkatan sumber daya manusia merupakan upaya yang harus terintegrasi. Pemberdayaan sumber daya manusia menjadi faktor yang paling penting, khususnya dalam strategi dalam menjalankan perekonomian (Subandi, 2015).

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi pengusaha yang bekerja dalam system persaingan pasar. Yeasy Agustina Sari dan Suhono (2017), *Strategy is a plan to reach the goal* Ketepatan strategi pemasaran akan menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang baik memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang dalam beberapa sasaran pasar atau konsumen. Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan (Mahmud Machfoedz, 2007).

Adapun isi dari rumusan masalah yang dibahas adalah bagaimana alternatif strategi pemasaran di era digital dengan menerapkan berbisnis secara Islam studi usaha toko Grosir Al-Mashduqiah. Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui serta menganalisis strategi pemasaran di era digital dengan menerapkan berbisnis secara Islam studi usaha Grosir Al-Mashduqiah yang berada di dalam Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Jl. Patokan Kec. Kraksaan Kab. Probolinggo.

Pada dasarnya pemasaran berkaitan dengan upaya pencarian pelanggan dalam jumlah sedikit dan banyak untuk menjual produk yang telah dihasilkan perusahaan untuk dijual belikan kepada konsumen. Tetapi pandangan ini terlalu sempit, karena biasanya suatu organisasi (perusahaan) akan menghadapi kondisi permintaan produk yang tingkatanya berbeda-beda. Pada suatu saat mungkin tidak ada permintaan terhadap produknya, mungkin permintaanya cukup, permintaan tidak teratur atau terlalu banyak permintaan, sehingga manajemen pemasaran harus mencapai jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah. Dengan berkembangnya pemasaran, maka berkembang pula jenis barang dan jasa yang dihasilkan.

Demikian pula makin banyak barang dan jasa yang dikonsumsi oleh masyarakat (Subandi, 2017).

Pemasaran adalah manajemen dan proses yang memungkinkan individu atau kelompok untuk mencapai apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui setiap aktivitas yang berhubungan dengan menciptakan, menyediakan, dan mempertukarkan nilai produk dengan orang lain, atau dari produsen untuk menyediakan produk atau jasa kepada konsumen. Tujuan pemasaran ini adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga yang menarik, dengan mudah menyebarluaskan produk atau layanan, dan secara efektif mempromosikan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap menjaga kepuasan pelanggan. (Ir.agustina Shinta, 2020);(Lestari & Saifuddin, 2020). Tahap awal pendampingan adalah pendahuluan. Yaitu melalui proses engagement yang diawali dengan pendekatan yang bertujuan untuk menjamin keterbukaan, dukungan dan partisipasi masyarakat. (Bakhri & Futiah, 2020)

Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satu bisnis pun, yang leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan ada persaingan yang ingin turut menikmatinya. Bahkan yang sering terjadi adalah sebuah persaingan yang sangat kejam, persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau berasal dari hasil pinjaman. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapatkan perhatian dalam pemasaran. Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk mendapatkan tanggapan terhadap suatu penawaran. Tanggapan tersebut mungkin lebih dari sekadar pembelian sederhana atau perdagangan produk dan jasa. Adapun dampaknya diukur berdasarkan enam parameter kemajuan bisnis, yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan finansial (Bekum, 2004).

Pemasaran sendiri merupakan tindakan-tindakan yang diambil untuk memperoleh tanggapan yang diharapkan dari sasaran atau audiens terhadap beberapa produk, jasa, gagasan, dan objek lainnya. Kegiatan pemasaran yang di terapkan oleh pemilik toko Grosir Al-Mashduqiah menggunakan Besic Digital Marketing, bak iin selaku penjaga Toko tetap Grosir Al-Mashduqiah tidak sekedar menciptakan transaksi-transaksi jangka pendek juga membangun

hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan unit usaha lainnya yang berada di dalam pondok pesantren Al-Mashduqiah (iin, 2023).

Adapun lokasi juga sangat penting karena lokasi merupakan tempat untuk melakukan kegiatan transaksi menghasilkan barang dan jasa. Jika pengusaha telah menentukan letak lokasi usahanya, maka lokasi usaha tersebut akan menentukan biaya yang ditimbulkan dan sulit untuk meminimalkannya. Keputusan pemilihan lokasi sering tergantung dari jenis usaha. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis perdagangan barang atau jasa, strategi yang digunakan terfokus pada mendekati pasar sasaran. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung (Bandung: *Alfabeta*, 2013).

Adapun prinsip pemasaran yang selalu di terapkan oleh toko Grosir Al-Mashduqiah mbak iin kepada semua konsumennya dengan tidak mengurangi takaran penjualan dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kesemua konsumennya (iin, 2023). Adapun perilaku moral dan etika juga selalu di terapkan oleh staf karyawan dengan demikian toko Grosir Al-Mashduqiah selalu mendapat keberkahan (iin, 2023). Perpektif pemasaran dalam Islam sendiri adalah ekonomi rabbani, realistik, humanis dan keseimbangan. Pemasaran menurut Islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik. Pemasaran syari'ah meyakini perbuatan seseorang akan diminta pertanggungjawabannya kelak. Selain itu, pemasaran syariah yang di terapkan oleh toko Grosir Al-Mashduqiah mengutamakan etika moral dalam melakukan transaksi jual beli. Oleh karena itu, pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT, dan berusaha memaksimalkan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Bisnis Islam merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Manullang, 2002 : 8).

Islam memberikan suatau sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain dari pada memanfaatkan karunia Allah SWT secara sistematik untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah dalam arti yang lebih luas, perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Usaha yang di kembangkan oleh unit usaha pondok cukup bagus dan banyak mengedapankan cara berbisnis Islam yang benar dan mengikuti cara berbisnis Rosulullah SAW dengan cara menjual jujur ke semua konsumennya (iin, 2023). Adapun bisnis Islam juga merupakan suatu norma yang bersumber dari Al-

qur'an dan hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis (Muhammad, 2004).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis strategi pemasaran di era digital dengan menerapkan berbisnis secara Islam studi usaha toko Grosir Al-Mashduqiah Jl. Patokan Kec. Kraksasan Kab. Probolinggo Jawa Timur.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, deskriptif dan menggunakan jenis penelitian studi lapangan. Untuk mendukung sebuah penelitian di butuhkan data-data tambahan seperti dokumen dan sebagainya. Terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi sebuah studi kasus dalam penelitian kualitatif, yaitu terdapat sumber data primer dan sumber data sekunder. Dengan adanya usaha mikro kecil menengah (UMKM) maka sangat gamapang untuk memperoleh data sekunder. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling stragis dalam penelitian ini karena, tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif yaitu dengan wawancara dan obeservesi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi yang memanfaatkan sesuatu yang lainnya. Teknis analisi data menggunakan teknik eksplanasi yaitu, teks yang menjelaskan hubungan logis dari beberapa proses kejadian atau fenomena alam sosial. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha toko Grosir Al-Mashduqiah merupakan usaha unit pondok yang berdiri pada tanggal 13 Maret 2013 di Jl. Juanda No. 370, RT.01, Kp. Arab, Patokan, Kec. Kraksaan, Kab. Probolinggo, Jawa Timur, Kode pos 67282. Adapun toko Grosir tersebut menggunakan jasa karyawan dengan satu staf pekerja tetap yang bernama Lailatul inayah, S.E. dan satu karyawan pengabdian pondok yang bernama Fiki Aril Pratama. Lokasi usaha toko Grosir tersebut berada didalam pondok pesantren Al-Mashduqiah Tujuan toko Grosir ini di buka untuk memenuhi kebutuhan bahan pokok di dalam pondok pesantren dan tidak lain tujuannya menjadikan pondok pesantren Al-Mashduqiah banyak dikenal oleh masyarakat luas dengan menggunakan jasa sales dari setiap PT makanan pokok. Juga tidak lupa toko Grosir Al-

Mashduqiah selain menjual bahan pokok ke toko-toko UMKM di dalam pondok selain Grosir Al-Mashduqiah juga melayani pembelian dari masayarakat luar atau pembeli dari luar pondok, seperti toko kecil lainnya (Lailatul inayah, S.E., 2023).

Manajemen oprasional usaha mikro kecil menengah (UMKM) toko Grosir Al-Mashduqiah, usaha Grosir milik unit usaha pondok menjual segala bahan pokok untuk di perjual belikan ke semua masyarakat dalam pondok atau luar pondok pesantren dan sebagian di jual lewat pemesanan Telfon atau via *Whatsapp* (WA), untuk pemesanan *online* atau via telfon bak iin tidak menerima jasa pesan antar melaikan jika memesan bahan pokok di toko Grosir Al-Mashduqiah harus di ambil sendiri ke toko Grosir yang berada di dalam pondok Al-Mashduqiah. Dalam pemesanan bahan pokok lewat telfon atau *Whatsapp* yang pertama harus mempunyai kontak nomor telfonnya staf karyawan atau nomor kantor usaha toko Grosir Al-Mashduqiah agar ketika ingin memesan mudah untuk menghubungi si penjual toko Grosir, untuk mendapatkan nomor telfon atau *Whatsapp* bak iin hanya ada di banner di atas pintu toko Grosirnya. Dalam bentuk pemesanan bahan pokok maupun langsung datang ke toko dan via pemesanan online, bak iin disana menyediakan segala bahan pokok seperti Beras, Minyak Goreng, Gula DLL. Untuk sementara ini stok bahan pokok yang ada di Grosir Al-Mashduqiah lumayan sangat banyak. Adapun jam buka toko Grosir Al-Mashduqiah dari jam 08:00 pagi sampai jam 15:00 sore, itupun buka setiap hari senin- sabtu hanya libur ketika hari minggu (Lailatul inayah, S.E., 2023).

Adapun manajemen keuangan di bidang usaha toko Grosir Al-Mashduqiah modal utama dalam membangun toko Grosir, anggaran dari unit usaha pondok mengatakan bahwa awal modal pertama sedikit cukup besar kurang lebih membutuhkan biaya kisaran 100-120 JT. Adanya membangun tempat usaha toko Grosir dan harga peralatan alat-alat yang dibutuhkan seperti komputer, kipas angin, miteran listrik dll, juga cukup mahal di situlah awal modal sedikit harus banyak agar tercapai dalam membangun usaha toko Grosir. Dari segi hasil keuangan menjual bahan pokok bak Lailatul inayah, setiap harinya langsung menghitung atau mencatat hasil pendapatan menjual bahan dari jam 08:00-15:00 sore, tidak lupa setiap pengeluaran untuk pembayaran ke sales dan kebutuhan toko juga di catat oleh bak Lailatul inayah. Setiap akhir satuminggu satu kali bak Lailatul inayah mentotal hasil pendapatan toko Grosir selama menjual bahan pokok karena, ketika tidak di total satu minggu satu kali kata bak Lailatul inayah takut ada kekeliruan dari pihak sales dan unit usaha dari pondok dan itu bisa berdampak buruk untuk bak Lailatul inayah sendiri (Lailatul inayah, S.E., 2023).

Total pendapatan toko Grosir Al-Mashduqiah selama satu bulan menjual

bahan pokok, hasil pendapatan kotor mencapai 10-20 JT itupun pada saat pembeli dan pemesanan bahan pokok sangat sepi jika, pemesanan cukup banyak maka pendapatan toko Grosir dalam menjual bahan pokok bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih mencapai 20-30 JT. Pendapatan yang diperoleh setiap bulannya hal tersebut, dijelaskan hasil observasi sebagai berikut. "Dengan pendapatan minim 10-20 JT unit usaha pondok dan toko Grosir Al-Mashduqiah selalu bersyukur kepada Allah SWT karena, telah diberikan rezeki yang cukup untuk memajukan toko Grosir yang kurang lebih berdiri 10 tahun kedepan dan sudah menyukseskan usaha yang dikelola oleh pondok pesantren Al-Mashduqiah, tanpa campur tangan Allah SWT usaha unit usaha pondok ini tidak akan berjalan dengan lancar" (Lailatul inayah, S.E., 2023). Jadi pendapatan toko Grosir Al-Mashduqiah setiap bulannya tergantung banyaknya pembeli dan pemesanan *online* di setiap toko Grosir di buka. Unit usaha toko Grosir tidak pernah rugi dalam berbisnis bahan pokok karena setiap harinya ada saja pembeli dan pesanan *online* dari masyarakat di dalam pondok juga dari luar pondok (Lailatul inayah, S.E., 2023).

Bahwa sudah kita ketahui dalam segi penerapan oprasional dan manajemen keuangan toko Grosir Al-Mashduqiah milik usaha pondok pesantren yang sudah dijelaskan sebelumnya. Oleh karena itu Lailatul inayah dan mas Fiki Aril Pratama selaku staf karyawan toko Grosir Al-Mashduqiah mengambil beberapa nilai dasar berbisnis secara Islam dan mengikuti sunnah Nabi SAW yang di ambil langsung dari inti ajaran Islam untuk diterapkan di usahanya (Lailatul inayah, S.E., 2023).

Adapun dalam segi berdagang toko Grosir yang berada di dalam pondok pesantren Al-Mashduqiah selalu menerapkan dibidang usahanya dengan memberikan waktu istirahat kepada karyawannya yaitu bak iin dan mas Aril. Ketika pada saat pembeli tidak ada karyawanpun boleh istirahat untuk di pergunakan makan siang dan menunaikan sholat Dzuhur setelah sholat bisa kembali lagi untuk bekerja menunggu pembelibahan pokok. Memberikan waktu istirahat makan dan sholat kepada karyawannya yaitu bak iin dan mas Aril, bentuk tersebut juga merupakan bentuk berbisnis secara syariah Islam dalam mempekerjakan seseorang meskipun yang menjadi karyawannya adalah saudara atau adiknya. Hal itu dijelaskan hasil observasi sebagai berikut. "Memberikan waktu sholat 5 waktu kepada karyawan merupakan ke wajiban toko Grosir karena toko Grosir tersebut naungan dari pondok pesantren Al-Mashduqiah sebab dengan memberikan waktu sholat kepada karyawannya, karyawanpun bisa mendekatkan dirinya dan bisa beribadah kepada penciptanya" (Lailatul inayah, S.E. & Fiki Aril Pratama, 2023).

Adapun staf karyawan tetap Lailatul inayah dan Fiki Aril Pratama

karyawan pengabdian pondok pesantren yang menjadi karyawan di unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah tidak pernah memaksa untuk masuk bekerja karena sudah ada jadwal libur yang sudah di tentukan oleh pihak unit usaha toko Grosir, selama satu bulan liburnya empat kali, unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah memberikan kelonggaran tidak masuk bekerja dengan tujuan untuk kepentingan karyawannya. Akan tetapi dengan catatan pada saat karyawan yaitu bak iin dan mas Aril tidak bisa untuk masuk bekerja wajib memberitahu kepada pihak unit usaha pondok dengan tujuan agar unit usaha toko Grosir tau karyawan yaitu bak iin dan mas Aril tidak bisa bekerja pada Pagi hari karna ada kepentingan pribadi (Fiki Aril Pratama, 2023).

Unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah selalu berlaku adil kepada karyawannya yaitu bak iin dan mas Aril hal tersebut dapat dilihat dari karyawan yang bekerja di toko Grosir karyawan toko Grosir Al-Mashduqiah digaji tepat waktu yaitu satu bulan satu kali, selain itu karyawannya juga bisa *cashbon* kepada pihak keuangan unit usaha pondok pada saat membutuhkan uang mendadak untuk keperluan pribadinya. Menepati waktu dalam segi memberikan gaji kepada karyawan adalah hal wajib maka, dari dampak tersebut karyawan pun merasakan kepuasan dalam bekerja di toko Grosir Al-Mashduqiah. Hal ini dijelaskan dalam hasil observasi sebagai berikut. "Memberi gaji tepat waktu kepada karyawan adalah sebuah kewajiban dalam mempekerjakan manusia dengan memberi gaji kepada karyawan tepat waktu, karyawan pun senang dan semangat dalam bekerja di toko Grosir Al-Mashduqiah usah unit pondok pesantren". Sebelum karyawannya yaitu bak iin bekerja di warung milik unit usaha pondok bak iin di tawarkan gaji perbulannya yaitu sebesar 1.800 RB dan untuk mas Aril 200 RB karna mas Aril hanya karyawan pengabdian pondok selama satu tahun, apabila karyawan tersebut setuju dengan gaji yang sudah di tetapkan, maka karyawan tersebut bisa langsung bekerja di toko Grosir Al-Mashduqiah. Menurut unit usaha pondok gaji karyawan sudah sesuai dengan pekerjaan yang di lakukan para karyawannya, karena selain gaji karyawan di bulatkan menjadi 2 JT para karyawan sangat senang di berikan bonus ketika melebihi target penjualan bahan pokok, dengan adanya bonus tersebut pekerja akan merasa senang atas pemberian dari unit usaha pondok (Lailatul inayah, S.E. & Fiki Aril Pratama, 2023).

Setiap pembeli atau konsumen yang sudah berlangganan membeli bahan pokok di toko Grosir Al-Mashduqiah, pembeli diberikan kebebasan dalam memilih barang yang ingin di beli dan toko grosir tidak bisa memberikan consumen dalam bentuk membeli eceran melainkan harus membeli dalam bentuk satuan atau satu kantong. Selain itu bak iin dan mas Aril sebagai karyawan melayani pembeli dengan baik dan tidak memaksa

konsumen untuk membeli dan memesan bahan pokok. Jadi, karyawan hanya melayani dengan baik para pembeli atau pemesanan konsumen yang diinginkan. Dengan Adanya banyaknya pembeli maka pendapatan setiap bulannya unit usaha pondok cukup banyak. Adapun dampakdari banyaknya pembeli bahan pokok. Hal tersebut dijelaskan dari hasil observasi sebagai berikut. "Dengan banyaknya pembeli bahan pokok yang di jual oleh unit usah toko Grosir Al-Mashduqiah, toko Grosir banyak melakukan perubahan dibidang usahanya, dari faktor manul sampai dengan merubahnya ke sistem serba digital, dan bisnis toko Grosir ini semakin berkembang dan pendapatan setiap bulannya semakin bertambah". Maka adanya pendapatan yang sudah diperoleh setiap tahunnya, toko Grosir tidak pernah lupa memberikan THR kepada semua staf karyawannya. Dari segi total yang di dapat setiap tahunnya unit usaha toko Grosir mengeluarkan bonusan tahunannya sebanyak 2,5% kepada karyawannya (Unit usah pondok, 2023).

Adapun pembeli dalam melakukan pemesanan atau membeli bahan pokok di toko Grosir Al-Mashduqia, bak iin dan mas Aril selalu memberikan jaminan tanggungjawab jika, pada saat pembelian bahan pokok bermasalah seperti pada saat mengkonsumsi atau memakan bahan poko yang di beli di toko Grosir Al-Mashduqiah mengalami keracunan dan di periksa kerumah sakit karena faktor keracunannya memakan bhan poko yang dibeli di toko Grosir Al-Mashduqiah maka, pihak unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah selalu siap untuk bertanggungjawab. Akan tetapi untuk sejauh ini para pembeli yang mengkonsumsi bahan pokok yang di beli langsung oleh pihak consumen belum pernah ada yang keracunan. Dalam memberikan jaminan kepada pembeli. Hal itu dijelaskan dari hasil observasi sebagai berikut. "Memberikan jaminan atau tanggungjawab kepada pembeli atau konsumen merupakan kebiasaan yang selalu diterapkan oleh pihak unit usaha toko Grosir sebab dengan adanya jaminan para pembeli tidak khawatir jika ada yang keracunan dan pembeli tidak merasakan dirugikan dalam transaksi jual beli".Dengan adanya jual beli memberikan jaminan dan tanggungjawab kepada pembeli maka pembeli merasa tidak dirugikan (Lailatul inayah, S.E. & Fiki Aril Pratama, 2023).

Dalam melakukan transaksi jual beli bahan pokok bak iin dan mas Aril selalu konsisten dalam menjual bahan pokok para karyawan toko Grosir tidak pernah semena-mena menjual saja kepada pembeli atau pemesan melainkan, mengecek barang yang dijual apakah layak untuk di perjual belikan atau tidak. Jika, bahan pokok yang ingi dijual sudah mencapai masa kadaluarsanya bak iin dan mas Aril memisahkan barang yang siap di jual dan barang yang tidak bisa dijual. Bahan pokok yang di perjual belikan oleh unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah yaitu segala bahan pokok serba ada, contoh dari pemesanan atau

pembeli meminta beras kepompong maka yang di berikan beras kepompong bukan beras lainnya seperti beras tinta. Menjual bahan pokok dengan konteks kebenaran dan kejujuran. Hal tersebut dijelaskan dari hasil observasi sebagai berikut. "Bak iin dan mas Aril selaku staf karyawan toko Grosir Al-Mashduqiah dengan menggunakan sistem jujur karena dengan melakukan transaksi atau penjualan yang jujur banyak para pembeli yang selalu percaya dan memesan di toko Grosir Al-Mashduqiah sebab selain jujur dapat bertanggungjawab dalam segi keracunan pada saat pembeli memakan bahan pokok yang di jual oleh pihak unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah dan untuk sejauh ini pembeli belum pernah mengalami keracunan memakan bahan pokok yang dijual oleh unit usaha toko Grosir Al-Mashduqiah" (Lailatul inayah, S.E, 2023).

Sistem penjualan bahan pokok milik unit usaha pondok yang sudah siap untuk di perjual belikan ke semua masyarakat maupun dari dalam pondok pesantren dan dari luar pondok, bagi para konsumen atau pembeli yang ingin memesan bahan pokok lewat Telefon, bak iin dan mas Aril menyarankan untuk langsung memesan ketempat toko Grosir Al-Mashduqiah agar terhindar dari transaksi jual beli penipuan akan tetapi sejauh ini staf karyawan yang bekerja di toko Grosir dari segi pemesanan lewat telfon tidak pernah ditipu oleh pembeli karena, pembeli atau yang memesan di *Whatsapp* rata-rata orang sekitan pondok pesantren dan orang-orang yang sudah bakiin kenal. Maka di dalam jual beli perlu adanya transaksi langsung karena, dapat melihat kebenaran dan kejujuran dari pihak toko Grosir pada saat menjual bahan pokok dan untuk harganya tidak terlalu mahal, harga yang diperjual belikan sudah termasuk harga pasaran atau harga Grosir pada umumnya (Lailatul inayah, S.E. & Fiki Aril Pratama, 2023).

Transaksi yang dilakukan oleh pihak karyawan toko Grosir Al-Mashduqiah sudah berlandasan kepada sumber ajaran Al-Qur'an dan hadits dan tidak pernah melakukan kecurangan dalam melakukan takaran penjualan bahan pokok yang di perjual belikan karena, menurut bak iin dan mas Aril pun kejujuran dalam berbisnis sangatlah penting sebab tanpa kebenaran dan kejujuran usaha kita tidak akan sempurna (Lailatul inayah, S.E. & Fiki Aril Pratama, 2023) .Adapun yang sudah dijelaskan dalam penerapan berbisnis secara Islam diatas dari segi pemasaran toko Grosir Al-Mashduqiah yang sudah menerapkan jual beli yang secara syariah Islam maka, kita dapat mengambil hikmah tentang segi penerapan dan pemasaran Islam yang selalu menjadi landasan utama dalam berbisnis bahan pokok yang berada di dalam pondok pesantren Al-Mashduqiah.

## KESIMPULAN

Ajaran etika bisnis Islam merupakan satu kesatuan utuh yang tidak bisa dipisahkan antara satu dengan lainnya. Hal ini dikarenakan ajaran Islam yang bersifat (syumul) yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, hubungan bisnis dengan etika dalam Islam tak merubah kesatuan antara urat dan daging.

Adapun hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa dalam berbisnis Toko Grosir Al-Mashduqiah merupakan suatu bisnis yang sangat menjanjikan di karenakan dalam berbisnis Toko Grosir banyak sekali yang membutuhkan bahan pokok dan lain sebagainya dan keuntungannya-pun cukup banyak. Maka dapat dikatakan bisnis tersebut cukup layak untuk di geluti bagi peminatnya. Tidak lupa penerapan yang diterapkan oleh Toko Grosir Al-Mashduqiah dibidang usahanya cukup baik dari segi berlaku adil, kebebasan, tanggungjawab dan kejujuran. Tidak lupa penerapannya berlandaskan kepada sumber nilai ajaran agama Islam. Karena, Islam sendiri sangat mendukung bisnis dan persaingan namun, tetap bersikap tegas dalam hal yang dianggap haram. Islam memberikan rambu dan batasan bagaimana seseorang menjalankan aktivitas bisnis atau usahanya. Dalam berbisnis diperlukan suatu cara pandangan baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih dan mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadits agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

Saran dari penulis dalam menganalisis Strategi Pemasaran Dalam Persepektif Bisnis Islam Studi Usaha Grosir Al-Mashduqiah yang sudah berlandaskan kepada sumber ajaran agama Islam dan berbasis digital marketing yang berada di pondok pesantren Al-Mashduqiah perlu di tinjau kembali tentang strategi pengembangan atau kerjasama antara Grosir dan Pondok Pesantren Al-Mashduqiah.

## DAFTAR PUSTAKA

Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. Inovasi, 17(1), 136-143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/8483> <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/download/8483/1149>

Afriyeni, N., & Subandi. (2015). Kekuatan Keluarga Pada Keluarga yang Anaknya Mengalami Gangguan Psikosis Episode Pertama. Jurnal Psikologi, 11, (1) , 19- 31.

Abdullah, Lukmanul Hakim. 2013. Sistem Penilaian dalam Kurikulum 2013 : Kajian Dokumen Terhadap Kurikulum 2013. Diakses tanggal 19 Oktober 2016. ([http://www.academia.edu/5253890/Sistem\\_Penilaian\\_dalam\\_Kurikulum\\_2013\\_Kajian\\_Dokumen](http://www.academia.edu/5253890/Sistem_Penilaian_dalam_Kurikulum_2013_Kajian_Dokumen))

Ali Muhammad. 2004. Belajar Adalah Suatu Perubahan Perilaku, Akibat

Interaksi Dengan Lingkungannya. Tersedia: <http://www.sarjanaku.com/2011/03/pengertian-definisi-hasil-belajar.html>

Abdul Aziz, 2013, Etika Bisnis Perspektif Islam, Bandung: Alfabeta

Asnawi, H. S. "Pernikahan Melalui Telepon dan Reformasi Hukum Islam di Indonesia". al-Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Vol. 1, No. 1 (2012): p. 1-15.

Asnawi, H. S. "Membongkar Patriarkisme Islam Sebagai Kearifan Budaya Lokal: Sebuah Kritik Terhadap UU. No. 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan." Esensia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin Vol. 13, No. 2 (2012): p

Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2(2), 59-70.

Enjang Suherman, & Rika Uswatun Hasanah. (2020). Analisis Pelatihan Marketplace Bagi Pelaku Usaha Kue Di Masa Pandemik Covid-19 Di Desa Jatiragas. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 98-110. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i1.1202>

Ir.agustina Shinta, M. P. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

Permata Sari, S. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>

Ratih, I. S., Ridho, Z., & Aisyah, S. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Manajemen Bisnis Kuliner. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 173-187.

Ratih, I.S., Ridho, Z. (2022). Islamic Family Finance: An In-Depth Analysis of Financial Management Practices: Indonesian Journal of Education and Social Studies (IJESS) 1 (2), 111-123

Rohmatillah, Laily dan Zainur Ridho. 2021. "Efektivitas Manajemen Layanan Prima Ibadah Umrah Pt. Nur Haramain Mulia". *Haramain: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 54-62.J

Ridho, Z, Aisyah, S, Mannan, A,. (2023) Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UKM Sate Khas Madura: *ILTIZAMAT: Journal of economic sharia law and business studies* 2 (2), 88-99

Ridho, Z,. Firdausiyah, S.R. (2021) .Strategi Pemasaran Produk Umroh Di Pt. Nur Haramain: *Haramain: Jurnal Manajemen Bisnis* 1 (2), 95-101

Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopphing Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(2), 92-100.

Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2021). Pemberdayaan Umkm Melalui Digital

Marketing.

Setiadi, F., & Kasmiruddin. (2014). Analisis penerapan etika pada bisnis jasa akomodasi sebagai suatu strategi mempertahankan pelanggan (Kasus pada Surya Hotel Duri). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(1),1-12. Retrieved from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2144>

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.

Subandi. 2017. Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktek). Bandung: Alfabeta.

Subandi.(2015). Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktek).Bandung :Alfabeta.

Rosyadi, M. F. (2012). Pengaruh etika bisnis Islam terhadap customer retention (Studi kasus pada Bank BPD DIY cabang syariah). UIN Sunan Kali Jaga [Undergraduate Thesis]. Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/10594/>

Rudjito. 2003. Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Strategi Bisnis, Makalah Yang Di Sampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam MemperkokohKetahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.

Saifullah, M. (2011). Etika bisnis Islami dalam praktik bisnis Rasulullah. Walisongo: *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127-156. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>.

Setiadi, F., & Kasmiruddin. (2014). Analisis penerapan etika pada bisnis jasa akomodasi sebagai suatu strategi mempertahankan pelanggan (Kasus pada Surya Hotel Duri). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(1), 1-12. Retrieved from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2144>

Sunariani, Ni Nyoman, A A N Oka Suryadinatha Gorda, and Ida IDM Rai Mahaputra. 2017. "PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PROGRAM BINAAN DI PROVINSI BALI". *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2 (1):221-36. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/149>.

Yusanto, Muhammad Ismail. Kusumawidjaja, Muhammad Karebet. Menggagas Bisnis Islami. Jakarta:Gema Insani

Tarbiyah, F., Kudus, I., & Kudus, I. (2021). NCOINS : National Conference Of Islamic Natural Science (2021 ) PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS APLIKASI ANDROID " SIPERAH " PADA MATERI. 35-48.