



Journal of Sharia and Law

Vol. 2, No. 1 Januari 2023, h. 175-190

Editorial Office: Faculty of Syari'ah and Law Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau-Indonesia. Jl. H.R Soebrantas KM. 15 Pekanbaru, Riau. Website: <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

E-ISSN: 2964-7636

Cahaya Rizki, Ahmad Hamdalah, Hertina : *Peran SRC (Sampoerna Retail Community) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Syariah*

PERAN SRC (*SAMPOERNA RETAIL COMMUNITY*) DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA TOKO KELONTONG PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Cahaya Rizki¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: cahayarizki.reytonka96@gmail.com

Ahmad Hamdalah²

²Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: ahmad.hamdalah@uin-suska.ac.id

Hertina³

³Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: hertina_uinfasih@yahoo.com

ABSTRAK

SRC (*Sampoerna Retail Community*) adalah jaringan toko kelontong masa kini yang bergabung dalam program kemitraan, pembinaan dan pendampingan dari PT Sampoerna Tbk. Melalui program kemitraan ini dapat memberikan pembinaan dan pendampingan kepada masyarakat, agar dapat terus berupaya dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sebelum bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ada beberapa Toko Kelontong yang belum memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga kurangnya minat dan daya tarik pelanggan untuk berbelanja di toko kelontong tersebut. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labu Baru Timur Kota Pekanbaru, dan Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian Kualitatif, dengan pendekatan kualitatif *deskriptive*. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang pemilik toko kelontong yang bermitra dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber sebagai jenis validasi data dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu SRC (*Sampoerna Retail Community*) sangat berperan dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong, karena dengan pembinaan serta pendampingan toko kelontong ini jadi memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga

dapat meningkatkan daya saing, selain itu para toko kelontong juga mendapatkan kemudahan berbelanja melalui Aplikasi Ayo SRC para toko kelontong mendapatkan diskon, poin-poin serta hadiah yang didapatkan pada saat berbelanja barang toko. Dalam tinjauan Islam meningkatkan omset penjualan diperbolehkan asalkan cara-cara yang digunakan berlandaskan prinsip-prinsip Al-Quran, hal ini berhubungan dengan etika berbisnis yang bertujuan agar dapat menjaga system pengelolaan dan pengembangan usaha atau harta benda jauh dari kebatilan, al-fasad dan dzhalim.

Kata Kunci: SRC (Sampoerna Retail Community), Penigkatan Omset Penjualan

ABSTRACT

SRC (Sampoerna Retail Community) is a modern grocery store chain that is part of PT Sampoerna Tbk's partnership, mentoring and mentoring program. Through this partnership program, it can provide guidance and assistance to the community, so that they can continue to strive to increase the competitiveness of MSMEs. Prior to joining the SRC (Sampoerna Retail Community) program, there were several grocery stores that did not have a good store management system, resulting in a lack of interest and attraction for customers to shop at the grocery store. The purpose of this study was to determine the role of SRC (Sampoerna Retail Community) in increasing sales turnover at grocery stores on Jalan Tiung Ujung, Labu Baru Timur Village, Pekanbaru City, and to find out the sharia economic review of the role of SRC (Sampoerna Retail Community) in increasing sales turnover in grocery store on Jalan Tiung Ujung, Labuh Baru Timur Subdistrict, Pekanbaru City, Sharia Economic Perspective. In this study the authors used a qualitative research type, with a qualitative descriptive approach. The informants in this study consisted of 3 grocery store owners who partnered with SRC (Sampoerna Retail Community). This study uses the source triangulation technique as a type of data validation and data collection techniques in this study using observation, interviews and documentation. The results of this research are that SRC (Sampoerna Retail Community) plays a very important role in increasing sales turnover at grocery stores, because with coaching and mentoring This grocery store has a good store management system so that it can increase competitiveness, besides that grocery stores also get the convenience of shopping through the Ayo SRC Application, grocery stores get discounts, points and prizes that are obtained when shopping for shop goods. In an Islamic view, increasing sales turnover is permissible as long as the methods used are based on Al-Quran principles, this is related to business ethics which aims to be able to maintain the management and development system of business or property away from evil, al-fasad and tyranny.

Keywords: SRC (Sampoerna Retail Community), Increase in Sales Turnover

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri perdagangan di Indonesia dapat terbilang sangat pesat, banyaknya para pengusaha melakukan pengembangan dalam industri perdagangan untuk meningkatkan perekonomian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). UMKM merupakan sebuah bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha secara individu, rumah tangga, ataupun badan usaha kecil. Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang usaha mikro kecil menengah, maka yang dimaksud dengan usaha mikro adalah Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam

undang-undang ini.¹

Bagi pelaku usaha, UMKM merupakan bisnis atau suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha kecil. Penggolongannya berdasarkan besaran omset pertahun, jumlah kekayaan atau aset dan jumlah karyawan yang dipekerjakan. Tidak semua usaha dapat dikatakan sebagai pelaku UMKM, beberapa usaha dapat di kategorikan sebagai usaha yang besar karna jumlah omset penjualan pertahunnya lebih besar dari usaha menengah. Berdasarkan pasal 35 ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM), jika ingin memulai menjalankan bisnis menggunakan skema usaha mikro atau UMKM, besaran modal yang berlaku maksimal mencapai 1 milyar rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

UMKM atau usaha mikro kecil menengah mempunyai peran penting sebagai penopang dalam perekonomian. Adapun peran tersebut dapat dilihat dari (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor. (2) penyedia lapangan kerja yang besar. (3) berperan penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pembedayaan masyarakat. (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.² Perkembangan UMKM dapat terjadi melalui pemanfaatan Teknologi, Informasi dan Komunikasi. Pemanfaatan teknologi yang baik dapat menjadi pondasi kesuksesan UMKM untuk bersaing dengan usaha-usaha besar yang lebih maju.

Salah satu upaya peningkatan ekonomi yang dapat dilakukan tidak terlepas dari kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, upaya yang dilakukan dalam mewujudkan penguatan ekonomi adalah dengan terus melakukan pengembangan pada roda perekonomian pada sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dimana UMKM ini merupakan bagian dari masyarakat agar masyarakat lebih memiliki kemampuan dan kemauan untuk bersikap produktif.

SRC (*Sampoerna Retail Community*) adalah jaringan toko kelontong masa kini yang bergabung dalam program kemitraan, pembinaan dan pendampingan dari PT Sampoerna Tbk. Melalui program kemitraan yang disebut SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini dapat memberikan pembinaan dan pendampingan kepada masyarakat terkait pengambilan keputusan yang terkait dalam kebutuhan masyarakat, melaksanakan usaha berskala bisnis serta membangun kemampuan dalam meningkatkan pendapatan.³

SRC (*Sampoerna Retail Community*) sebagai suatu program kemitraan antara pebisnis besar dan pebisnis kecil agar dapat berkembang bersama. Para pelaku UMKM tidak dibiarkan sendiri namun diberikan pelatihan dan pendampingan serta

¹ Ferry Dwi Kurniawan, Luluk Fauziah, “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan”, Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol 2(2), 2014, hal. 168-169

² Adnan Husada Putra. *Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten blora*. Jurnal Analisa Sosiologi, Vol 5(2), 2016, hal. 40-52

³ Ahmad Tanzah, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Teras, 2009), hal. 144
Journal of Sharia and Law, Vol. 2, No.1 Januari 2023, h. 175-190

edukasi untuk dapat bersaing di pasar dalam peningkatan perekonomian masyarakat, SRC (*Sampoerna Retail Community*) sendiri terus berupaya untuk meningkatkan kontribusinya dalam mewujudkan ekonomi kerakyatan dan peningkatan daya saing UMKM. Adapun beberapa program yang diberikan oleh pihak PT Sampoerna kepada para anggota SRC yaitu mengenai tata kelola dan manajemen penjualan dan pemasaran, perapihan toko, tata cara pengembangan bisnis agar dapat lebih bersaing dengan toko modern.

Dalam aktivitas suatu usaha bisnis menurut Islam dapat dilakukan dalam berbagai bentuk kerjasama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama. Sebagaimana Firman Allah Qs. Sad ayat 24 :

وَأَنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya : “Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh; dan amatlah sedikit mereka yang begitu”.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam Islam, bisnis atau usaha yang dilakukan secara kerjasama sangat didukung karna dapat membuka banyak peluang usaha bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun kerjasama dalam suatu usaha haruslah berlaku adil, jujur dan transparansi. Kita tidak boleh menzalimi satu sama lainnya, sesungguhnya Allah membenci perbuatan zalim. Oleh karena itu pebisnis khususnya bisnis Islam harus berpedoman pada nilai-nilai Islam agar usaha yang dijalani tetap mampu bertahan dan sesuai dengan Syariat Islam. Dengan hal tersebut diharapkan setiap usaha yang dijalankan akan terus bertahan, berkembang dan selalu berpedoman pada nilai-nilai Islam sehingga mampu meningkatkan omset penjualan dan mendapatkan rezeki yang halal.⁴

Terdapat beberapa toko kelontong di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru bergabung dalam sebuah program kemitraan yang disebut dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*) yang merupakan program peningkatan UMKM oleh PT. Sampoerna Tbk, dimana SRC (*Sampoerna Retail Community*) sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat. Setelah dilakukannya observasi, terdapat beberapa Toko Kelontong yang bergabung pada program SRC (*Sampoerna Retail Community*). Sebelum Toko Kelontong ini bergabung pada program SRC (*Sampoerna Retail Community*) toko kelontong ini ada sebagian toko yang belum memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga kurangnya minat daya tarik pelanggan untuk berbelanja di toko kelontong tersebut.

Selain sistem manajemen toko yang baik, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan omset penjualan yaitu harga, produk, lokasi dan promosi. Untuk meningkatkan omset penjualan setiap usaha bisnis harus melakukan strategi pemasaran yang baik agar mampu bersaing dengan usaha lain sejenisnya.

⁴ Aldayani Samsul, *Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Meningkatkan Omset Penjualan*, (Studi Kasus di Bone, 2020) hal. 5

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan riset lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari data dari lapangan yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan atau merekam situasi yang akan diteliti secara menyeluruh, luas serta mendalam. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian ilmiah yang dibangun atas dasar teori-teori yang berkembang dari penelitian terdahulu dan terkontrol atas dasar empirik.⁵

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif *deskriptive*. Kualitatif *deskriptive* yaitu menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Metode *deskriptive* bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi yang terdapat pada toko kelontong tersebut. Metode tersebut digunakan untuk mendeskripsikan apa yang telah terjadi untuk mendapatkan semua fakta yang berkaitan dengan peran SRC dalam meningkatkan omset penjualan pada Toko Kelontong di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labu Baru Timur Kota Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah.⁶

Penelitian ini dilakukan di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2022 samapi dengan selesai.

Informan pada penelitian ini adalah Pemilik toko Kelontong di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru yang bermitra di SRC (*Sampoerna Retail Community*). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* atau menentukan narasumber dengan pertimbangan tertentu, cara ini dapat diambil bila penelitian cenderung bersifat khusus dengan unsur populasi yang memiliki kriteria khusus untuk dijadikan sampel sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Penulis mengambil sampel sebanyak 3 orang pemilik toko kelontong yang bermitra dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*).

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung kepada para informan yang dimana informan yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu memiliki Toko yang bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*). Maka berdasarkan kriteria tersebut, berikut peneliti jabarkan para informan penelitian yaitu, Bapak Zul Mardiki selaku pemilik SRC Naufal. Bapak Faisal selaku pemilik SRC Erlina. Ibu Wati selaku pemilik SRC Habil serta Bapak Ilham Sujata selaku SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk selaku triangulator dalam penelitian ini dan yang memahami tentang program SRC (*Sampoerna Retail Community*).

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hal. 3

⁶ Ibid, hal. 5

Peneliti melakukan wawancara pada waktu yang berbeda, yakni pada tanggal 30 juni 2022 peneliti melaksanakan wawancara kepada Bapak zul mardiki di toko Naufal di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru. Pada tanggal 29 juni 2022 peneliti melakukan wawancara dengan Bapak faisal di toko SRC Erlina di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru dan Ibu wati di toko SRC Habil di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru. Dan pada tanggal 06 Juli 2022 peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Ilham Sujata selaku SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk di toko SRC Habil di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru.

Setelah proses wawancara, observasi dan dokumentasi selesai dilakukan, peneliti diharapkan mampu mengkaji lebih dalam mengenai peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru perspektif ekonomi syariah.

Untuk mendukung dan memperkuat hasil wawancara dan observasi, peneliti juga melakukan peninjauan referensi lebih lanjut terhadap dokumen (jurnal, buku, artikel, dan lain-lain) yang memiliki keterlibatan dengan peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong. Hal ini dilakukan dengan harapan data tersebut dapat membantu jalannya proses penelitian yang dilakukan.

1. Peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Di Jalan Tiung Ujung Kota Pekanbaru

SRC (*Sampoerna Retail Community*) merupakan program kemitraan yang dibimbing oleh PT. HM Sampoerna Tbk. Program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini merupakan suatu program yang dibuat untuk membangun perekonomian di Indonesia melalui UMKM. SRC (*Sampoerna Retail Community*) mengajak toko-toko kelontong yang ada di Indonesia untuk bergabung agar menjadi toko kelontong masa kini agar dapat berkembang dan bersaing pada era masa kini.

Dengan bergabung pada program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini toko-toko kelontong dapat mengembangkan usaha melalui manajemen tata usaha yang lebih baik dalam bentuk edukasi pengelolaan toko ataupun pendampingan yang diberikan oleh SRC (*Sampoerna Retail Community*) dengan harapan meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam wawancara bersama Bapak Ilham Sujata selaku SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk:

Apa keuntungan yang didapat bagi Toko Kelontong jika bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ?

“Keuntungan yang didapat Toko kelontong yang bergabung dengan program SRC ini tidak kami biarkan sendiri namun kami memberikan pelatihan dan pendampingan serta edukasi untuk bersaing di pasar serta kami juga berupaya untuk meningkatkan kontribusi dalam mewujudkan ekonomi kerakyatan dan

peningkatan daya saing UMKM. Toko Kelontong ini kami beri edukasi tata cara pengelolaan toko, baik berupa tata letak produk agar toko lebih terlihat Rapi, Bersih, Terang. Program kami juga mengajak toko kelontong untuk dapat berkembang dan meningkatkan daya saing dengan toko lain.”⁷

Kesimpulan dari wawancara diatas adalah toko kelontong yang bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini akan mendapatkan keuntungan-keuntungan agar toko bisa lebih maju dan bersaing pada era masa kini.

Keuntungan ini juga dapat dirasakan langsung oleh Toko-Toko Kelontong yang bergabung dalam program SRC (*Sampoerna Retail Community*). Para toko kelontong dapat merasakan keuntungan yaitu dapat mengelola toko dengan baik dan dapat menambah wawasan, seperti yang di ungkapkan dalam wawancara.

Pada tahun berapakah awal Bapak/Ibu bergabung dan Apa alasan Bapak/Ibu yakin bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*)?

Informan I: Bapak Zul Mardiki (SRC Naufal)

“Saya bergabung dengan program SRC ini sejak tahun 2018, pada waktu itu saya di ajak oleh salesman untuk bergabung dengan program SRC. Pihak SRC ini banyak memberikan tawaran-tawaran yang menguntungkan bagi toko. Dan Saya rasa dengan bergabung pada program SRC ini saya jadi memiliki branding pada toko saya, kemudian toko kami juga harus dibuat RBT (Rapi, Bersih, Terang) serta saya mendapatkan edukasi tata cara pengelolaan toko agar toko dapat bersaing pada masa kini.”⁸

Informan II: Bapak Faisal (SRC Erlina)

“Saya bergabung sejak 3 tahun lalu sekitar tahun 2019, toko saya di tawarkan untuk bergabung pada program SRC oleh Salesman yang berkunjung ketoko setiap minggunya. Ya keuntungan yang saya dapat sebagai pedagang yaitu dengan bergabung program SRC ini sangat banyak, awal saya bergabung pihak SRC memberikan saya uang sejumlah Rp. 700.000,- guna untuk membeli cat toko. Kemudian setelah bergabung saya mendapat poin ketika belanja menggunakan aplikasi AYO SRC dimana poin tersebut dapat ditukarkan saat berbelanja agar mendapatkan potongan harga dan ada voucher belanja serta bonus lainnya.”⁹

Informan III : Ibu Wati (SRC Habil)

“Awal mula saya bergabung dengan program SRC ini pada tahun 2018 lalu. Waktu itu saya sedang belanja pada toko grosir langganan saya, saya ditawarkan oleh pihak SRC yang sedang berada ditoko grosir tersebut untuk

⁷ Wawancara dengan Bapak Ilham Sujata , *SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk*, pada tanggal 06 juli 2022. Pukul 17.00 WIB

⁸ Wawancara dengan Bapak Zul Mardiki, *Pemilik SRC Naufal*, pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 10.00 WIB

⁹ Wawancara dengan Bapak Faisal, *Pemilik SRC Erlina*, pada tanggal 29 Juni 2022. Pukul 14.00 WIB

bergabung dengan program SRC. Saya ditawarkan untuk bergabung karna dilihat dari meningkatnya setiap pembelian saya. Dan alasan saya bergabung dengan program SRC ini karna saya liat banyak keuntungan-keuntungan yang akan saya dapa untuk kemajuan usaha saya kedepannya.¹⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa alasan para pemilik toko kelontong bergabung dengan program SRC ini karna melihat banyaknya keuntungan yang akan didapat. Seperti toko memiliki branding, toko juga dibuat RBT (Rapi, Bersih, Terang) serta mendapatkan edukasi tata cara pengelolaan toko agar toko dapat bersaing pada masa kini. Pada awal bergabung pihak SRC juga memberikan sejumlah uang untuk membeli cat toko, mendapat poin ketika belanja menggunakan aplikasi AYO SRC dimana poin tersebut dapat ditukarkan saat berbelanja agar mendapatkan potongan harga dan ada voucher belanja serta bonus dan kemudahan dalam berbelanja lainnya.

Menurut Kotler dan Garry Armstrong dalam bukunya Dasar-Dasar Pemasaran Principles of Marketing, mereka menyatakan bahwa branding atau merek merukan symbol, rancangan, atau tanda yang dikombinasi untuk mengenali produk atau jasa seseorang atau penjual untuk memberdayakannya dari produk pesaing. Jadi, merek dapat digambarkan sebagai ciri khas dari suatu produk atau toko yang berkualitas sesuai dengan citra merek. Citra merek ini merupakan suatu hubungan dengan sikap yang beupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek tersebut.

Diskon atau potongan harga merupakan harga resmi yang diberikan oleh produsen kepada konsumen yang bersifat lunak demi meningkatkan pejualan suatu produk barang atau jasa. Diskon ini terbagi menjadi beberapa bagian seperti yang di ungkapkan oleh Kotler dan Keller yang membagi jenis-jenis diskon menjadi 5 bagian :

- a. Diskon tunai, yaitu pengurangan harga bagi konsumen karena pembayaran yang tepat waktu.
- b. Diskon kuantitas, yaitu pengurangan harga bagi orang yang membeli dalam jumlah besar.
- c. Diskon musiman, yaitu penurunan harga pada saat-saat tertentu. Diskon ini bertujuan untuk menarik konsumen terhadap barang baru yang dibutuhkan pada saat mendatang sehingga dapat mempengaruhi pola pembelian konsumen.
- d. Diskon fungsional, yaitu diskon yang diberikan kepada distributor dengan jasa tertentu yang meliputi penjualan, penyimpanan, dan pencatatan.
- e. Diskon intensif, yaitu merupakan potongan harga yang diberikan kepada distributor pada saat penukaran produk lama dengan produk baru. Intensif promosi memberi penghargaan kepada penyalur karna telah berpartisipasi dalam program iklan dan dukungan penjualan. Seperti yang dijelaskan bapak

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Wati, *Pemilik SRC Habil*, pada tanggal 29 Juni 2022. Pukul 14.35 WIB
Journal of Sharia and Law, Vol. 2, No.1 Januari 2023, h. 175-190

faisal pada wawancara diatas potongan harga didapat ketika kita berbelanja melalui aplikasi.

2. Program-Program SRC (*Sampoerna Retail Community*) di Kota Pekanbaru.

Pada PT. HM Sampoerna Tbk terdapat PT. Sampoerna 9 yang memiliki program SRC (*Sampoerna Retail Community*) untuk mengembangkan UMKM yang ada. Melalui program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini mengajak para pelaku UMKM khususnya yang ,memiliki toko kelontong agar dapat bersaing dalam dunia bisnis pada masa sekarang.

Peneliti melakukan wawancara bersama Bapak Ilham Sujata selaku SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk:

Apa saja syarat dan kriteria yang di butuhkan toko untuk bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*)?

"Syarat untuk bergabung SRC (Sampoerna Retail Community) pada awal harus melakukan painting. Sekarang staratnya wajib memakai aplikasi ayo SRC sehingga wajib berbelanja aplikasi. Pada aplikasi terdapat misi-misi yang harus di kerjakan untuk bergabung SRC (Sampoerna Retail Community) contohnya menurunkan gantungan untuk mengarahkan toko tradisional menjadi toko modern untuk membangun brand image".

Apa saja program yang dibentuk oleh SRC (*Sampoerna Retail Community*)?

"Program-program yang terdapat yaitu memudahkan dalam berbelanja melalui aplikasi. Adanya pengecatan toko diberi Rp.500.000, resmi menjadi SRC (Sampoerna Retail Community) yang dimana bertujuan membuat toko kelontong tradisional menjadi toko kelontong masa kini".

Apa keuntungan yang didapat jika bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*)?

"Keuntungan yang didapat koin-koin yang dapat ditukarkan per 3 bulan untuk mendapat potongan belanja. Reward lainnya tergantung program yang sedang berjalan, contohnya apabila dapat menyelesaikan misi akan mendapat tiket jalan-jalan ke pesta retail nasional".¹¹

Adapun Informan lain yang merupakan pemilik toko yang bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*) mengatakan :

Apa saja produk yang ditawarkan SRC (*Sampoerna Retail Community*) kepada toko Bapak?

Informan I : Bapak Zul Mardika (SRC Naufal)

"Rokok, Minuman, Tisu, Sabun"¹²

Informan II : Bapak Faisal (SRC Erlina)

"Rokok, Minuman, Tisu, Sabun"¹³

Informan III : Ibu Wati (SRC Habil)

"Rokok, Minuman, Tisu, Sabun"¹⁴

¹¹ Wawancara dengan Bapak Ilham Sujata , SRC Coach PT. HM Sampoerna Tbk, pada tanggal 06 juli 2022. Pukul 17.00 WIB

¹² Wawancara dengan Bapak Zul Mardiki, Pemilik SRC Naufal, pada tanggal 30 Juni 2022

¹³ Wawancara dengan Bapak Faisal, Pemilik SRC Erlina, pada tanggal 29 Juni 2022.

Keuntungan apa saja yang di dapat toko setelah bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*) ?

Informan I : Bapak Zul Mardika (SRC Naufal)

*“Adanya perbedaan fisik toko dulu dan sekarang setelah di upgrade, toko menjadi panutan masyarakat, toko semakin dikenal yang membuat meningkatnya omset penjualan dan kita menambah persaudaraan melalui ikut paguyuban yang ada”.*¹⁵

Informan II : Bapak Faisal (SRC Erlina)

*“Banyak keuntungan yang didapat bagi pedagang, diawal bergabung dikasih uang untuk cat toko, mendapat poin saat berbelanja agar mendapatkan potongan harga serta hadiah lainnya serta voucher-voucher berhadiah, saat berbelanja harga yang didapat jauh lebih murah.”*¹⁶

Informan III : Ibu Wati (SRC Habil)

*“Terdapat banyak promo belanja, barang yang dijual lebih banyak diminati, mendapat edukasi serta bimbingan dalam mengelola usaha.”*¹⁷

Apa perbedaan yang signifikan terjadi pada toko sebelum dan sesudah bergabung dengan SRC (*Sampoerna Retail Community*)?

Informan I : Bapak Zul Mardiki (SRC Naufal)

“Dulu dalam usaha saya diam saja tidak melakukan peng-upgradean karna kurangnya wawasan. Sekarang setelah bergabung saya upgrade toko sehingga omset yang didapatpun meningkat serta bentuk fisik toko yang dulu dan sekarang pun sangat berubah.”

Informan II : Bapak Faisal (SRC Erlina)

“Tata pengelolaan toko, tata letak barang yang menjadi lebih rapi, bersih serta membangun relasi yang sangat membantu untuk kemajuan toko dari yang sebelumnya.”

Informan III : Ibu Wati (SRC Habil)

*“Tidak terlalu banyak sih, hanya dari segi omset meningkat dan banyaknya relasi dalam perkumpulan untuk membangun usaha yang lebih baik lagi kedepannya.”*¹⁸

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara dengan peneliti, informan menyatakan dengan bergabungnya dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) sangat memiliki banyak program-program yang mendapatkan banyak keuntungan serta perubahan dalam menjalankan suatu usaha dengan syarat mengikuti misi-misi yang ada.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Wati, *Pemilik SRC Habil*, pada tanggal 29 Juni 2022.

¹⁵ Wawancara dengan Bapak Zul Mardiki, *Pemilik SRC Naufal*, pada tanggal 30 Juni 2022

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Faisal, *Pemilik SRC Erlina*, pada tanggal 29 Juni 2022.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Wati, *Pemilik SRC Habil*, pada tanggal 29 Juni 2022

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Wati, *Pemilik SRC Habil*, pada tanggal 29 Juni 2022

3. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong.

Tujuan dalam menjalankan suatu usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan. Untuk memperoleh keuntungan ada jumlah uang yang didapat melalui hasil keseluruhan penjualan barang selama periode tertentu. Omset adalah jumlah uang secara keseluruhan dari penjualan barang tersebut.

Dalam pandangan Islam meningkatkan omset penjualan merupakan bagian dari etika bisnis dalam Islam. Etika bisnis merupakan ilmu yang sangat dibutuhkan bagi para pembisnis maupun pedagang kecil. Dengan memahami ilmu ini seseorang dapat menjauhi segala bentuk bisnis yang melanggar hukum pidana atas perbuatan bisnis yang melanggar etika. Dalam hal ini Al-Qur'an menjadi sumber landasan dalam berbisnis yang memiliki nilai-nilai prinsipal dan dalam mengenali segala perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an. Dalam Al-Qur'an terdapat bentuk-bentuk perilaku berbisnis yang harus dihindari, yakni Al-bathil, Al-fasad dan Azh-zhalim. Dimana ketiga perilaku tersebut dapat menjadi pijakan dalam melihat perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan dalam Islam dan dunia bisnis. Adapun perilaku buruk tersebut adalah:

a. Al-bathil

Dalam Al-Qur'an kata Al-bathil diulang diulang sebanyak 36 kali, dimana kata al-bathil ini berasal dari kata dasar Bathala yang bermakna rusak, tidak berguna dan sia-sia. Al-bathil sendiri memiliki arti yang salah, yang tidak berharga, yang palsu dan yang sia-sia¹⁹. Al-Maraghi menyatakan bahwa Al-bathil berasal dari kata Al-buthlan yang berarti kesia-siaan dan kerugian yang menuntut syara' mengambil harta tanpa pengganti hakiki dan tanpa kehadiran dari pemilik harta yang diambil tersebut²⁰. Penggunaan Al-bathil dalam al-Qur'an terdapat pada At-Taubah (9):34, dimana disebutkan bahwa kebathilan dalam bisnis telah banyak dilakukan dengan cara menghalang-halangi dari jalan Allah, menimbun harta atau tidak mengeluarkan zakat. Disinilah posisi strategisnya etika bisnis, yaitu untuk pengelolaan dan pengembangan harta benda yang jauh dari nilai-nilai kebatilan.

b. Al-fasad

Al-fasad sering diartikan sebagai kerusakan, kebinasaan dan membuat kekacauan di muka bumi. Misalkan dalam surah Hud: 85 ditegaskan bahwa mengurangi timbangan dan takaran merupakan suatu kezaliman, selain itu dalam surah Al-A'raf: 85 atau Al-baqarah: 205 ditegaskan tentang perintah menyempurnakan takaran dan timbangan disandingkan dengan larangan mengadakan kerusakan dan kezaliman. Dari ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa perbuatan yang mengakibatkan kerusakan atau kebinasaan, walaupun kelihatannya sedikit Al-Qur'an akan menganggap itu sebuah kerusakan. Mengurangi hak atas suatu barang (komoditas) yang

¹⁹ Ahmad Warson munawwir. Op.Cit. hal 99-100

²⁰ Mustafa Al-Maraghi, Tafsir Al-Maraghi, Semarang: Toha Putra 1998. Hal 24
Journal of Sharia and Law, Vol. 2, No.1 Januari 2023, h. 175-190

didapat atau diproses dengan menggunakan media takaran atau timbangan dinilai seperti telah membuat kerusakan di muka bumi.

c. Az-zhalim

Az-zulm diambil dari kata zh-l-m yang berarti ketidakadilan, penganiayaan dan lainnya. Dalam Al-Qur'an kandungan kata zhalim sebagai landasan praktek yang berlawanan dengan nilai-nilai etika termasuk dalam mal bisnis. Pemahaman al-bathil, Al-fasad dan az-zalim dihubungkan dengan pengertian hakikat bisnis, dimana suatu landasan mal bisnis adalah segala praktek bisnis yang mengandung unsur kerusakan, kebatilan dan kezalim baik sedikit maupun banyak, baik secara tersembunyi maupun terang-terangan.

Berdasarkan hasil penelitian kepada pemilik toko di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baru timur kota Pekanbaru dalam meningkatkan omset penjualan sudah sesuai dengan perspektif ekonomi syariah. Dengan bergabungnya pada program SRC (*Sampoerna Retail Community*) para pemilik toko dapat meningkatkan omset penjualan dengan sistem kerjasama/perjanjian kerjasama (Syirkah), dimana pihak SRC memberikan wewenang untuk menjual setiap produk yang ditawarkan pada setiap toko kelontong. Dengan begitu dapat dikatakan dengan perjanjian kerjasama (syirkah) ini dapat menuntungkan kedua belah pihak yang bersangkutan.

Ekonomi Islam memandang meningkatkan omset penjualan dapat meningkat ketika toko kelontong tersebut memiliki hak cipta dalam berbisnis, seperti merk produk, logo atau papan nama toko, brosur atau tanda pengenal yang berciri khas dari usahanya. Hak cipta dalam khazanah hukum Islam disebut sebagai Haqqul ihtikar yaitu sebuah karya yang berasal dari hasil pemikiran yang dapat menjadi jalan perkembangan dan kemajuan umat. Dalam kacamata fiqh Islam hasil pikiran dapat dikategorikan sebagai manfaat, bukan sebuah benda. Hal ini dapat dilihat dari hadist yaitu;

"Apabila seorang manusia meninggal dunia, maka terputuslah segala amal perbuatannya, kecuali tiga hal, sedekah jariah, ilmu yang bermanfaat dan anak yang shaleh yang mendoakan orang tuanya". (H.R Ahmad bin Hanbal dari Abu Hurairah, hadits Musnad bin Hanbal).

Adapun dalam meningkatkan omset penjualan dalam etika bisnis dapat dilihat melalui penerapan Marketing 4P yaitu sebagai berikut :

a. Produk

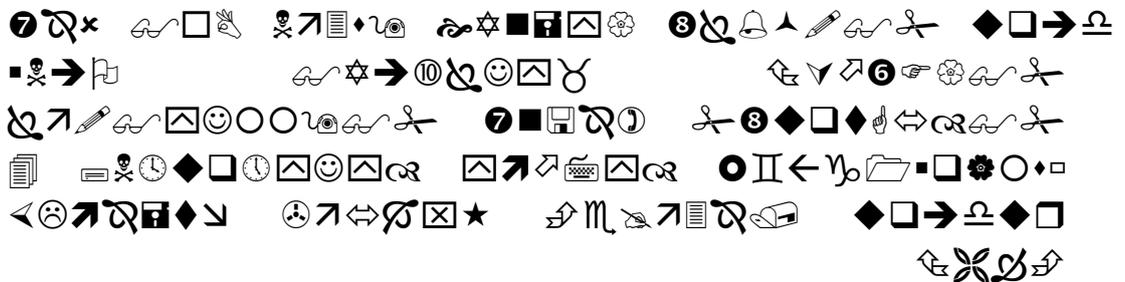
Produk merupakan hal utama yang sangat berperan penting dalam meningkatkan omset penjualan karna tanpa adanya produk tidak ada barang yang dapat di tawarkan.

Pada toko kelontong yang bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) produk yang ditawarkan adalah rokok, air mineral, hand sanitizer, sabun pencuci tangan dan tisu wajah.

Dalam program SRC (*Sampoerna Retail Community*) terdapat produk unggulan yang di tawarkan yaitu produk rokok dengan berbagai jenis dan model sudah banyak tersedia dipasaran. Namun ada beberapa pihak

berpendapat bahwa hukum merokok adalah mubah, makruh bahkan ada yang mengharamkannya.

Ada sebagian kalangan umat islam yang memperbolehkan merokok. Hal ini berlandaskan pada firman Allah SWT dalam Qs. Al-Baqarah:29 yang berbunyi



Artinya : Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju kelangit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia mengetahui segala sesuatu.”

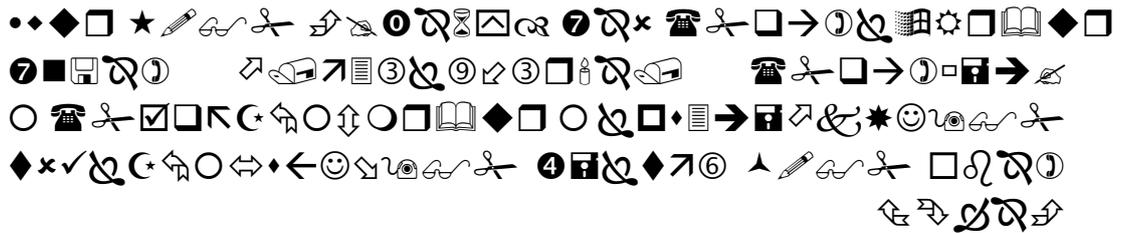
Penggunaan dalil ayat Al-Quran tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa pihak yang menganggap bahwa segala sesuatu yang di ciptakan Allah SWT diperbolehkan untuk digunakan manusia. Tetapi pendapat tersebut tidaklah kuat karna pada kenyataannya mengkonsumsi daging babi dan khamr dilarang dalam Islam. Sedangkan yang dimaksud halal atau diperbolehkan adalah bisa memberikan manfaat kepada manusia dan tidak mendatangkan kerugian pada orang itu sendiri maupun orang lain. Hukum merokok menurut islam diperbolehkan karena rokok sendiri tidaklah membawa mudarat dan rokok tidak menyebabkan seseorang menjadi mabuk.

Namun hukum rokok menurut islam adalah makruh. Hal ini karena rokok bisa membuat mulut dari seseorang yang merokok itu memiliki bau tidak sedap . hal ini disamakan dengan saat mengkonsumsi bawang putih yang juga meninggalkan aroma tidak sedap dimulut. Hukum merokok menurut Islam adalah makruh dengan berlandaskan pada Hadist Nabi yang diriwayatkan oleh Muslim berikut :

Artinya : “Barang siapa yang memakan bawang merah, bawang putih (mentah) dan karats, maka janganlah dia menghampiri masjid kami, karna para malaikat terganggu dengan hal yang mengganggu manusia (bau mulut tidak sedap).” (HR. Muslim. No.564)

Sedangkan Hukum merokok menurut islam dikatakan haram di kaitkan dengan kandungan didalamnya. Rokok dianggap mengandung zat yang sangat berbahaya untuk kesehartan tubuh orang yang menghisapnya. Tidak hanya berbahaya bagi si perokok, asap rokok juga berbahaya bagi orang disekitarnya.

Adapun dalil yang dijadikan landasan tentang haramnya merokok adalah Qs. Al-Baqarah:195



Artinya : “Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) kedalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

Menurut perspektif Islam dalam suatu produk memiliki unsur-unsur prinsip-prinsip yang memiliki beberapa ketentuan diantaranya adalah produk harus sah menurut hukum dan tidak mengganggu dan merugikan kepentingan umum dalam bentuk apapun, produk harus harta benda aktual dari pemilik ,produk harus bisa diserahkan karna penjualan produk tidak sah apabila tidak dapat diserahterimakan, akad penjualan harus menetapkan secara jelas kuantitas dan kualitasnya dan proses produksi harus halal dan baik.

b. Place (Lokasi atau distribusi)

Berdasarkan penelitian untuk meningkatkan omset penjualan, untuk lokasi harus melihat berapa strategisnya letak toko, tetapi di zaman sekarang orang-orang banyak melakukan pembelian melalui aplikasi secara online maka lokasi sudah dapat diasiasi dengan promosi yang lebih kuat. Pada program SRC (*Sampoerna Retail Community*) ini outlet yang ingin bergabung harus memenuhi syarat yaitu salah satunya memiliki bangunan semi permanen dan permanen untuk dapat mengembangkan usahanya.

Dan untuk distribusi pasti hanya akan mempengaruhi harga semakin panjang jalur distribusinya maka harga yang ditawarkan akan lebih tinggi makin pendek artinya jika memesan langsung dari supplier atau mitra pasti harga akan lebih murah.

c. Promotion (promosi)

Promosi untuk meningkatkan omset penjualan dapat dilakukan melalui media sosial dengan cara memberikan diskon dengan syarat-syarat tertentu. Dan berkaitan dengan etika bisnis Islam promosi harus dilakukan dengan jujur tanpa ada unsur penipuan yang ditawarkan oleh toko.

Dalam promosi Islam tidak membenarkan yang dilakukan ada terdapat unsur melebihi-lebihkan kualitas produknya, tidak menggunakan daya tarik seksual, persona emosional, mengintimidasi dan kesaksian-kesaksian palsu, pemberian harapan yang berlebihan dan dalam Islam melarang peniruan wanita-wanita didalam iklan.

d. Price (harga)

Harga dalam meningkatkan omset penjualan yaitu jika berbicara

harga murah belum tentu diminati jika tidak sesuai dengan kualitas yang dicari dan dibutuhkan dan harga yang mahal pun belum tentu menjadi pilihan akhir untuk memenuhi keinginan. Semua tergantung target pasar yang dituju. Jadi memberikan harga agar bisa bersaing tidak harus dengan harga murah. Harga tinggipun jika pengusaha dapat memberikan pelayanan yang baik dan kualitas yang baik maka tidak menutup kemungkinan jika omset penjualan pun meningkat.

Penetapan harga produk dalam Islam harus memperhatikan beberapa ketentuan yang telah di atur dalam Islam, di antaranya adalah tidak ada pasar monopoli, tidak ada penimbunan dan tidak ada manipulasi harga.²¹

Tinjauan Ekonomi Islam dalam meningkatkan omset penjualan sebenarnya tidak terlalu jauh dengan etika bisnis secara umum hanya saja ada beberapa hal yang mungkin dalam etika bisnis itu dianggap sah-sah saja tetapi dari nilai-nilai Islam itu dilarang. Misalnya kalau untuk meningkatkan omset penjualan karna berhubungan dengan Marketing 4P yaitu product, price, place and promotion.

Dalam fiqh muamalah dikenal dengan akhlak dalam berbisnis dan hukum dalam berbisnis. Yang termasuk akhlak adalah sopan, ramah, bersih, rapi dan sebagainya. Sedangkan hukum adalah jujur, adil, tanggung jawab, dan sebagainya. Jadi tinjauan ekonomi Islam terhadap meningkatkan omset penjualan sangat berpengaruh karena jika konsumen nyaman dalam melakukan pembelian maka konsumen akan melakukan pembelian ulang.²²

Berdasarkan pembahasan di atas, hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong yang bergabung dengan program SRC (*Sampoerna Retail Community*) di Jalan tiung ujung kelurahan labuh baruh timur kota pekanbaru adalah toko kelontong tersebut melakukan Marketing 4p dimana product, Price, Place and Promotion sudah berjalan sesuai dengan Syariat Islam.

KESIMPULAN

Penelitian yang berjudul Peran SRC (*Sampoerna Retail Community*) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Di Jalan Tiung Ujung Kelurahan Labuh Baru Timur Kota Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah, dan berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. SRC (*Sampoerna Retail Community*) sangat berperan dalam meningkatkan omset penjualan pada toko kelontong, karena dengan pembinaan serta pendampingan toko kelontong ini jadi memiliki sistem manajemen pengelolaan toko yang baik sehingga dapat meningkatkan daya saing, selain itu para toko kelontong juga mendapatkan kemudahan berbelanja melalui Aplikasi Ayo SRC para toko

²¹ Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam : Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai*.". Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam. Vol.05. No.01,2020. hal. 27-40.

²² Aldayani Samsul, *IMPLEMENTASI NILAI-NILAI ISLAM DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN*, Bone, 2020. hal.48-52.

- kelontong mendapatkan diskon, poin-poin serta hadiah yang didapatkan pada saat berbelanja barang toko.
2. Dalam tinjauan Islam meningkatkan omset penjualan sebenarnya tidak terlalu jauh dengan etika bisnis pada umumnya. Didalam Islam meningkatkan omset penjualan diperbolehkan asalkan cara-cara yang digunakan berlandaskan prinsip-prinsip Al-Quran, hal ini berhubungan dengan etika berbisnis dalam Islam yang bertujuan agar dapat menjaga sistem pengelolaan dan pengembangan usaha atau harta benda yang jauh dari kebatilan, al-fasad dan dzhalim.

REFERENSI

- Adnan Husada Putra. *Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten blora*. Jurnal Analisa Sosiologi, Vol 5(2), 2016, hal. 40-52
- Ahmad Tanzah, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Teras, 2009)
- Aldayani Samsul, *Implementasi Nilai-Nilai Islam Dalam Meningkatkan Omset Penjualan*, (Studi Kasus di Bone, 2020)
- Aldayani Samsul, *IMPLEMENTASI NILAI-NILAI ISLAM DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN*, Bone, 2020. hal.48-52.
- Ferry Dwi Kurniawan, Luluk Fauziah, “*Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*”, Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol 2(2), 2014, hal. 168-169
- Moh Nasuka, *Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam : Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai.*”. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam. Vol.05. No.01,2020. hal. 27-40.
- Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: Toha Putra 1998.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2013)