

BAB V

PEMBAHASAN HASIL TEMUAN PENELITIAN

Setelah mendapat paparan data dari kedua lokasi penelitian yaitu Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya di Mojo-Kediri baik dengan cara observasi, wawancara, maupun dokumentasi peneliti menemukan beberapa temuan sebagaimana yang tertera pada bab sebelumnya yang akan peneliti korelasikan dengan etika bisnis Al-Ghazali disini peneliti menggunakan nilai-nilai etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali mengenai hal-hal yang harus diperhatikan bagi seorang pelaku bisnis dalam membangun bisnis yang Islami.

Sebagaimana norma-norma yang digambarkan oleh Imam Al Ghazali dalam kita '*Ihya Ulum Ad-din*, dimana norma halal dan haram, norma keadilan, norma kejujuran dan norma kebajikan merupakan empat pilar yang harus dijadikan acuan dan diimplementasikan dalam berbisnis. Pemikiran Al Ghazali ini pun sesuai dengan Al qur'an dan hadist, bisnis merupakan bentuk begiatan ekonomis yang di dalamnya terdapat beberapa kegiatan, seperti tukar-menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan keuntungan. Untuk itu berikut implementasi dari strategi *marketing mix* Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam. Disini peneliti akan menguraikan dengan

berpedoman pada teori-teori yang relevan yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu.

A. Implementasi Strategi *Marketing mix* pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya Perspektif Etika Bisnis Islam

1. Implementasi strategi *product* (produk) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Temuan peneliti pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya ini dengan menggunakan beberapa informan utama meliputi manager, wakil manager, dan para karyawan. Dimana dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa strategi *product* (produk) yang diterapkan dengan menyiapkan stok produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta tetap menjaga kualitas yang bagus agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang disediakan di mini market.

Tetapi juga ada beberapa strategi yang lebih difokuskan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu menggunakan strategi *proses positioning* melibatkan ke segmen pasar mana produk tersebut akan disaingkan, misalnya masyarakat mayoritas konsumen muslim maka semua produk yang di tawarkan kebanyakan yang dibutuhkan dan diminati oleh para konsumen muslim dan dengan adanya deferensiasi produk supaya konsumen dapat memilih secara luasa terkait produk yang di inginkan sesuai selera masing-masing.

Serta mengidentifikasi dimensi atribut dan kemasan untuk menentukan seberapa besar pasar dengan mengumpulkan informasi dari

konsumen tentang persepsi mereka terhadap produk dan produk pesaing dengan mengukur seberapa jauh persepsi konsumen terhadap produk.

Sementara perbedaan strategi produk yang dilakukan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya ini terletak pada pengembangan produk untuk produk yang dijual Minimarket Berkah Mandiri lebih lengkap tidak hanya produk keperluan rumah tangga tetapi juga menyediakan produk barang pecah belah, peralatan dapur, dan perlengkapan bayi dan mainan anak-anak.

Sedangkan strategi produk yang ditawarkan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, produk yang diperjual belikan adalah produk yang halal dan persediaan produk sesuai dengan aturan etika bisnis Islam yang berlaku dengan menentukan stok di setiap *outlet*, dapat dilihat dari data penjualan selama seminggu, sebulan dan setahun.

Ini sesuai dengan paradigma bisnis Islami yang telah diterapkan oleh Al-Ghozali seperti teori dari penelitian Niken Agustin yang berjudul, *Implementasi norma-norma etika bisnis syariah pada pamella swalayan di DIY ditinjau dari etika bisnis perspektif AL-Ghazali 2014*. Ada beragam

hal yang harus diperhatikan bagi seorang pelaku bisnis dalam membangun bisnis yang islami yang sesuai dengan norma-norma etika bisnis syariah.¹

Sementara implementasi etika bisnis Islam dalam konteks pemasaran produk yang di terapkan di Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu produk yang dijual merupakan produk yang halal dan thoyyib, produk yang berguna dan dibutuhkan, Produk yang berpotensi ekonomi atau *benefit*, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dalam jumlah yang berskala ekonomi sosial, produk yang dapat memuaskan masyarakat.

Ini sesuai dengan teori penelitian Radiansyah yang berjudul, *pengaruh implementasi Green Marketing Mix terhadap keputusan pembelian mobil LCGC Honda Brio di Bandar Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung 2016*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa LCGC Honda Brio tetap menjaga kualitas produk mereka agar terus bisa bersaing dengan produsen mobil lain dan tetap menjaga keramahan lingkungan dalam pengembangan produk selanjutnya.²

Selain itu implementasi Strategi *Product* (Produk) Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya ini sesuai dengan etika bisnis Islam yang di anjurkan oleh Al-Ghazali dimana Aktifitas bisnis

¹ Niken Agustin, *Implementasi norma-norma etika bisnis syariah pada pamella swalayan di DIY ditinjau dari etika bisnis perspektif AL-Ghazali,....* (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 13.00 WIB.

² Radiansyah, *Pengaruh Implementasi Green Marketing Mix terhadap keputusan pembelian mobil LCGC Honda Brio di Bandar Lampung,.....* (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 12.00 WIB.

harus berlandaskan unsur keadilan, kebaikan, kebajikan dan tidak adanya kedhaliman.

Dimana dalam praktek berbisnis selalu melakukan berbagaimacam tinjauan meliputi tinjauan terhadap barang yang diperjualbelikan kepada konsumen haruslah halal, tinjauan terhadap upaya perusahaan untuk tidak melakukan penipuan (*tadlis*) kualitas barang dan tinjauan terhadap upaya perusahaan tidak menyembunyikan cacat barang kepada konsumen.

2. Implementasi strategi *price* (harga) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Temuan peneliti memberikan petunjuk bahwa implementasi strategi *price* (harga) pada Minimarket Berkah Mandiri yaitu dengan menerapkan strategi dalam konteks harga diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen, *selain itu Minimarket Berkah Mandiri sedikit ingin mencoba untuk mengadopsi konsep membership.*

Dimana minimarket lebih meningkatkan pelayanan untuk member dengan harapan dapat menemukan atau mendapatkan pelanggan yang loyal. Agar lebih menarik konsumen menjadi member, mini market mencoba menggunakan harga khusus member dan umum. Sehingga konsumen dapat mendatangi minimarket seperti layaknya dalam aktivitas jual beli nyata, dalam rangka mendapatkan produk-produk yang diinginkan. Ini disebabkan karena mayoritas mitranya merupakan para

pelaku Usaha Kecil dan Menengah yang membeli dengan harga Grosir, misalnya di daerah sekitar.

Sementara temuan peneliti terkait Implimentasi strategi *price* (harga) di Minimarket Putri Cahaya sangat berbeda dengan Minimarket Berkah Mandiri yaitu Minimarket Putri Cahaya menyesuaikan harga produk dengan harga pasar karena dengan menyesuaikan harga produk dengan harga pasar membuat produk yang dijual di mini market tetap dapat bersaing dengan harga pasar.

Sedangkan persamaan strategi *price* (harga) di Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu selaku penjual menganggap konsumen sebagai teman dengan sikap tolong-menolong dan kejujuran sebagai landasan utamanya. Dengan menjalin persaudaraan dengan konsumen, hubungan jangka panjang akan tercipta secara harmonis. lingkungan sekitar mini market secara tidak langsung sebagai sarana untuk mempromosikan harga yang paling efektif bagi para ibu-ibu rumah tangga pada umumnya dan membuat konsumen semakin mengetahui harga produk yang dijual di Mini Market Putri Cahaya.

Ini merupakan salah satu upaya perusahaan dalam memberikan keadilan sebuah harga disini Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya tidak mengambil keuntungan besar, dimana tujuan utamanya yaitu membantu masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhannya. Dimana dalam etika pemasaran Islami konteks harga beban biaya produksi yang wajar, sebagai alat kompetensi yang sehat, diukur dengan kemampuan

daya beli masyarakat, margin perusahaan yang layak, sebagai alat daya tarik bagi konsumen.

Ini sesuai dengan penelitian Niken Agustin yang berjudul, *Implementasi Norma-Norma etika Bisnis Syari'ah pada Pamela Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif AL-Ghozali 2014*. Hasil penelitian tersebut menyatakan mengenai implementasi norma-norma etika bisnis syariah di Pamela Swalayan dengan menerapkan Norma Etika Bisnis Perspektif Al Ghazali.³

Ini sesuai dengan teori dari penelitian Sumarno, *Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan konsumen untuk menyimpan atau meminjam uang pada KSU Jati Diri Provinsi Jawa Tengah 2006*. Pengaruh variabel marketing mix *product, promotion, place, process and physical evidence* pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menyimpan atau meminjam uang pada KSU Jati Diri Provinsi Jawa Tengah.⁴

Disini peneliti dapat menyimpulkan bahwa dimana pemasaran dalam bisnis Islami yang diterapkan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya sangat mengedepankan adanya konsep ridha dan rahmat, baik dari penjual maupun pembeli dengan demikian aktivitas pemasaran harus di dasari pada etika dalam setiap kegiatan bisnis.

³ *bid.*, (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 13.00 WIB.

⁴ Sumarno, *Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan konsumen untuk menyimpan atau meminjam uang pada KSU Jati Diri Provinsi Jawa Tengah,.....*, (Diterbitkan: untuk umum) Diakses tanggal 02/01/2017 Pukul 11.00 WIB.

Dalam penetapan harga Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya menerapkan prinsip etika bisnis Islam yang berlandaskan kejujuran dan keterbukaan dimana secara jelas memberikan informasi mengenai kenaikan harga, diskon maupun promo produk-produk tertentu. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah saw sangat menganjurkan kejujuran dalam berbaai aktivitas bisnis.

3. Implementasi strategi *promotion* (promosi) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Temuan peneliti memberikan petunjuk bahwa Implementasi strategi *promotion* (promosi) yang diterapkan oleh Mini Market Berkah Mandiri menggunakan strategi promosi dari mulut kemulut, dan menggunakan media promosi melalui reklame yang dipasang di dekat area pasar. Serta tetap menjaga ketersediaan produk selama jangka waktu periode promosi, selain itu juga pemasangan periklanan, dan *publisitas* yang mendorong pembelian barang oleh konsumen. Selain itu Minimarket Berkah Mandiri juga melakukan strategi promosi dengan ransangan (*stimulation*) jangka pendek untuk mendorong pembelian suatu barang berupa kupon hadiah, undian, dan promo produk.

Sementara temuan peneliti terkait implimentasi strategi *promotion* (promosi) pada Mini Market Putri Cahaya tidak jauh berbeda dengan strategi yang digunakan oleh Mini Market Berkah Mandiri serta segala informasi Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yang

terkait dengan produk selalu diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi.

Ini sesuai dengan teori penelitian Radiansyah yang berjudul, *pengaruh implementasi Green Marketing Mix terhadap keputusan pembelian mobil LCGC Honda Brio di Bandar Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung 2016*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa LCGC Honda Brio dengan menggunakan media-media promosi yang sesuai dan tepat agar mereka bisa terus bersaing dengan produsen mobil lain dan tetap menjaga keramahan lingkungan dalam pengembangan produk selanjutnya.⁵

Keberhasilan dalam mempromosikan produk dan jasa oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya tergantung pada kemampuan mengidentifikasi audiens target sesuai segmen pasar, kemampuan menentukan tujuan promosi, kemampuan mengembangkan pesan, kemampuan memilih bauran komunikasi yang tepat. Dalam ajaran Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis Etika pemasaran dalam konteks promosi yang diterapkan meliputi sarana memperkenalkan barang, informasi kegunaan dan kualifikasi barang, sarana daya tarik barang terhadap konsumen, informasi fakta yang ditopang kejujuran.

⁵ Radiansyah, *Pengaruh Implementasi Green Marketing Mix terhadap keputusan pembelian mobil LCGC Honda Brio di Bandar Lampung,.....*. (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 12.00 WIB.

Dalam kerangka Islam etika dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung Al-Qur'an selain itu teladan Rasulullah dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produk perdaganya itulah yang saat ini diterapkan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya. Ini merupakan salah satu upaya mini market untuk tetap mengutamakan melakukan tindakan jujur ketika melakukan promosi sehingga mendapat keberkahan dalam melakukan kegiatan bisnis.

4. Implementasi strategi *place* (tempat atau distribusi) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat peneliti temukan bahwa Implementasi strategi *place* (tempat atau distribusi) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu dengan menentukan sasaran minimarket yang didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran, serta dengan menggunakan fungsi logistik yang meliputi pengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara dan tempat menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang.

Dengan menerapkan standar *pendisplay-an* yang menarik baik dari konsep *First In First Out* dan *Eye Level*, juga membuat konsep *Floor Display* merupakan sebuah cara menarik konsumen untuk membeli produk dengan menata sebuah produk di atas lantai, misalnya menata kardus -

kardus dengan produk tertentu dan disusun menjadi piramida dan lain-lainnya.

Serta menggunakan strategi *place* (proses atau distribusi) yang sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pihak produsen, distributor, agen, penjual eceran dan konsumen lokasi usaha atau *place* dapat diartikan sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.

Lokasi mini market juga menjadi salah satu strategi strategi *place* (tempat atau distribusi) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya karena lokasi minimarket yang strategis dan dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para langganan, dan sering mengurangi biaya distribusi.

Pemilihan lokasi Minimarket Berkah Maniri dan Minimarket Putri Cahaya ditentukan oleh beberapa faktor yang diutamakan seperti kedekatan dengan konsumen, terutama konsumen muslim lebih mengutamakan ka halalan produk dan lokasi yang bersih dan nyaman permintaan lokal (*local demand*), dan permintaan luar (*outside demand*).

Ini sesuai dengan teori penelitian Kadek Dewi Fadmawati yang berjudul *Reformulasi strategi pemasaran untuk meningkatkan Occupancy Room Rate di Hotel Four Seasons Resort Jimbaran Bali, Universitas Udayana Denpasar 2011*. Hasil analisis penelitian tersebut

dapat diketahui bahwa pengembangan pasar (*market development*) dengan menggunakan strategi intensif dengan penetrasi pasar yaitu melakukan pemasaran ke pasar yang lebih luas melalui periklanan yang gencar dan selektif pada media cetak, elektronik, melakukan personal selling (*sales call*), promosi penjualan dan publisitas.⁶

Pelaku bisnis menurut etika bisnis Islam tidak hanya sekadar mengejar keuntungan sebanyak banyaknya, tetapi juga menumbuhkan sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Sementara implementasi proses distribusi sesuai dengan etika bisnis Islam yang dianjurkan oleh Al-Ghazali dimana Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya selalu memperhatikan kecepatan dan ketepatan waktu, keamanan dan keutuhan barang, serta konsumen mendapatkan pelayanan yang cepaat dan tepat.

5. Implementasi strategi *process* (proses) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Temuan peneliti menunjukkan bahwa implementasi strategi *process* (proses) Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu mini market melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan sesuai dengan etika bisnis islam yang berlaku, terus dikembangkan dan ditingkatkan. Selain itu strategi *process* (proses) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya

⁶ Kadek Dewi Fadmawati, *Reformulasi strategi pemasaran untuk meningkatkan Occupancy Room Rate di Hotel Four Seasons Resort Jimbaran Bali,*, (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 02/01/2017 Pukul 11.30 WIB.

selalu mengutamakan kepuasan pembeli dengan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen.

Untuk mengukur seberapa besar pasar produk pesaing, mengukur kombinasi target pasar untuk dapat menempatkan diri dalam pikiran dan sudut pandang konsumen, mutu layanan jasa di Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen meliputi pelayanan yang memuaskan oleh para karyawan berupa tutur kata yang sopan dan santun, seragam bagi karyawan perempuan menggunakan hijab. Serta selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen sesuai dengan etika bisnis Islam yang berlaku.

Ini sesuai dengan teori penelitian Niken Agustin yang berjudul, *Implementasi Norma-Norma etika Bisnis Syari'ah pada Pamela Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif AL-Ghozal 2014*. Dari hasil penelitian tersebut berlandaskan pandangan Al-Ghazali dimana dapat difahami bahwa, etika (akhlak) adalah keadaan batin yang menjadi sumber lahirnya suatu perbuatan dimana perbuatan itu lahir secara spontan, mudah, tanpa menghitung untung rugi.⁷ Orang yang berakhlak baik, ketika menjumpai orang lain yang perlu ditolong maka ia secara spontan menolongnya tanpa sempat memikirkan risiko.

Selain itu strategi *process* (proses) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya selalu mengutamakan kepuasan

⁷ Niken Agustin yang berjudul, *Implementasi Norma-Norma etika Bisnis Syari'ah pada Pamela Swalayan di DIY Ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif AL-Ghozal,....*, (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 13.00 WIB.

pembeli dengan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen. Untuk mengukur seberapa besar pasar produk pesaing, mengukur kombinasi target pasar untuk dapat menempatkan diri dalam pikiran dan sudut pandang konsumen.

Mengenai proses pelayanan yang dilakukan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien, selalu dikembangkan dan ditingkatkan. Seluruh operasional perusahaan dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja dengan tetap mengedepankan aturan etika bisnis Islam yang sesuai.

6. Implementasi strategi *people (orang)* pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat peneliti temukan bahwa implementasi strategi *people (orang)* pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya yaitu dengan terlibatnya semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli, seperti semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

Untuk menjalankan sebuah usaha diperlukan karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi. Hal ini dimaksudkan agar pekerjaan

yang sudah diberikan sesuai dengan keahlian masing-masing karyawan, dapat diselesaikan dengan baik dan memberikan hasil yang maksimal bagi perusahaan sehingga keseluruhan sistem yang berlangsung dalam kegiatan usaha dapat menjadikan kelancaran dalam penyelenggaraan penjualan produk dan jasa serta dapat memberikan kepuasan pada pelanggannya yang sekarang sedang diterapkan oleh Minimarket Berkah Mandiri.

Perbedaan yang dari strategi *people* (orang) yang diterapkan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya terletak pada SDM (Sumber Daya Manusia) dimana karyawan di Minimarket Berkah Mandiri semuanya adalah karyawan perempuan sementara di Minimarket Putri Cahaya karyawan laki-laki dan perempuan karena manajemen pengelolaan diserahkan kepada manager selaku pengelola dan penanggung jawab minimarket untuk itu karyawan laki-laki sangat diperlukan untuk kelancaran usaha mini market.

Sementara implementasi strategi *people* (*Orang*) di Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam yaitu dengan lebih mengutamakan sumber daya manusia yang dimiliki diutamakan dari sisi pengetahuan yang memadai terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen, serta penampilan yang sopan, tata bicara yang santun, penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah yang menunjukkan 3 S (Senyum, Sapa, Salam) serta tetap mengutamakan adanya motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan

penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang di *ekspetasikan*.

Ini sesuai dengan teori penelitian Niken Agustin yang berjudul, *Implementasi norma-norma etika bisnis syariah pada pamella swalayan di DIY ditinjau dari etika bisnis perspektif AL-Ghazali 2014*. Etika bisnis yang digunakan yaitu menggunakan norma-norma etika bisnis ditinjau dari etika bisnis perspektif AL-Ghazali dimana Ada beragam hal yang harus diperhatikan bagi seorang pelaku bisnis dalam membangun bisnis yang islami dimana norma halal dan haram, norma keadilan, norma kejujuran dan norma kebajikan.⁸

Strategi *people* pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya juga selalu memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumen, mengenai pelayanan dilihat dari karakteristik barang yang dijual. Dimana berbagai macam barang memiliki keunikan tertentu, seperti mudah pecah, mudah habis atau harga produk yang relatif mahal ini perlu dilakukan perlakuan khusus bagaimana proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien, selalu terus dikembangkan dan ditingkatkan, serta tetap mengutamakan etika bisnis Islam yang sesuai dengan norma-norma dan aturan yang berlaku secara umum.

⁸ *Ibid*,.... (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 13.00 WIB.

7. Implementasi strategi *physical evidence* (bukti fisik) pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam

Berdasarkan wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dapat peneliti temukan bahwa implementasi strategi *physical evidence* (bukti fisik) pada Minimarket Berkah dan Minimarket Putri Cahaya hampir sama yaitu dengan pelayanan jasa mini market lebih mengarah kepada rasa atau semacam *testimonial* dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa. Minimarket mengutamakan ke halalan produk dan pelayanan yang memuaskan seperti tempat parkir, interior pencahayaan yang terang, serta tata letak lokasi produk yang menyenangkan dan strategis.

Kondisi ruangan yang strategis serta peletakkan produk dan *layout* yang nampak sebagai objek di mini market yang dapat langsung dijangkau oleh para konsumen. Tentu saja peralatan yang gunakan untuk proses pelayanan di kasir seperangkat komputer, kipas angin, AC. pencahayaan dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung.

Strategi *physical evidence* (bukti fisik) yang dilakukan oleh minimarket disatukan dengan servis yang diberikan berupa penampilan *uniforms* (seragam), *packaging* (kemasan) yang menarik, *business cards* (kartu nama) identitas atau nama terang mini market yang jelas sehingga orang akan mudah menemukan lokasi mini market tersebut.

Serta suasana mini market yang menyenangkan sehingga membuat pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ini sesuai dengan prinsip dalam bisnis syari'ah yang slalu mengutamakan kebersihan dan kenyamanan yang pada akhirnya akan mendapatkan kepuasan konsumen tentunya juga akan mencapai keberkahan dalam menjalankan usaha.

Ini juga sesuai dengan teori penelitian Zainuddin Nur yang berjudul *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syari'ah 2016)*. Faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen merupakan variabel pelayanan terutama pelayanan tempat strategi *physical evidence* (bangunan fisik).⁹

Bangunan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat membrikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas *market* khusus dan tetap mengutamakan aturan etika bisnis Islam yang berlaku. Seperti yang di anjurkan oleh Rasulullah tempat yang digunakan untuk berdagang haruslah bersih, rapi dan terhindar dari najis sehingga menimbulkan keberkahan dalam melakukan usaha dan bisa mendapatkan keuntungan yang memuaskan dalam berdagang atau transaksi jual beli.

⁹ Zainuddin Nur, *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syari'ah)*, Program Pascasarjana Universitas Negeri Sumatera Utara Medan 2016. (Diterbitkan : untuk umum) Diakses tanggal 03/02/2017 Pukul 13.00 WIB.

