

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam era globalisasi saat ini tingkat persaingan bisnis antara sesama kompetitor sangatlah tajam dan kompleks, utamanya toko bangunan, maka setiap perusahaan atau toko dituntut harus memperhatikan salah satu aspek yang sangat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bagaimana strategi bisnis yang akan diterapkan dalam sebuah perusahaan. Perkembangan dalam sektor ekonomi yang semakin pesat khususnya di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat, dengan demikian pesatnya laju ekonomi yang ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang ada. Maka dari itu, dalam membangun perusahaan para pengusaha harus mempunyai strategi yang lebih matang dalam menyusun perencanaan dalam perusahaannya. Melihat realita dilapangan perusahaan harus mampu menghadapi dan mengatasi berbagai problem dan tantangan yang dari waktu ke waktu semakin banyak dan sengit, agar tujuan yang sudah di inginkan dapat tetap tercapai yaitu mendapatkan keuntungan yang lebih besar serta meningkatkan penjualan dalam setiap harinya.¹

Kegiatan dalam sektor ekonomi khususnya perdagangan atau bisnis serta pelaku usaha dan konsumen semestinya keduanya sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan yang ingin dicapai untuk kesejahteraan dalam

¹ Nora Anisa Br Sinulingga "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Citramandiri Lestari Medang" *Mantik Penusa* 17, No. 1, 2015: 60.

hidupnya. Pelaku usaha bukan lantas hanya memikirkan tentang bagaimana kinerja dan pendapatan perusahaan tetap stabil dan berkembang akan tetapi pelaku usaha juga harus mampu memiliki rasa tanggung jawab terhadap bawahannya seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, dan lingkungan masyarakat dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan serta nilai-nilai yang mengatur dalam kegiatan bisnis tersebut agar semua elemen yang ada didalamnya mendapatkan keuntungan serta kepuasan hidup dan tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan serta siapa saja yang ikut andil dan berkecimpung dalam perusahaan atau kegiatan bisnis tersebut.²

Dalam suatu usaha atau bisnis strategi merupakan faktor dasar yang sangat penting dalam menentukan laju sebuah perusahaan, yang mana seorang pembisnis harus menentukan perencanaan strategi yang akan diterapkan dalam perusahaan, sehingga tujuan dalam melakukan bisnis atau usaha dapat mensejahterakan dan memakmuran semua pihak. Maka untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan secara garis besar ada empat strategi tingkat bisnis genetik dalam membangun dan mengeksploitasi keunggulan kompetitifnya dalam ruang lingkup partikular, yaitu: kepemimpinan biaya, fokus kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus diferensiasi.³

Strategi sebagai komponen penting dalam perusahaan merupakan formulasi dalam misi dan tujuan organisasi yang mendasar dari sasaran yang ada dan di

² Norvadewi, Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Al-Tijary*, Vol.01, No.1, (Desember 2015): 33.

³ Michael, Et Al. *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi* (Jakarta: Salemba Empat), 160.

rencanakan. Strategi merupakan suatu rencana bersekala besar yang mempunyai tujuan signifikan ke masa depan untuk berintegrasi dengan kondisi persaingan yang semakin ketat demi tercapainya tujuan yang kita inginkan. Strategi perencanaan harus terakomodir secara sistematis dan benar, hal itu juga termasuk didalamnya adalah rencana aksi dalam mencapai tujuan tersebut dengan cara mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-pengaruh kekuatan yang ada di perusahaan kita secara eksplisit.⁴

Kegiatan bisnis dapat dilakukan oleh semua orang dengan menggunakan berbagai cara untuk mengubah sesuatu lebih bernilai dengan mendapatkan keuntungan, semua cara yang dilakukan dianggap halal asalkan masih dalam koridor prinsip dan aturan syara'. Teori barat juga mengatakan bahwa hakikat manusia sebagai makhluk *homo ecominius* yaitu manusia yang dalam hidupnya hanya mementingkan dan mengejar materi saja. Dengan menggunakan modal sekecil mungkin dan ingin mendapatkan hasil yang berlipat dari modal yang kecil diawal. Akan tetapi kegiatan bisnis yang seperti ini hanya mementingkan individual pelaku bisnis saja dan menjadikan pelaku bisnis tidak memikirkan tanggung jawab yang harus dia lakukan kepada konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan. Untuk itu menjadikan bisnis menjadi kegiatan usaha yang baik maka harus di buat aturan-aturan serta prinsip bisnis yang harus di lakukan agar bisnis bisa berjalan dengan baik dan tidak merugikan pihak lain.⁵

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

⁵Ariyadi, *Bisnis Dalam Islam, Jurnal Hadrotul Madaniyah* 5, No. 1, (Juni 2018): 13.

Selain merumuskan strategi bisnis dalam menunjang laju operasional sebuah usaha, sebagai seorang pelaku bisnis muslim tentunya juga harus memperhatikan nilai-nilai dan aturan-aturan yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadis. Dalam Islam telah diatur secara rinci landasan moral untuk menjalankan bisnis, diantaranya: kesadaran bahwa dirinya selalu dipantau oleh Allah SWT. komitmen yang tinggi pada kejujuran, amanah taqwa serta berkompentensi secara sehat sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, saat beliau berniaga.⁶

Al-quran sebagai pedoman hidup bagi umat Islam telah mengatur semua kegiatan manusia dalam berbagai aspek baik dari hal yang besar sampai yang kecil, tidak lain dalam aspek bisnis secara eksplisit, sehingga Alquran mampu mendorong dan memotivasi umat Islam untuk melakukan transaksi bisnis dalam kehidupan. Al-quran mengakui legitimasi bisnis, dan juga secara rinci memaparkan prinsip-prinsip dan aturan-aturan dalam permasalahan bisnis antar individu maupun kelompok.⁷ Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Baqarah, ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaiton lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka itu berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhanNYA, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka

⁶ Maruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 36.

⁷ H. Veithzal Rivai, Et Al., *Islamic Transaction Law In Business* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 1.

*baginya apa yang telah diambil dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.*⁸

Bisnis atau Perdagangan merupakan suatu kegiatan dalam mendapatkan sebuah keuntungan yang legal dan halal. Sedangkan pendapatan yang dihasilkan melalui bisnis yang mengandung riba adalah haram dan tidak diperbolehkan, karena didapatkan tanpa adanya usaha dan kerja. Riba tidak lain merupakan kezaliman dan pengeksploitasian yang dapat merugikan orang lain, Islam mengharamkan segala bentuk perbuatan dan usaha yang keji.⁹ Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat An-nisaa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*¹⁰

Bisnis atau usaha tidak lantas akan mengalami keuntungan dan hasil secara terus menerus pastinya akan ada yang namanya untung dan rugi, dimana pelaku usaha harus pintar dalam mengatur bagaimana strategi yang akan dia lakukan. Suatu usaha yang keuntungannya bisa terbilang besar, akan tetapi tidak terlepas dari yang namanya etika berdagang dalam Islam. Yang mana si penjual dan pembeli masing- masing harus mendapat keuntungan agar bisa mendapatkan

⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang: Asy-Syifa, 2010), h. 36

⁹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Ge ma Insani, 2011), 104.

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, *op.cit.*, 65.

berkah dari Allah SWT. Dan tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Bisnis dalam penjualan bahan-bahan bangunan merupakan salah satu usaha yang banyak di geluti oleh masyarakat yang keberadaannya tersebar di berbagai wilayah di Indonesia baik dari yang berskala kecil sampai yang besar karena dianggap penjualan bahan bangunan merupakan salah satu barang yang dianggap penting keberadaannya untuk masyarakat, dengan demikian pesatnya pelaku usaha dalam bidang penjualan material bangunan menimbulkan persaingan yang ketat antara sesama pengusaha material bangunan. Maka dari itu strategi bisnis merupakan formula yang sangat penting dalam tercapainya misi serta tujuan dalam usaha.

Perkembangan usaha bahan bangunan yang ada di Kabupaten Sampang terus mengalami peningkatan yang signifikan di berbagai wilayah dari perkotaan sampai pedesaan dengan persaingan yang ketat pula baik dari segi produk, harga dan kualitas. Dengan begitu para pelaku usaha harus mempersiapkan strategi yang tepat dalam menunjang perkembangan usahanya. Persaingan tersebut dapat diamati dengan melihat banyaknya produsen yang berlomba dalam menciptakan inovasi pada setiap produk yang dijualnya mulai dari harga, kualitas barang serta pelayanannya.

Toko Bangunan Syafaat merupakan salah satu toko yang menyediakan bahan-bahan bangun yang sudah cukup lama keberadaannya, didirikan oleh Alm. H. Madzkur pada tahun 2008 dan sekarang sudah di dikelola oleh putranya yaitu Bapak Muammar, toko syafaat berada di Jl. Rajawali Sampang bertempat dilokasi yang sangat strategis yaitu di dalam kota dan berada dipinggir jalan raya, dekat

dengan perumahan dan dekat dengan perkantoran. Selain itu di toko syafaat ini juga menawarkan berbagai produk bahan bangunan yang cukup lengkap dengan harga eceran dan grosir yang bervariasi tergantung kualitas dan juga mereknya.¹¹

Persaingan perdagangan di wilayah Sampang khususnya dalam kota yang sangat kuat baik dalam segi harga maupun kualitas barang dan juga pelayanan terhadap konsumen apabila saat ini juga telah dikenal jual beli online di wilayah tersebut, penjualan online lebih menarik bagi masyarakat dikarenakan efektif dan efisien seperti halnya menggunakan via telepon ataupun dengan media online lainnya. Untuk menarik minat pembeli serta supaya kondisi toko dapat semakin maju maka harus menetapkan strategi yang lebih matang dengan melihat kondisi dan situasi masyarakat sekitar, maka perusahaan harus mampu menyesuaikan diri serta menyediakan peralatan dan juga pelayanan yang berkualitas demi perkembangan tokoh.¹²

Persaingan yang meningkat menyebabkan keuntungan akan menurun jika dalam usaha tersebut tidak melakukan inovasi serta terobosan baru untuk menarik minat konsumen. Seperti halnya dampak persaingan antara usaha toko bangunan satu sama lain berakibat kepada toko bangunan Syafaat secara bertahap mengalami penurunan penjualan serta menurunnya pembeli yang ditunjukkan oleh adanya penurunan pendapatan.

Perkembangan usaha yang di lakukan oleh Muammar (selaku pemilik toko) tidak semata mata berjalan dengan sendirinya melainkan dengan melakukan

¹¹ Muammar, Pemilik, *Wawancara Langsung* (10 April 2022)

¹² Ibid.,

beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya walaupun saat ini masih terbilang masih kurang maksimal. Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan usaha yang dilakukan dengan melakukan strategi bisnis agar arah tujuan yang sudah direncanakan bisa terorganisir dengan baik yang mana persaingan bisnis di toko bangunan sangat ketat. Namun di tengah hambatan-hambatan tersebut pengelola bapak Muammar melaksanakan mengembangkan usaha serta menciptakan suasana pelayanan baik untuk tetap menjaga stabilitas penjualan dan pendapatan toko yaitu dengan menerapkan strategi bisnis secara bertahap.¹³

Dari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang strategi bisnis pada toko bangunan syafaat dengan mengangkat judul "**STRATEGI BISNIS DI TOKO BANGUNAN SYAFAAT JALAN RAJAWALI SAMPANG DALAM EKONOMI ISLAM**".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan temuan yang dikemukakan dalam konteks penelitian tersebut, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Strategi Bisnis Di Toko Bangunan Syafaat Jalan Rajawali Sampang?
2. Bagaimana Strategi Bisnis Di Toko Bangunan Syafaat Jalan Rajawali Sampang Dalam Ekonomi Islam?

¹³ Ibid.,

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti dapat menarik tujuan penelitian dalam penyusunan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk Mengetahui Implementasi Strategi Bisnis Di Toko Bangunan Syafaat Jalan Rajawali Sampang
2. Untuk Mengetahui Strategi Bisnis Di Toko Bangunan Syafaat Jalan Rajawali Sampang Dalam Ekonomi Islam

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah atau manfaat yang positif begitu pula dalam penelitian ini. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Diantaranya adalah:

1. Secara Teoretis

Bagi Lembaga Atau Toko Bangunan Syafaat. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata dan sumbangsih sehingga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan teori terbaru terkait bagaimana strategi menunjang perkembangan toko syafaat khususnya dalam ruang lingkup ekonomi Islam.

2. Secara Praktis

Bagi Insitut Agama Islam Madura (IAIN Madura) Ingin turut menyumbangkan ide terhadap kemajuan ilmu ekonomi syariah di perpustakaan khususnya dalam hal pembentukan khasanah keilmuan tentang strategi bisnis di toko bangunan dalam dalam ekonomi Islam.

3. Bagi Penulis

Sebagai perbandingan antara teori-teori yang didapat dibangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lapangan serta menambah pengalaman pengaplikasian dari teori-teori yang telah didapat.

E. Definisi Istilah

Untuk memperjelas permasalahan yang akan dibahas perlu kiranya diberikan batasan-batasan lebih lanjut dalam penelitian ini sehingga dapat memberi pengertian yang lebih tegas dan tepat sesuai dengan judul yang telah peneliti kemukakan yaitu Strategi Bisnis di Toko Bangunan Syafaat Jalan Rajawali Sampang Dalam Ekonomi Islam.

Maka istilah-istilah tersebut perlu dibatasi adalah sebagai berikut:

1. Strategi merupakan perencanaan awal dan mendasar yang bertujuan dan mempunyai kebijakan serta rancangan-rancangan penting untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan, yang di terapkan oleh suatu perusahaan untuk menentukan, dan jenis atau akan menjadi jenis apa perusahaan ini.¹⁴
2. Bisnis merupakan kegiatan pertukarang barang ataupun jasa yang saling menguntungkan yang mempunyai nilai serta memberi manfaat antara dua pelah pihak.¹⁵ Dan dapat dikatan Bisnis adalah sebuah aktivitas masyarakat dalam pertukaran yang dapat meningkatkan nilai tambah

¹⁴ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2011), 358.

¹⁵ Madnasir, *Pengantar Bisnis Dan Manajemen* (Fakultas Syariah Iain Raden Intan Bandar Lampung, 2007), 92.

melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi)¹⁶

3. Ekonomi islam merupakan suatu cabang disiplin ilmu pengetahuan yang menyoroti permasalahan-permasalahan dibidang ekonomi. Tidak jauh beda dengan sistem ekonomi lainnya. Hanya saja dalam sistem ekonomi Islam, berlandaskan terhadap nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist dalam setiap aktifitasnya.¹⁷

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti melihat dan meninjau beberapa karya terdahulu guna membandingkan dalam penelitian. Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut beberapa penelitian terkait dengan strategi bisnis dalam ekonomi Islam, antara lain:

1. Skripsi yang ditulis oleh Mahayanti Fitriandari, I Putu Gede Sukaatmaja dan IG.A Ketut Giantari, dengan berjudul penelitian “Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Buku Gramedia Duta Plaza di Kota Denpasar” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang memadai untuk diterapkan oleh perusahaan dimasa yang akan datang merupakan strategi tunbuh dan berkembang (*growth and build*). Dampak terhadap objek penelitian dimasa mendatang adalah supaya perencanaan yang lebih matang terhadap manajemen strategi menghadapi “perang diskon” yang gencar dilakukan oleh

¹⁶ Muhammad Dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Bpfe 2004), 56.

¹⁷ *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei), Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14.

para kompetitor, memaksimalkan lokasi yang strategis dengan mengoptimalkan space yang terbatas, menciptakan promosi yang kreatif dan inovatif untuk menjawab sistem promosi terpusat dan mengevaluasi sistem pengadaan barang dengan pengadaan produk best seller, dan produk yang dibutuhkan konsumen.¹⁸

2. Skripsi yang di tulis oleh Dian Anggariani dengan judul “Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UKM Tenun dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan)” berdasarkan hasil penelitian ini bisnis yang dilakukan oleh Ridaka tentunya tidak berjalan dengan sendirinya, melainkan melakukan bermacam upaya atau strategi sehingga membuat usaha yang digeluti masih berjalan hingga sekarang. Dengan menggunakan strategi yang berbasis ekonomi syariah.¹⁹
3. Jurnal yang di tulis oleh Jasman dan Rini Agustin dengan judul Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional) berdasarkan hasil penelitian ini adalah strategi promosi ada yang melakukan kecurangan dengan reklame palsu, pedagang secara berlebihan memuji-muji dangannya serta menggunakan kata-kata sumpah di dalamnya. Kemudian berkaitan dengan perspektif ekonomi Islam di pasar tradisional raman utara yaitu ada yang memang sesuai dengan sistem ekonomi Islam dalam hal bertindak jujur dan benar, amanah, dan murah hati. Dan ada juga

¹⁸ Mahayanti Fitriandari, Et Al. “Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Buku Gramedia Duta Plaza Di Kota Denpasar”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Bali, Perustakaan Universitas Udayana*, 2015, 163.

¹⁹ Dian Anggariani, "Analisis Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Ukm Tenun Dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Semarang, 2017)

sebagian yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam seperti mengurangi timbangan, menyembungkan cacatnya barang dan reklame palsu.²⁰

4. Skripsi yang ditulis oleh Reny Maulidia Rahmat dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar” Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa, PT. Koko Jayan Prima Makassar adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang jual beli kendaraan bermotor merk Honda, bengkel resmi sepeda motor Honda, penjualan suku cadang asli Honda.²¹

5. Skripsi yang ditulis oleh Asniar yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Toko Harapan Bangunan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu” berdasarkan hasil penelitian ini strategi pemasarng yang dilakukan di toko Harapan Bangunan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu yakni toko Harapan Bangunan Padang Sappa melakukan bermacam strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen diantaranya dengan memberikan diskon kepada konsumen yang datang, menyediakan barang yang berkualitas, mengucapkan rasa terimakasih kepada pelanggan, menjual material bangunan yang lengkap seperti: semen, besi, keramik, triples, cat, pipa dan alat bangunan lainnya.²²

²⁰ Jasman Dan Rini Agustin, "Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional)", *Jurnal Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Darussalam*, Khozana 1, 1, (Januari, 2018)

²¹ Reny Maulidia Rahmat, Analisis Strategi Pemasaran Pada Pt. Koko Jaya Prima Makassar. Penulis Melakukan Penelitian Ini Pada Pt. Koko Jaya Prima (Skripsi, Makassar, 2012)

²² Asniar, Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Toko Harapan Bangunan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020).

Tabel 1.1**Persamaan dan Perbedaan Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Hayanti Fitriandari (2015), Analisis Strategi Bisnis pada Toko Buku Gramedia Duta Plaza di Kota Denpasar	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas strategi bisnis dalam toko	Objek dan lokasi penelitian
2	Dian Anggariyani, Analisis (2017), Strategi Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UKM Tenun dan Kerajinan Kreatif Ridaka Pekalongan)	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait strategi bisnis dalam Islam	Penelitian terdahulu membahas terkait bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan sedangkan penelitian ini adalah strategi bisnis di Toko bangunan dalam perspektif agama Islam.
3	Jasman dan Rini Agustin (2018), Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional)	Penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait bagaimana strategi bisnis dalam Islam.	Penelitian terdahulu membahas strategi dan mekanisme pasar tradisional sedangkan penelitian ini membahas terkait strategi bisnis Islam di toko bangunan
4	Reny Maulidia Rahmat (2012), Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar	Penelitian ini sama-sama membahas strategi dalam bisnis	Penelitian terdahulu membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan sedangkan penelitian ini membahas strategi bisnis dalam perspekti ekonomi Islam.
5	Asniar (2020), Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Toko Harapan Bangunan Padang Sappa Kecamatan Ponrang Kabupaten Luwu	Penelitian ini sama-sama membahas bagaimana strategi dalam bisnis toko bangunan	Penelitian terdahulu membahas bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen dengan adanya beberapa strategi yang digunakan sedangkan dalam penelitian ini membahas terkait bagaimana strategi bisnis Islam di toko bangunan syafaat.