

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha ritel merupakan rantai perdagangan yang berperan sebagai distribusi yang mampu menghubungkan antara produsen dan konsumen. Ritel adalah rangkaian aktivitas bisnis dengan menambahkan nilai pada barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumsi individu ataupun keluarga.¹ Kegiatan ritel pada masyarakat umumnya berkaitan dengan aktivitas toko yang menjual barang kebutuhan sehari – hari seperti produk sembako (*groceries product*), perawatan tubuh (*personal care product*) dan kebutuhan rumah tangga (*toiletries product*).² Bisnis Ritel saat ini sangat populer di kalangan masyarakat karena produknya variatif, terjangkau dan masyarakat bebas mengambil sendiri produk yang diinginkan. Menurut ketua asosiasi pengusaha ritel Indonesia (Aprindo) Roy N Mandey, perkembangan industri ritel di Indonesia akan menyentuh pertumbuhan dua digit yaitu sekitar 10%.³ terbukti pada bulan juni 2018 jumlah minimarket yang tersebar di Indonesia dengan rincian dari indomart yang sebelumnya pada bulan januari 2018 berjumlah 13. 526 menjadi 15. 526 toko, Alfamart yang meningkat 32 unit menjadi 13. 522 toko, Alfamidi

¹Michael adiwijaya, *8 jurus jitu mengelola bisnis ritel ala Indonesia*, (Jakarta : PT Elex komputindo, 2010), 3

² Ibid., 6

³ Dani mulyana, *Ritel Berkembang*, [www. wartakotalive.com](http://www.wartakotalive.com) diakses pada tanggal 19 juni 2019

dengan kenaikan 59 unit menjadi sebanyak 1.478 toko.⁴ Dari data diatas dapat disimpulkan adanya persaingan ketat yang terjadi dalam usaha ritel. Sehingga, mampu mempengaruhi para pelaku bisnis ritel agar selalu sigap dalam menghadapi para pesaingnya dan harus mampu melakukan strategi yang tepat agar mampu bertahan dalam persaingan tersebut.

Strategi merupakan hal yang paling penting dalam bisnis, karena strategi berbicara tentang perang (*war*) yang fokus utamanya adalah memenangkan perang dengan cara mengalahkan para pesaingnya.⁵ Oleh karena itu, para pelaku usaha ritel harus mampu melakukan strategi melalui inovasi-inovasi yang tepat agar mampu merebut hati masyarakat. Salah satu keunggulan usaha ritel adalah konsumen yang bisa mengambil sendiri produk yang diinginkan,⁶ sehingga sumber daya manusia sangat berperan disini dalam melayani masyarakat untuk menciptakan suasana yang nyaman saat berbelanja. Hal ini merupakan sebuah strategi dengan penekanan pada proses sumber daya manusia sebagai kuncinya,⁷ khususnya bagi para *frontoffice* karena bertemu secara langsung untuk melayani para konsumen.

Dari hal tersebut dapat diketahui, bahwa perlunya strategi yang diterapkan oleh bisnis retail dalam pengelolaan sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan proses perencanaan, pengorganisasian,

⁴Katadata.co.id, *Gerai Alfamart dan Indomaret Masih Ekspansi*, dalam <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2018/10.05/gerai-alfamart-dan-indomaret-masih-ekspansi> diakses pada 25 Mei 2019, pukul 19.37 WIB

⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi, 2015), 5

⁶ Ibid., 5

⁷ Ibid., 6

pengarahan dan pengendalian dalam rangka mencapai tujuan organisasi.⁸ Dengan melakukan pengelolaan sumber daya manusia sesuai dengan unsure- unsure syariah hal ini merupakan bentuk strategi yang digunakan untuk merebut hati masyarakat muslim, khususnya Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Sumber daya insani merupakan pengelolaan SDM bersumber dari Al-Qur'an dan hadits.⁹ Dengan banyaknya masyarakat muslim di Indonesia yang mencapai 260 juta jiwa tahun 2017 dan jumlah penduduk muslim sebanyak kurang lebih 227 atau 87,2 % dari total penduduk.¹⁰ Di dukung dengan kesadaran masyarakat atas kewajiban sebagai hamba Allah SWT agar memilih yang halal, hal tersebut merupakan peluang bagi pelaku usaha ritel dalam membaca pasar. Sehingga, banyaknya bisnis-bisnis ritel yang mempraktekan sistem Islam.

Dengan membangun sumber daya manusia yang menerapkan unsur Islam, maka hal ini merupakan salah satu cara untuk membangun *Islamic branding* dalam masyarakat. sehingga para karyawan dalam melayani konsumen harus sesuai dengan syariat Islam seperti budaya salam, murah hati/sikap ramah melayani, lingkungan kerja yang bersih dan Islami, cara berbusana yang sesuai syariah dan yang harus ada dalam jiwa SDI khususnya adalah kepribadian Islami yaitu akidah, akhlak, pemahaman al-

⁸ Abdur Rohman, *Manajemen Sumber Daya Insani*, (ttp : pustaka radja, t.t)

⁹ Eka Sri Wahyuni, *Telaah Kritis Penerapan Manajemen Sumber Daya Insani pada Perusahaan (Studi Empiris pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Bengkulu)* Jurnal Baabul Ilmi Vol. 2 No. 1 April 2017, ISSN : 2527 - 4163

¹⁰ www.jatim.bps.go.id diakses pada tanggal 22 maret 2019

Qur'an dan *Fikrah* Islami.¹¹ Dalam membangun *branding* islam perilaku dan komunikasi harus sesuai dengan nilai-nilai syariah.¹²

Basmallah merupakan bentuk toko ritel yang menerapkan manajemen sumber daya manusia sesuai dengan unsure syariah. Basmallah merupakan toko ritel yang berasal dari koperasi pondok pesantren Sidogiri di Pasuruan. bagi para santri, keberadaan toko Basmallah adalah untuk menyediakan kebutuhan sehari-hari, juga sebagai tempat belajar kemandirian, kewirausahaan dan pengabdian dan bagi masyarakat umum, kopotren menyediakan keperluan sehari-hari dengan harga yang kompetitif.¹³ walaupun toko ini awalnya hanya diberdayakan untuk santri. Namun sekarang sudah memiliki 300 lebih cabang di seluruh Indonesia. Dengan membawa nama pondok pesantren sidogiri tentunya dalam pengelolaan manajemen sumber daya manusia harus sesuai dengan syariat dalam islam, hal ini terlihat dalam pelayanan pegawai *front liner*. Ketika akan masuk toko Basmallah akan di sambut dengan kalimat salam, dengan atribut seragam memakai sarung dan kopiah menggambarkan bahwa Toko basmallah sangat menjaga unsure santri di dalamnya. Dengan penerapan strategi sumber daya insani yang berbeda dari minimarket lain, hal ini membuat Basmallah di kenal sebagai minimarket syariah oleh masyarakat luas. berangkat dari fakta tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul “ **Analisis Strategi Manajemen Sumber Daya**

¹¹ Abu Fahmi, dkk., *HRD syariah Teori dan Implementasi Sumber Daya Manusia Berbasis Syariah*, (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2014), 152

¹² Dwi Wahyu Pril Ranto, Menciptakan Strategi Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen, *JBMA* – Vol. 1, No. 2, Februari 2013.

¹³ *Sejarah Kopotren Basmallah*, www.bmtugtsidogiri.co.id di akses pada 15 juni 2019

Insani di Kopotren Basmallah dalam Membangun *Branding Syariah*”penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan, menganalisa dan menemukan strategi manajemen Sumber Daya insani Kopotren Basmallah dalam membangun *Branding Syariah*..

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi manajemen Sumber Daya Insani di kopotren basmallah dalam membangun *Branding Syariah*?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi sumber daya insani di kopotren basmallah sehingga mampu membangun branding syariah bagi usaha bisnis ritel.

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini dapat diklarifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain :

1. Bagi akademisi, menambah wawasan terkait dengan strategi sumber daya insane dalam membangun *branding syariah* di usaha ritel. Dan dapat digunakan sebagai rujukan lanjutan, baik dalam diskusi maupun penelitian.

2. Bagi peneliti, dapat menambah khasanah keilmuan mengenai strategi sumber daya insani di kopotren basmallah dalam membangun *branding* syariah. Serta menjadi pendorong bagi peneliti untuk mempertajam dan mengkaji kembali tentang sumber daya insani di usaha ritel dalam membangun *branding* syariah. sehingga mampu memperkaya karya peneliti dalam kepenulisan.

D. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini, antara lain :

1. Skripsi, Nihayatul Chusna dengan judul *Analisis Penerapan Manajemen Sumber Daya Islami dalam Pengelolaan Tenaga Kerja (Studi Kasus Pada Sentra Industri Tas Kendal)*. Dalam penelitiannya dijelaskan salah satu faktor suatu perusahaan bisa berkembang adalah manajemen sumber daya manusia yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai islam. hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen sumber daya Islami dalam proses rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian kinerja dan kompensasi menerapkan unsure-unsur islam di dalamnya seperti perempuan wajib menggunakan hijab, proses seleksi dilakukan secara adil kepada semua calon dan akhlak juga salah satu hal yang sangat diperhatikan dalam proses rekrutmen,

diadakan pengajian dan santunan anak yatim, metode pelatihan dilakukan secara *on the job training* dan *of the job training*.¹⁴

2. Skripsi, Reni Maritasari dengan judul *Pengaruh Penerapan Karakteristik Sumber Daya Insani Terhadap Kinerja Karyawan Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang*. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa kurangnya kualitas pada sumber daya manusia yang belum memiliki pengetahuan tentang bank syariah sehingga berdampak pada kualitas pelayanan pada nasabah dan sumber daya insani menjadi solusinya. Dan hasil penelitian tersebut menunjukkan secara simultan maupun parsial bahwa variabel independen (*shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh*) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja.¹⁵

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

Bab I adalah pendahuluan yang berisi tentang hal dasar dalam penelitian ini yaitu, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan

¹⁴Nihayatul Chusna, *Analisis Penerapan Manajemen Sumber Daya Islami Dalam Pengelolaan Tenaga Kerja*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. (2017)

¹⁵ Reni Maritasari, *Pengaruh Penerapan Karakteristik Sumber Daya Insani Terhadap Kinerja Karyawan Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Raden Fatah Palembang. (2017)

Bab II adalah landasan teori, berisi teori teori yang mampu menjawab permasalahan dalam penelitian ini, diantaranya teori mengenai manajemen, strategi manajemen sumber daya insani dalam membangun branding syariah.

Bab III adalah Metode Penelitian, mencakup mengenai langkah langkah peneliti seperti jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV adalah pembahasan, merupakan bagain ini dalam penelitian ini, bab ini menjelaskan profil Kopotren Basmallah dan bagaimana strategi manajemen sumberdaya insane dalam membangun Branding Syariah.

Bab V merupakan penutup dan berisi tentang kesimpulan dan saran untuk penelitian yang akan datang