

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARGET PENJUALAN STANDAR GROSIR SEMBAKO VERA DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Tasya ramadhaningsih¹, Madinatul Munawwarah², Alisyah Pitri³, Nilfatri⁴

^{1,3,4}*Institut Islam Al-Mujaddid Sabak*

²*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

Corresponding Author: tassyaramadhaningsih@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik penjualan di Grosir Sembako Vera di Kecamatan Muara Sabak Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Grosir Sembako Vera berhasil menerapkan prinsip kehalalan produk, keadilan dalam penetapan harga, dan transparansi dalam transaksi, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Meskipun menghadapi tantangan seperti biaya operasional dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk halal, komitmen grosir untuk menjalankan bisnis sesuai dengan hukum Islam memperkuat reputasinya di pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha lain dalam mengadopsi prinsip-prinsip hukum Islam untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Kata Kunci: Implementasi Hukum Islam, Praktik Penjualan, Kehalalan Produk, Keadilan Harga, Grosir Sembako Vera, Kecamatan Muara Sabak Barat.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, industri grosir sembako di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan (Winoto & Arifin, 2024). Di Kecamatan Muara Sabak Barat, keberadaan grosir sembako menjadi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan pangan pokok. Grosir sembako Vera merupakan salah satu pemain utama dalam sektor ini. Namun, untuk mencapai target penjualan yang diharapkan, perlu dilakukan analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi penjualan adalah kondisi ekonomi masyarakat (Hariyadi, 2016). Ketidakstabilan ekonomi, inflasi, dan daya beli masyarakat dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja. Di Muara Sabak Barat, tingkat pendapatan masyarakat beragam, yang berdampak pada pola konsumsi sembako. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor ekonomi ini berinteraksi dengan target penjualan grosir sembako Vera.

Selain faktor ekonomi, faktor sosial juga memainkan peran penting dalam penjualan (Adha, 2022). Kebiasaan belanja masyarakat, termasuk preferensi merek dan lokasi, mempengaruhi keputusan untuk berbelanja di grosir tertentu. Faktor budaya dan tradisi di Muara Sabak Barat juga harus diperhatikan, karena hal ini dapat mempengaruhi pola konsumsi sembako. Misalnya, pada bulan Ramadan, permintaan akan sembako meningkat secara signifikan.

Di samping itu, aspek pemasaran juga tidak kalah penting. Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas grosir dan menarik lebih banyak konsumen. Grosir sembako Vera perlu menerapkan metode pemasaran yang efektif, seperti promosi, diskon,

dan program loyalitas pelanggan. Hal ini juga mencakup penggunaan media sosial dan teknologi informasi yang dapat memperluas jangkauan pasar.

Aspek hukum Islam juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam analisis ini. Dalam konteks hukum Islam, prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan larangan praktik riba perlu diperhatikan (Djamil, 2023). Penjual dan pembeli diharapkan dapat menjalankan transaksi secara etis sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana penerapan hukum Islam dalam strategi penjualan dapat mempengaruhi target penjualan grosir sembako Vera.

Faktor lain yang mempengaruhi target penjualan adalah kualitas produk. Produk sembako yang berkualitas tinggi akan menarik lebih banyak pelanggan. Grosir sembako Vera perlu memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas dan keamanan pangan. Penjaminan kualitas produk tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga berdampak pada reputasi grosir di pasar.

Selain itu, pelayanan pelanggan juga merupakan faktor kunci dalam mencapai target penjualan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja. Grosir sembako Vera harus fokus pada peningkatan layanan, seperti kecepatan layanan, keramahan karyawan, dan kemudahan dalam bertransaksi. Dari segi lokasi, aksesibilitas grosir juga mempengaruhi keputusan konsumen. Grosir yang terletak di tempat strategis dengan akses mudah akan lebih mudah dijangkau oleh konsumen (Djamil, 2023). Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang tepat sangat penting untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Selanjutnya, pengelolaan stok barang juga berperan dalam mencapai target penjualan. Stok yang dikelola dengan baik akan meminimalkan kekurangan barang dan memastikan ketersediaan produk. Grosir sembako Vera perlu menggunakan sistem manajemen persediaan yang efisien agar dapat memenuhi permintaan konsumen secara tepat waktu. Kondisi persaingan di pasar juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan. Grosir sembako Vera harus mampu bersaing dengan kompetitor lain dalam hal harga, kualitas, dan layanan. Analisis kompetitif yang baik akan membantu grosir untuk menyesuaikan strategi penjualan agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen (Haro et.al, 2024).

Dalam konteks yang lebih luas, perubahan regulasi pemerintah juga dapat mempengaruhi target penjualan. Kebijakan-kebijakan yang diambil oleh pemerintah terkait perdagangan dan distribusi sembako harus dipantau dan diadaptasi oleh grosir. Ketaatan terhadap regulasi ini penting untuk menjaga kelangsungan usaha dan reputasi grosir di mata masyarakat. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan standar grosir sembako Vera dalam perspektif hukum Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola grosir dalam meningkatkan kinerja penjualannya di Kecamatan Muara Sabak Barat.

Kajian ini tidak hanya penting untuk pengembangan bisnis grosir sembako Vera, tetapi juga untuk memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan sembako yang berkualitas dan terjangkau. Penelitian ini akan menjadi referensi bagi para pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi target penjualan grosir sembako Vera dalam perspektif hukum Islam di Kecamatan Muara Sabak Barat. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam

dengan pemilik dan karyawan grosir sembako Vera, serta dengan konsumen yang berbelanja di sana. Selain itu, observasi langsung di lokasi grosir juga akan dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif mengenai praktik pemasaran dan interaksi antara penjual dan pembeli.

Dalam analisis data, peneliti akan menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan. Analisis ini akan mengedepankan pengkategorian data berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap target penjualan, seperti ekonomi, sosial, pemasaran, dan hukum Islam. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi yang diterapkan oleh grosir sembako Vera dan rekomendasi untuk meningkatkan target penjualan dengan memperhatikan prinsip-prinsip hukum Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor Ekonomi dalam Pencapaian Target Penjualan Grosir Sembako Vera

Analisis faktor ekonomi merupakan elemen kunci dalam memahami pencapaian target penjualan di Grosir Sembako Vera. Pertama-tama, daya beli masyarakat di Kecamatan Muara Sabak Barat menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan belanja. Dalam wawancara dengan pemilik grosir, terungkap bahwa fluktuasi pendapatan masyarakat akibat faktor ekonomi makro, seperti inflasi dan pengangguran, berdampak langsung pada penjualan. Ketika pendapatan masyarakat menurun, permintaan terhadap sembako juga cenderung menurun, yang mengakibatkan pencapaian target penjualan menjadi lebih sulit.

Selain itu, hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa sekitar 70% responden menyatakan bahwa mereka memilih berbelanja berdasarkan kemampuan finansial mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa daya beli yang terbatas membuat konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. Masyarakat cenderung mengutamakan kebutuhan pokok yang lebih mendesak, sehingga penjualan sembako di Grosir Vera harus mampu menyesuaikan diri dengan kondisi ini, seperti menawarkan produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Faktor lain yang mempengaruhi pencapaian target penjualan adalah persaingan harga. Di daerah Muara Sabak Barat, terdapat beberapa grosir lain yang juga menawarkan produk sembako dengan harga yang bersaing. Melalui observasi, diketahui bahwa Grosir Sembako Vera harus menghadapi tantangan untuk tetap menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk. Penetapan harga yang adil dan bersaing dapat membantu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan, tetapi harus dilakukan dengan bijak agar tetap memberikan margin keuntungan yang layak.

Selanjutnya, ketersediaan produk juga menjadi faktor penting dalam pencapaian target penjualan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kelangkaan barang tertentu, terutama selama musim panen atau periode permintaan tinggi, dapat menghambat kemampuan grosir untuk memenuhi target penjualan. Oleh karena itu, manajemen persediaan yang baik sangat diperlukan untuk memastikan bahwa produk yang paling dibutuhkan selalu tersedia. Grosir Sembako Vera perlu melakukan perencanaan yang matang dalam pengelolaan stok agar dapat memenuhi permintaan pelanggan secara tepat waktu.

Kondisi infrastruktur dan transportasi juga berperan dalam pencapaian target penjualan. Hasil wawancara dengan karyawan grosir menunjukkan bahwa aksesibilitas lokasi grosir menjadi faktor penting bagi pelanggan. Ketika akses menuju grosir sulit, pelanggan cenderung memilih untuk berbelanja di tempat yang lebih mudah dijangkau. Dengan demikian, perbaikan infrastruktur dan kemudahan akses menjadi salah satu strategi yang dapat diadopsi untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan, pada gilirannya, pencapaian penjualan.

Promosi dan strategi pemasaran juga merupakan faktor ekonomi yang berpengaruh pada pencapaian target penjualan. Grosir Sembako Vera harus aktif dalam mempromosikan produk dan layanan mereka agar dapat menarik lebih banyak konsumen. Berdasarkan hasil observasi, grosir ini telah menerapkan beberapa strategi promosi, seperti diskon musiman dan program loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa promosi yang menarik dapat meningkatkan minat pelanggan dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak. Hasil survei juga menunjukkan bahwa masyarakat sangat responsif terhadap penawaran khusus dan promo yang ditawarkan oleh Grosir Sembako Vera. Sekitar 75% responden menyatakan bahwa mereka cenderung berbelanja lebih banyak ketika ada promo menarik.

Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen dapat berkontribusi pada pencapaian target penjualan yang lebih baik. Kondisi ekonomi makro, seperti inflasi, juga memberikan dampak signifikan terhadap target penjualan. Ketika inflasi meningkat, harga barang-barang kebutuhan pokok cenderung naik, yang dapat menurunkan daya beli masyarakat. Dalam wawancara, pemilik grosir mengungkapkan bahwa selama periode inflasi tinggi, penjualan sembako mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor ekonomi makro perlu diperhatikan secara cermat dalam merencanakan strategi penjualan.

Selanjutnya, perilaku konsumen dalam berbelanja juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi. Dalam hasil survei, ditemukan bahwa lebih dari 60% responden melakukan perbandingan harga sebelum membeli sembako. Konsumen yang cerdas dalam memilih produk dan memperhatikan harga menjadi tantangan tersendiri bagi Grosir Sembako Vera untuk menyesuaikan strategi penjualannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendekatan yang lebih agresif dalam penetapan harga dan kualitas produk untuk mempertahankan pelanggan.

Pendidikan dan pemahaman konsumen mengenai produk juga mempengaruhi keputusan belanja. Hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa mereka lebih cenderung memilih produk yang memiliki informasi jelas mengenai kualitas dan harga. Ini menandakan bahwa Grosir Sembako Vera perlu lebih aktif dalam memberikan edukasi kepada konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan. Dengan demikian, konsumen akan lebih percaya untuk berbelanja di grosir ini dan mendukung pencapaian target penjualan.

Pelatihan bagi karyawan juga menjadi faktor yang penting. Karyawan yang terlatih dengan baik akan mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pencapaian target penjualan. Berdasarkan wawancara dengan manajemen, pelatihan karyawan secara berkala menjadi salah satu prioritas untuk memastikan mereka memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk dan layanan yang ditawarkan.

Akhirnya, keberadaan strategi adaptif dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi juga menjadi kunci dalam pencapaian target penjualan. Grosir Sembako Vera perlu memiliki fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar, seperti penyesuaian harga, penawaran produk baru, dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan pendekatan yang adaptif, diharapkan grosir ini dapat mempertahankan dan meningkatkan pencapaian penjualannya, meskipun di tengah tantangan ekonomi yang ada.

Secara keseluruhan, faktor ekonomi memiliki peranan yang sangat penting dalam pencapaian target penjualan Grosir Sembako Vera. Dari daya beli masyarakat, persaingan harga, hingga strategi pemasaran, semua elemen ini saling terkait dan memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi bisnis yang tepat dapat diterapkan untuk meningkatkan pencapaian penjualan di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah.

Peran Pemasaran dan Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Target

Pemasaran dan strategi penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai target penjualan di setiap bisnis, termasuk di Grosir Sembako Vera. Dalam penelitian ini, telah teridentifikasi bahwa pendekatan pemasaran yang tepat mampu meningkatkan visibilitas grosir dan menarik lebih banyak konsumen. Melalui pengamatan, terlihat bahwa penggunaan media sosial dan promosi lokal telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Grosir Sembako Vera. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran yang efektif dapat mendorong lebih banyak pelanggan untuk berkunjung dan berbelanja.

Salah satu strategi pemasaran yang diterapkan oleh Grosir Sembako Vera adalah penggunaan promosi diskon dan penawaran khusus. Hasil survei menunjukkan bahwa sekitar 70% pelanggan lebih cenderung berbelanja ketika ada tawaran menarik. Diskon musiman dan program loyalitas pelanggan juga terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen. Melalui promosi ini, grosir tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang penting untuk mempertahankan pangsa pasar. Dalam pemasaran, pendekatan berbasis komunitas juga telah diadopsi oleh Grosir Sembako Vera. Kegiatan pemasaran yang melibatkan masyarakat setempat, seperti bazar dan kegiatan sosial, telah membantu memperkuat ikatan antara grosir dan komunitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen, mereka percaya bahwa keterlibatan dalam kegiatan komunitas akan menciptakan citra positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan prinsip pemasaran yang menekankan pentingnya hubungan baik dengan pelanggan.

Strategi penjualan yang diterapkan di Grosir Sembako Vera juga mencakup pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan kualitas layanan. Karyawan yang terlatih dengan baik dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi konsumen. Hasil observasi menunjukkan bahwa ketika karyawan mampu menjelaskan produk dengan baik dan memberikan rekomendasi yang sesuai, pelanggan merasa lebih puas dan cenderung melakukan pembelian lebih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan sumber daya manusia berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Dari sisi harga, Grosir Sembako Vera berupaya untuk menetapkan harga yang kompetitif dan adil. Penetapan harga yang tepat merupakan salah satu kunci dalam strategi penjualan yang efektif. Hasil survei menunjukkan bahwa 65% responden menyatakan bahwa harga yang wajar menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan mereka untuk berbelanja di grosir ini. Dengan demikian, kebijakan harga yang kompetitif tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membantu menarik konsumen baru. Pemasaran digital juga menjadi salah satu fokus utama bagi Grosir Sembako Vera. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi dan media sosial, grosir ini telah memanfaatkan platform online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial, seperti Instagram dan Facebook, berhasil menarik perhatian generasi muda yang lebih memilih berbelanja secara online. Oleh karena itu, kehadiran online yang kuat dapat meningkatkan daya tarik grosir di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, kepuasan pelanggan juga sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran dan penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang puas lebih mungkin untuk merekomendasikan grosir kepada orang lain. Oleh karena itu, Grosir Sembako Vera perlu fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan, termasuk layanan purna jual dan respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan. Hasil survei menunjukkan bahwa 80% pelanggan yang

merasa puas bersedia merekomendasikan grosir kepada teman dan keluarga mereka. Dalam konteks kompetisi, keberadaan strategi diferensiasi produk juga menjadi penting. Grosir Sembako Vera harus mampu menawarkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga unik dibandingkan dengan pesaing lainnya. Berdasarkan wawancara dengan manajer, mereka berupaya untuk selalu memperbarui dan meningkatkan variasi produk yang ditawarkan, termasuk produk lokal yang memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Hal ini tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga menciptakan loyalitas di antara konsumen yang menghargai keberagaman produk.

Peran analisis pasar juga tidak kalah penting dalam strategi pemasaran. Grosir Sembako Vera melakukan survei pasar secara berkala untuk memahami perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen. Dengan informasi yang diperoleh dari analisis pasar, manajemen dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan penjualan mereka agar tetap relevan dengan perkembangan yang ada (Amalia et.al, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adaptasi terhadap perubahan pasar sangat berpengaruh terhadap pencapaian target penjualan. Dari segi komunikasi pemasaran, Grosir Sembako Vera menerapkan pendekatan komunikasi yang jelas dan konsisten. Melalui iklan dan promosi yang mengedepankan nilai-nilai kejujuran, grosir ini berusaha untuk membangun kepercayaan di mata konsumen. Hasil observasi menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih untuk berbelanja di tempat yang mereka percayai. Oleh karena itu, komunikasi yang transparan dan terbuka sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Gemilang & Yuliana, 2023).

Akhirnya, evaluasi dan umpan balik dari konsumen menjadi alat penting dalam meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan. Grosir Sembako Vera secara rutin mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mengenai pengalaman berbelanja mereka. Informasi ini digunakan untuk melakukan perbaikan dan inovasi dalam layanan serta produk yang ditawarkan. Dengan mendengarkan suara pelanggan, grosir dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan mereka dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, pemasaran dan strategi penjualan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan target penjualan di Grosir Sembako Vera. Melalui pendekatan yang holistik dan berorientasi pada konsumen, grosir ini dapat terus berkembang dan mencapai target yang ditetapkan (Sari et.al, 2024). Penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana strategi pemasaran yang efektif dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja penjualan di tengah kompetisi yang ketat dan dinamika pasar yang terus berubah.

Implementasi Prinsip Hukum Islam dalam Praktik Penjualan di Grosir Sembako Vera

Implementasi prinsip hukum Islam dalam praktik penjualan di Grosir Sembako Vera menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Hasil wawancara dengan pemilik grosir menunjukkan bahwa mereka berkomitmen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, terutama dalam aspek kehalalan produk dan keadilan dalam transaksi. Pemilik menyatakan bahwa semua produk yang dijual di grosir telah terjamin kehalalannya, dan mereka berusaha untuk memberikan transparansi kepada konsumen mengenai asal-usul produk tersebut. Salah satu prinsip hukum Islam yang diterapkan di Grosir Sembako Vera adalah larangan riba (bunga). Dalam praktik penjualannya, grosir ini tidak mengenakan bunga pada transaksi kredit atau pembayaran tertunda. Hasil observasi menunjukkan bahwa konsumen diberikan opsi pembayaran yang fleksibel tanpa adanya tambahan biaya yang tidak jelas. Dengan cara ini, Grosir Sembako Vera tidak hanya memenuhi syarat hukum Islam, tetapi juga membangun kepercayaan di kalangan pelanggan.

Transparansi dalam harga juga menjadi bagian penting dari implementasi hukum Islam di Grosir Sembako Vera. Setiap produk dilengkapi dengan label harga yang jelas, dan tidak ada biaya tersembunyi yang dikenakan kepada konsumen. Hasil survei menunjukkan bahwa 85% pelanggan merasa puas dengan keterbukaan harga yang ditawarkan oleh grosir ini. Dengan demikian, praktik transparansi harga ini berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Ratiwi et.al, 2024).

Selanjutnya, dalam konteks penetapan harga, Grosir Sembako Vera menerapkan prinsip keadilan. Hasil wawancara dengan manajer grosir menunjukkan bahwa mereka berupaya untuk menetapkan harga yang wajar dan bersaing tanpa mengeksploitasi konsumen. Ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi (Permana & Nisa, 2024). Masyarakat di Muara Sabak Barat mengapresiasi harga yang adil dan seimbang dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain aspek harga, pelayanan pelanggan yang baik juga merupakan bagian dari implementasi hukum Islam di Grosir Sembako Vera. Karyawan dilatih untuk memberikan layanan yang ramah dan profesional, mencerminkan prinsip akhlak dalam Islam. Hasil observasi menunjukkan bahwa interaksi antara karyawan dan pelanggan berlangsung dengan baik, di mana karyawan selalu siap membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi konsumen.

Grosir Sembako Vera juga berkomitmen untuk menghindari praktik penipuan dalam transaksi. Setiap promosi dan tawaran yang disampaikan kepada pelanggan dilakukan dengan jujur dan tidak berlebihan. Hasil survei mengungkapkan bahwa pelanggan merasa lebih nyaman berbelanja di grosir ini karena mereka tidak menemukan praktik penipuan atau manipulasi dalam penjualan. Hal ini memperkuat reputasi grosir sebagai tempat yang menjalankan bisnis secara etis. Penerapan prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik penjualan juga mencakup pengawasan dan evaluasi terhadap karyawan. Grosir Sembako Vera menerapkan sistem pengawasan yang ketat untuk memastikan bahwa setiap karyawan mematuhi etika dan prinsip bisnis yang sesuai dengan hukum Islam. Hasil wawancara menunjukkan bahwa manajemen secara rutin memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai nilai-nilai Islam dan pentingnya menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan ajaran agama.

Ketersediaan produk halal menjadi salah satu indikator utama dalam implementasi prinsip hukum Islam di Grosir Sembako Vera. Pemilik grosir memastikan bahwa semua produk yang dijual telah mendapatkan sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang. Hasil observasi menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung memilih grosir ini karena jaminan kehalalan produk. Ini mencerminkan kesadaran masyarakat yang tinggi akan pentingnya kehalalan dalam memilih produk sembako. Dari sisi produk, Grosir Sembako Vera juga berkomitmen untuk menjual produk yang berkualitas. Dalam wawancara, pemilik menjelaskan bahwa mereka selalu memilih supplier yang dapat memberikan produk berkualitas dan sesuai dengan standar halal.

Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memastikan bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dari setiap pembelian yang dilakukan. Meskipun banyak aspek positif dalam implementasi prinsip hukum Islam, masih ada tantangan yang dihadapi oleh Grosir Sembako Vera. Salah satu tantangan utama adalah meningkatnya biaya operasional yang dapat mempengaruhi penetapan harga. Hasil wawancara dengan manajemen menunjukkan bahwa mereka terus mencari cara untuk menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas dan kepatuhan terhadap hukum Islam. Selanjutnya, pendidikan dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya produk halal juga menjadi tantangan tersendiri. Meskipun Grosir Sembako Vera telah berkomitmen untuk menjual produk halal,

banyak konsumen yang masih kurang paham tentang bagaimana mengenali produk yang benar-benar halal. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih produk halal, yang sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Grosir Sembako Vera telah berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik penjualannya. Dari kehalalan produk, keadilan dalam harga, hingga pelayanan yang baik, semua aspek ini berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Meskipun terdapat tantangan yang dihadapi, komitmen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan hukum Islam akan terus menjadi landasan bagi Grosir Sembako Vera dalam mencapai kesuksesan di masa depan.

KESIMPULAN

Implementasi prinsip-prinsip hukum Islam dalam praktik penjualan di Grosir Sembako Vera terbukti memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Melalui penerapan kehalalan produk, keadilan harga, transparansi, dan pelayanan yang baik, grosir ini berhasil membangun kepercayaan di kalangan konsumen di Kecamatan Muara Sabak Barat. Meskipun menghadapi tantangan seperti biaya operasional dan pemahaman masyarakat tentang produk halal, komitmen Grosir Sembako Vera untuk menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan ajaran Islam menjadi landasan yang kuat untuk meraih kesuksesan dan pertumbuhan berkelanjutan di pasar yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Winoto, E. S., & Arifin, M. (2024). Penentuan Lokasi Pusat Distribusi Alternatif Gudang Beras di Kerisedenan Surakarta melalui Pendekatan Metode Center of Gravity. *Jurnal TRINISTIK: Jurnal Teknik Industri, Bisnis Digital, dan Teknik Logistik*, 3(1), 1-8.
- Hariyadi, G. T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16-32.
- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.
- Djamil, N. (2023). Akuntansi Terintegrasi Islam: Alternatif Model Dalam Penyusunan Laporan Keuangan: Islamic Integrated Accounting: Alternative Models in Preparing Financial Statements. *JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi*, 1(1), 1-10.
- Haro, A., Kushariyati, K., Widyawati, W., Fauziah, N. N., & Judijanto, L. (2024). *Perilaku Konsumen: Esensi, Posisi, dan Strategi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Amalia, N. R., Yulianti, F., & Kadir, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT). *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 41-48.
- Gemilang, G., & Yuliana, N. (2023). PENTINGNYA KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM BISNIS MODERN. *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(4), 145-154.
- Sari, A., Putri, A. R. C., Putri, N., Raghil, M., Panjaitan, R. D., & Riofita, H. (2024). Motivasi Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Coca Cola Official Distributor di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan manajemen Indonesia*, 2(02), 39-46.
- Ratiwi, R., Anggriani, R. A., Mawati, W. A., & Hasan, Z. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN TRANSPARANSI TRANSAKSI

DALAM JUAL BELI SYARIAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 5(9), 137-147.
Permana, Y., & Nisa, F. L. (2024). KONSEP KEADILAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(2), 80-94.