



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA  
KOPERASI SYARIAH KAFFAH AMANAH  
NADIMPU GERAJ 212 MART  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program  
Studi Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**ARIF NALDI  
NIM :16 402 00099**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2021**



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA  
KOPERASI SYARIAH KAFAH AMANAH NADIMPU  
GERAI 212 MART  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program  
Studi Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**ARIF NALDI  
NIM: 16 402 00099**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2021**



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA  
KOPERASI SYARIAH KAFFAH AMANAH  
NADIMPU GERAJ 212 MART  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program  
Studi Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**ARIF NALDI**  
NIM: 16 402 00099

**PEMBIMBING I**

**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M**  
NIP. 197907202011011011005

**PEMBIMBING II**

**Sry Lestari, M.E.I**  
NIP. 198905052019032008

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2021**

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **ARIF NALDI**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 Juni 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
DI-  
Padangsidimpuan

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ARIF NALDI** yang berjudul "**Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan**".

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

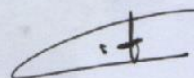
**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**PEMBIMBING I**



**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M**  
NIP. 19790720 201101 1 005

**PEMBIMBING II**



**Sry Lestari M.E.I**  
NIP.198905052019032008

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ARIF NALDI  
NIM : 1640200099  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 4 Juni 2021

atakan,  
  
  
**ARIF NALDI**  
NIM: 1640200099

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ARIF NALDI**  
NIM : 1640200099  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan

Pada tanggal, 4 Juni 2021

Yang menyatakan,



**ARIF NALDI**  
NIM: 1640200099



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : ARIF NALDI  
**NIM** : 16 402 00099  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1  
**JUDUL SKRIPSI** : Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah  
Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart  
Padangsidimpuan

**Ketua**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**Sekretaris**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**Anggota**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si..**  
NIP. 19780818 200901 1 015

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**  
NIP. 19830317 201801 2 001

**Adanan Murroh Nasution, M.A**  
NIDN. 2104118301

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 06 Juli 2021  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/68,25(C)  
**Index Prestasi Kumulatif** : 3,26  
**Predikat** : SANGAT MEMUASKAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA  
KOPERASI SYARIAH KAFAH AMANAH  
NADIMPU GERAI 212 MART PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : ARIF NALDI  
NIM : 1640200099**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 10 September 2021  
Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si<sup>k</sup>**  
NIP. 19780818 200901 1 015



## ABSTRAK

**Nama** : Arif Naldi  
**NIM** : 16 402 00099  
**Judul Skripsi** : **Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padangsidimpun belum sepenuhnya mengenal yang namanya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart, tetapi di luar kota Padangsidimpun sudah banyak yang tahu tentang koperasi yang berbasis syariah. Walaupun belum sepenuhnya masyarakat kota Padangsidimpun mengenal yang namanya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun tetapi masih banyak masyarakat yang enggan berbelanja di koperasi tersebut karena kurangnya produk-produk yang di perjualbelikan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan bisnis pada koperasi syariah kaffah amanah nadimpu gerai 212 mart padangsidimpun. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengkaji persoalan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun.

Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder untuk memberikan informasi, fakta dan data tentang strategi Pengembangan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun dengan melakukan wawancara secara langsung kepada 8 orang diantaranya pihak Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun yang menjadi informan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan penerapan strategi dan perkembangan bisnis pada koperasi, sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan penerapan strategi pengembangan bisnis pada koperasi yaitu, membahas tentang pengertian, fungsi, dan tingkatan strategi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi pengembangan bisnis pada koperasi syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun masih kurang berkembang dilihat dari strategi pemasaran yang dilakukan dan minat dari masyarakat untuk berbelanja di Gerai tersebut. Pengembangan yang dilakukan oleh koperasi syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpun dengan terus mengenalkan kepada masyarakat baik secara dan melalui media sosial, peningkatan jumlah anggota dan kekuatan investasi umat muslim.

**Kata Kunci** : **Strategi, Pengembangan, Bisnis, Koperasi**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Pengembangan Bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, M.CL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap M. A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan , M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, M.M selaku pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, M.E.I selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Alm Ayahanda Alfian tercinta dan Ibunda Ismannur, yang tidak pernah lelah menyemangati, memberikan pengorbanan yang

tidak terhingga dan memberikan dukungan moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan demi kesuksesan studi saat ini.

8. Kepada saudara-saudara saya Nirwan, Fandriadi, dan Dahlianur yang telah memberikan dukungan yang luar biasa sehingga saya sampai pada tahap ini.
9. Kepada sahabat-sahabat saya Latif, amri wardana, irham sagala, Reza, dan Suaibahtul Aslamiyah Nst yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi peneliti di kampus IAIN Padangsidimpuan.
10. Teman-teman Ekonomi Syariah 2 Manajemen Bisnis 1 angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata-kata sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun

Padangsidimpuan, Juni 2021

Peneliti,

**ARIF NALDI**  
**NIM.1640200099**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### **4. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.



## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Batasan Istilah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian .....	11
G. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Koperasi .....	14
a. Pengertian Koperasi .....	14
b. Tujuan Koperasi .....	15
c. Macam-macam Koperasi .....	16
d. Fungsi dan Peran Koperasi.....	17
e. Prinsip-Prinsip Koperasi.....	18
f. Perkembangan koperasi di Indonesia .....	19
2. Strategi .....	20
a. Pengertian Strategi .....	21
b. Fungsi Strategi .....	22
c. Tujuan Strategi .....	24
3. Bisnis.....	26
a. Pengertian Bisnis.....	26
b. Manfaat Bisnis .....	28
4. Pengembangan .....	30

a. Pengertian pengembangan .....	30
b. Strategi Pengembangan Koperasi Syariah .....	31
B. Penelitian Terdahulu .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Subjek Penelitian.....	39
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data .....	42
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	45
1. Sejarah berdirinya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.....	46
2. Visi dan Misi Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.....	47
3. Struktur Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.....	49
B. Analisis Data .....	50
1. Reduksi Data ( <i>data Redution</i> ).....	50
2. <i>Penyajian Data (display data)</i> .....	51
3. <i>Conclution and Verifikation</i> .....	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	52
1. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan .....	52
a. Strategi Produk.....	53
b. Strategi Harga .....	55
c. Strategi Tempat .....	57
d. Strategi Promosi .....	58
D. Keterbatasan Penelitian.....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**  
**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	33
--------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	49
-------------------------------------	----

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi ekonomi lahir sejak Nabi Adam dan Siti Hawa di turunkan ke bumi oleh Allah SWT puluhan ribu tahun yang silam, merekalah yang pertama kali melakukan kegiatan ekonomi dengan cara mengambil langsung dari alam (*food gathering*) guna memenuhi kebutuhan hidupnya, terutama hal-hal yang menyangkut sandang, papan, pangan. Setelah turunan nabi adam sudah berkembang banyak, mereka melaksanakan hidup secara berpindah-pindah (nomaden) dalam rangka mencari dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun semakin kompleksnya permasalahan yang mereka hadapi, karena menipisnya sumber daya alam dan bagaimana cara mengelolanya, maka mulai berpikir bagaimana menyelesaikannya.<sup>1</sup>

Globalisasi ekonomi merupakan suatu proses aktivitas ekonomi dan perdagangan, dimana di berbagai Negara di seluruh dunia menjadi kekuatan pasar yang satu semakin terintegrasi tanpa hambatan atau batasan teritorial negara. Globalisasi ini erat kaitannya dengan yang namanya perdagangan bebas. Semenjak adanya era globalisasi ini segalanya sudah menjadi berkembang dan luas, seperti cara produsen untuk memasarkan suatu produknya kepada konsumen.<sup>2</sup>

Dengan hadirnya koperasi syariah mampu meningkatkan ekonomi nasional baik mikro dan bahkan makro, koperasi dapat membantu masyarakat

---

<sup>1</sup>Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012) hlm 1.

<sup>2</sup>Made Restu Handika dan Gede Sri Darma, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram", dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 15, No. 2, April 2018, hlm 194

Indonesia menjadi mandiri, memiliki jiwa entrepreneurship, serta mengembangkan sikap saling tolong menolong.

Koperasi syariah ternyata telah memberikan dampak yang cukup positif terhadap pelaku usaha mikro di tanah air, dalam waktu yang singkat koperasi syariah telah membantu lebih 920 ribu usaha mikro di tanah air dan telah merambah keseluruhan kabupaten di Indonesia. Jenisnya sangat beragam dari koperasi pondok pesantren, koperasi masjid, koperasi perkantoran, hingga koperasi pasar.

Sistem bagi hasil yang dikenalkan masyarakat ternyata cukup mudah diterima dan sesuai dengan budaya bangsa Indonesia yang mengedepankan asas gotong royong dan kejujuran. Terdapat lebih 3020 koperasi syariah yang berkembang dengan berbagai macam-macam ragam kondisi kelembagaannya.

Disisi lainnya kesulitan mengakses perbankan dihadapi oleh usaha mikro, dikarenakan standar kelayakan perbankan yang sulit di penuhi oleh pelaku usaha mikro. Kondisi ini di atasi dengan keberadaan koperasi syariah yang terbiasa dengan usaha yang skala dan transaksi kecil (mikro) serta berada di lokasi yang selama ini sulit tersentuh sepenuhnya oleh jaringan perbankan.

Kenyataannya jumlah koperasi syariah masih sangat sedikit di bandingkan dengan kebutuhan pembiayaan usaha mikro yang mencapai 39,72

Jika usaha dan menyerap 88% tenaga kerja karena itu penumbuhan koperasi merupakan upaya strategi untuk mendongkrak tingkat pertumbuhan ekonomi dan menuntaskan kemiskinan. Pertumbuhan koperasi syariah juga penting dalam rangka meningkatkan keluarga prasejahtera, sehingga bukan sekedar intermediasi finansial, melainkan juga intermediasi sosial.<sup>3</sup>

Koperasi Syariah 212 lahir atas dasar lemahnya kondisi ekonomi umat Islam di Indonesia. Berawal dari aksi 411 disebut dengan “Aksi Bela Al-Qur’an” atau “Aksi Damai 4 November” yang terjadi pada 4 November 2016. Untuk memprotes pernyataan Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama atau yang dikenal sebagai “Ahok” yang dianggap sebagai penistaan terhadap ayat suci al-Qur’an. Aksi selanjutnya terjadi pada tanggal 2 Desember 2016 dan berawal dari aksi 212 pada Desember 2016, inilah Gerakan Nasional Pegawai Patwa (GNPP) Majelis Ulama Indonesia (MUI) menggagas pertemuan Koperasi Syariah 212 yang kemudian meluncurkan secara resmi pendaftaran massal melalui saluran online pada tanggal 20 Januari 2017 di Sentul, Bogor.

Koperasi Syariah 212 telah resmi berdiri sejak 24 Januari 2017, hal ini berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 003136/BH /M.KUKM.2/1/2017 dan Akta No.02 tanggal 10 January 2017. Akta tersebut di sampaikan oleh Notaris Surjadi, SH, MKN, MM serta diterima pada tanggal 19 Januari 2017. Koperasi Syariah 212 ini karena sifatnya berjamaah yaitu (dari umat, oleh umat dan untuk umat) yang ada di

---

<sup>3</sup>U. Adil, *Bisnis Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), hlm. 91-92



seluruh Indonesia. 212 Mart sebagai dari Koperasi Syariah 212 secara resmi di luncurkan pertama kali pada tanggal 10 Mei 2017 Dengan Pertama Beralamat Di JL. KH. Abdulah Bin Nuh, Ruko No. 80 Taman Yasmin Sektor VI Bogor. 212 Mart adalah merek minimarket Koperasi Syariah 212. 212 Mart menjual barang kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti bahan pokok, perlengkapan rumah tangga, dan alat tulis.<sup>4</sup>

Masyarakat kota Padangsidimpuan sudah sepenuhnya mengenal yang namanya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart, tetapi di luar kota Padangsidimpuan masih banyak yang belum tahu tentang koperasi yang berbasis syariah karena hanya 20 persen yang sudah mengenal koperasi syariah tersebut.

Walaupun sudah sepenuhnya masyarakat kota Padangsidimpuan sudah mengenal yang namanya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan tetapi masih banyak masyarakat yang enggan berbelanja di koperasi tersebut karena kurangnya produk-produk yang di perjualbelikan.

Dan kebanyakan masyarakat kota Padangsidimpuan sebagian masyarakatnya hanya mau berbelanja seperti Indomaret dan gerai-gerai lainnya karena di dalamnya banyak menjual sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Mardiyansyah, Strategi Brand Image 212 Mart Jalan Mahakam Lingkar Barat Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Perspektif Manajemen Dakwah, (Skripsi IAIN Bengkulu, 2019), hlm 2-3

<sup>5</sup>Hasil Wawancara dengan Bapak Edi Suswoyo Sebagai Sekretaris di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 5 Desember 2020, Pukul 11:30 Wib

Dalam mencari rezeki banyak cara yang dilakukan salah satunya adalah berdagang atau berniaga. Berdagang atau berniaga merupakan aktivitas ekonomi yang di akui dalam Islam. Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil, namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridha. Proses perkembangan dunia usaha yang semakin pesat sekarang ini menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar ini sebuah organisasi bisnis (perusahaan) dituntut untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat agar dapat beradaptasi terhadap perubahan iklim usaha yang sangat dinamis.<sup>6</sup>

Bisnis adalah pertukaran barang jasa dan atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat pada dasarnya bisnis memiliki makna sebagai "*the buying and selling of goods and service*". Tujuan utama bisnis mencari keuntungan/laba. Laba dapat memotivasi pelaku bisnis untuk berani mengambil resiko menanam modal untuk menjalankan bisnis dan bekerja keras serta mengorbankan waktu untuk memperluas bisnisnya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak di capai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. sedangkan dalam

---

<sup>6</sup>Novi Sry Wahyuni, Strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), hlm. 1

jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk produk yang sudah ada agar tetap eksis.<sup>7</sup>

Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Dengan penekanan upaya kerja sama pada saat itu, maka strategi haruslah dapat menggambarkan arah keputusan yang tepat atau cocok, dan hal ini penting sebagai dasar arah pencapaian suatu maksud dan tujuan organisasi. Di samping itu, strategi haruslah pula dapat menghasilkan sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya berupa pendapatan atau keuntungan, tetapi juga dapat berupa sumber daya yang tidak berwujud atau *intangible*, seperti reputasi, komitmen individu atau karyawan, identitas merek, dan lainnya.<sup>8</sup>

Memperkuat tentang tujuan pemasaran sebagaimana yang telah dikemukakan, maka Arham berpendapat bahwa pada dasarnya memformulasikan tujuan pemasaran Islam merupakan tantangan, namun karena tujuannya baik maka apapun yang dilakukan harus selaras dengan prinsip prinsip hukum Islam.<sup>9</sup>

Sebanyak 80 persen masyarakat muslim yang berada di padangsidempuan sudah sepenuhnya mengenal Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dan sebanyak 20 persen masyarakat non muslim sudah mengenal koperasi tersebut akan tetapi masih

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm 51

<sup>8</sup>Sofjan Assauri, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada 2013) hlm 3.

<sup>9</sup>Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada 2017), hlm 122

banyak juga yang tidak mau berbelanja di koperasi tersebut di karenakan produk yang mereka perjualbelikan masih tidak terlalu banyak.<sup>10</sup>

Globalisasi menjadikan persaingan usaha semakin terbuka lebar koperasi sebagai salah satu pelaku ekonomi harus memiliki keunggulan agar mampu bersaing dengan usaha lainnya. Namun demikian fenomena ini justru diiringi penambahan yang lebih besar jumlah koperasi yang tidak aktif, termasuk diantaranya mati atau tidak berjalan lagi permasalahan klasik yang sering dihadapi koperasi adalah masalah organisasi dan manajerial, permodalan, dan rendahnya kualitas sumber daya manusia yang mengelola, sehingga koperasi dimata masyarakat adalah rendah bila dibanding dengan lembaga ekonomi lain.<sup>11</sup>

Willim F Glueck dalam buku Amirullah mengatakan bahwa Strategi adalah sebagai sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang direncanakan untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Dibagian lain, Willian J.<sup>12</sup> Dengan demikian disimpulkan bahwa yang disebut strategi itu adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang menyeluruh, komperenship, dan terpadu yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan.

---

<sup>10</sup>Hasil Wawancara dengan Bapak Edi Suswoyo Sebagai Sekretaris di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pada tanggal 5 Desember 2020 , Pukul 11:30 WIB

<sup>11</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2011), hlm. 2-6

<sup>12</sup>Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 4

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah Novy Sry Wahyuni yang berjudul, strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu Dalam Perspektif Ekonomi Islam mengatakan bahwa:

Strategi yang dilakukan oleh Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu menerapkan strategi produk dan strategi harga meski masih terdapat kelemahan pada strategi tempat dan strategi promosi kegiatan pemasaran Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu telah sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu nilai ketakwaan yang mereka miliki, adil, berkepribadian yang baik, kerendahan hati dalam melayani konsumen, tidak curang dalam mengenalkan kualitas produk, serta menepati janji.<sup>13</sup>

Dalam skripsi Dedi Suprandi dengan judul Peran Koperasi Syariah Bengkulu Berjamaah dalam Pengembangan Mini Market 212 Mart di Kota Bengkulu mengatakan bahwa:

Bentuk peran yang dilakukan oleh koperasi syariah Bengkulu berjamaah adalah promosi menumbuh kembangkan satu pasar muslim yang dijalankan secara berjamaah, amanah, dan profesional dari setiap anggotanya membantu dalam mengembangkan segala potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat dan setiap anggota koperasi. Sedangkan pengembangan yang dilakukan memperoleh hasil bahwa berusaha untuk terus mengenalkan mini market 212 mart kepada masyarakat baik secara lisan dan melalui sosial media peningkatan jumlah anggota dan kekuatan investasi umat muslim pembentukan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dapat membantu perekonomian masyarakat terutama pada masyarakat muslim.<sup>14</sup>

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menerapkan lebih jauh lagi tentang bisnis pada Koperasi 212 Mart, Maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan”**

---

<sup>13</sup>Novy Sry Wahyuni, Strategi Pemasaran pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), hlm. 1

<sup>14</sup>Dedi Suprandi, Peran Koperasi Syariah Bengkulu Berjamaah Dalam Pengembangan Mini Market 212 Mart Dikota Bengkulu, ( Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu), hlm 1

## B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, penulis memandang perlu adanya batasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini. Adapun batasan penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.

## C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan kata-kata yang terdapat dalam judul penelitian ini, maka perlu di buat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau *objective*). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi luas menjadi satu, terpadu untuk mencari tujuan akhir (sasaran atau *objective*), ini adalah masalah kegiatan operasi organisasi.<sup>15</sup> Strategi dalam penelitian ini adalah cara dan alat yang mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi luas menjadi satu yang digunakan koperasi 212 mart Padangsidimpuan untuk mencapai tujuan akhir.
2. Pengembangan adalah upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pengembangan berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen dipasar. Menciptakan produk tentu saja di dasarkan

---

<sup>15</sup>Abdul Rivai & Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm 9

kepada kebutuhan dan keinginan pasar. Akan sangat berbahaya penciptaan produk tidak didasarkan kepada keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>16</sup> Pengembangan dalam penelitian ini bertujuan untuk memasarkan produk produk yang ada di koperasi 212 mart dengan menyediakan kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari untuk konsumen, seperti kebutuhan untuk mandi, berbagai jenis makanan dan minuman yang halal.

3. Bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba/keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>17</sup> Bisnis dalam penelitian ini adalah kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan penjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.
4. Koperasi syariah adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yaitu al-quran dan as-sunnah dengan saling tolong-menolong (ta'awun) dan saling menguatkan (takafful) koperasi syariah juga sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas

---

<sup>16</sup>Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 47

<sup>17</sup>Dian Masita Dewi dan Anis Wahdi, *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 3

kekeluargaan.<sup>18</sup> Koperasi dalam penelitian ini adalah Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Sejalan dengan latar belakang di atas maka dapat di rumuskan masalah penulis yang penulis kemukakan adalah: bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun yang dapat di ambil dari penelitian ini:

a. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

b. Bagi perusahaan.

Memberikan informasi tentang faktor-faktor mempengaruhi terhadap strategi pengembangan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar mampu menghadapi pesaing yang mencoba merebut konsumen.

c. Bagi mahasiswa dan pembaca

---

<sup>18</sup>U. Adil, *Bisnis Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Mitra Wacana Media. 2017), hlm. 88



Diharapkan bagi peneliti ini dapat digunakan sebagai tambahan dan informasi serta dapat digunakan sebagai acuan landasan untuk penelitian dan untuk penelitian selanjutnya.

d. Bagi pihak lain

Memberikan tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berhubungan dengan manajemen sumber daya manusia dan sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam penulisan proposal ini, untuk mempermudah dan memahami, maka penulis membagi isi skripsi dari V bab (lima bab). Adapun sistematikannya adalah sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan** membahas pendahulu yang meliputi latar belakang masalah yang berisikan tentang hal apa saja yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap judul peneliti. Batasan masalah yaitu membatasi masalah dalam penelitian yang berisikan tentang pertanyaan-pertanyaan mengenai penelitian. Rumusan masalah yang berisikan tentang rumusan-rumusan masalah yang akan dibuat oleh peneliti. Batasan istilah yang berisikan tentang batasan-batasan istilah yang akan dibuat oleh peneliti. Tujuan penelitian yaitu berisikan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian yaitu berisikan mafaat dilakukannya penelitian. Dan sistematika pembahasan yang menerangkan isi dalam setiap bab.

**BAB II Landasan Teori** yaitu berisikan mengenai kumpulan teori terdiri yang digunakan dalam pembuatan karya ilmiah. Dan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang akan membantu dalam penyusunan skripsi serta menjadi referensi peneliti.

**BAB III Metodologi Penelitian** mengenai metodologi penelitian berisikan lokasi dan waktu, jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan pengolahan data, analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

**BAB IV Hasil Penelitian** akan membahas mengenai gambaran objek penelitian, dan deskripsi data penelitian yang berisi tentang bagaimana sebenarnya bagaimana strategi pengembangan bisnis pada koperasi syariah kaffah amanah nadimpu gerai 212 mart padangsidempuan.

**BAB V Penutup** merupakan kesimpulan penelitian yang berisi tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada peneliti, selanjutnya berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Koperasi**

###### **a. Pengertian Koperasi**

Istilah koperasi berasal dari kata (co = bersama, operation = bekerja) yang secara bahasa berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Koperasi adalah perusahaan yang berorientasi pada tercapainya kemandirian pengguna jasa (*user oriented firm*) bukan kumpulan modal seperti halnya badan usaha lainnya yang berorientasi kepada investor (*investor oriented firm*). Koperasi disusun oleh anggota untuk anggota. Pimpinan dalam koperasi disebut pengurus yang dipilih oleh anggota dalam masa jabatan tertentu. Dikatakan bahwa koperasi tumbuh dari golongan lemah, bersatu guna memenuhi kebutuhan bersama. Koperasi lebih banyak bersifat sosial menolong anggota dari pada motif yang mencari untung sebesar-besarnya.

Sekarang ini motif koperasi mulai bergeser dari usaha-usaha yang mementingkan sosial berkala, ke koperasi sebagai unit ekonomi, yang harus memperhitungkan rugi dan laba. Koperasi sebagai salah satu bentuk usaha harus bisa mencari laba, jika koperasinya ingin maju. Tanpa ada laba, maka koperasi tidak akan pernah maju, sebab tidak akan ada gairah anggota jika koperasinya

selalu menderita kerugian. Meskipun modal merupakan unsur penting dalam menjalankan usaha, tetapi modal bukan satu-satunya jalan untuk mencapai tujuan koperasi. Jika koperasi menggunakan cara seperti badan usaha lainnya, maka koperasi akan menghadapi pergulatan tanpa akhir (*never ending struggle*) untuk mencapai tujuannya. Karena bagaimanapun, yang menjadi modal utama koperasi adalah kesediaan anggotanya untuk mengembangkan unit-unit usaha melalui wadah koperasi.<sup>19</sup>

Moh. Hatta dalam bukunya “koperasi membangun dan membangun koperasi” mendefinisikan koperasi sebagai usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong-menolong meskipun definisi yang dikemukakan oleh Moh Hatta sangat bermanfaat dalam menjelaskan hakikat koperas, namun definisi tersebut belum mampu menjelaskan karakteristik secara universal yang mampu membedakan organisasi koperasi dari jenis organisasi lainnya.<sup>20</sup>

#### **b. Tujuan Koperasi**

Tujuan utama koperasi untuk membangun kesejahteraan para anggota koperasi. Artinya ketika ada anggota koperasi yang memiliki usaha yang bergerak dalam bidang produksi maka koperasi produksi atau koperasi produsen memiliki tugas dan fungsi untuk membantu mengembangkan usaha produksinya. Seperti usaha

---

<sup>19</sup>Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 71

<sup>20</sup>Subandi Ekonomi Koperasi (Teori dan Praktik), (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.20

produksi telur bebek, maka koperasi produksi harus membantu mengembangkan usaha produksi telur bebek tersebut menjadi terkenal dan laku di pasar. Sehingga otomatis dengan meningkatnya penjualan telur bebek tersebut akan menyebabkan kesejahteraan anggota koperasi akan mengalami peningkatan. Manfaat jasa koperasi adalah lebih utama bagi anggota bagi laba itu sendiri. Kesemuanya dapat dicapai secara seimbang apabila dalam kegiatannya ada penyatuan unit-unit usaha yang di sumbangkan oleh masing-masing anggota.<sup>21</sup>

### c. **Macam-macam Koperasi**

Koperasi didirikan seirama dengan aneka jenis usaha yang berkembang di tengah kehidupan masyarakat. Orang mendirikan koperasi pada hakekatnya adalah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Karenanya untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan suatu upaya bagaimana memenuhi kebutuhannya secara mudah sesuai dengan bentuk koperasi yang didirikan. Secara umum, mendirikan badan usaha koperasi dapat diwujudkan melalui berbagai macam bentuk, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Koperasi produksi, yaitu koperasi yang kegiatan utamanya bergerak dalam bidang produksi untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang menjadi kebutuhan anggotanya. Pengertian produksi dapat diartikan sebagai usaha untuk menciptakan nilai

---

<sup>21</sup>Irham Fahmi, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 168

ekonomi dari suatu benda yang dibuat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

- 2) Koperasi konsumsi, yaitu koperasi yang khusus menyediakan barang-barang konsumsi untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Sesuai dengan bentuknya, tujuan koperasi ini adalah agar anggota-anggotanya mampu membeli barang kebutuhan yang berkualitas meskipun dengan harga yang terjangkau.<sup>22</sup>

#### **d. Fungsi dan Peran Koperasi**

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum untuk melakukan suatu usaha berdasarkan pada prinsip tertentu sebagai rujukan gerakan ekonomi kerakyatan yang berdasar atas asas kekeluargaan. Sebagai badan hukum yang berpihak pada rakyat, koperasi mempunyai fungsi dan peran penting dalam pembangunan ekonomi. Menurut undang-undang adapun yang menjadi fungsi dan peran koperasi adalah:

- 1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- 2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.

---

<sup>22</sup>Burhanuddin, S, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN-Maliki, 2013), hlm. 16-17

- 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai toko gurunya.
- 4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Fungsi dan peran koperasi untuk mencapai tujuan sebagaimana yang dimaksud, sulit tercapai apabila koperasi yang dijalankan tidak berdasarkan atas asas kekeluargaan serta kegotongroyongan yang mengandung semangat kerja sama. Agar koperasi dapat berfungsi dan memiliki nilai manfaat bagi perkembangan perekonomian nasional, maka koperasi perlu mendapat perhatian dari pemerintah. Untuk mengaktualisasikan komitmen tersebut, pemerintah perlu memberikn kemudahan kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha melalui wadah koperasi. Sebagai wadah usaha, koperasi di harapkan dapat meningkatkan kesejahteraan anggota dan sekaligus menumbuhkan semangat kehidupan demokrasi ekonomi dalam masyarakat.<sup>23</sup>

#### **e. Prinsip- Prinsip Koperasi**

Prinsip-prinsip koperasi adalah pedoman bagi koperasi–koperasi dalam melaksanakan nilai-nilai koperasi dalam praktik sebagai berikut:

---

<sup>23</sup>Ibid., hlm. 22-23

1) Keanggotaan yang sukarela dan terbuka

Koperasi yang bersifat sukarela, terbuka bagi semua orang yang bersedia menggunakan jasa-jasanya dan bersedia menerima tanggung jawab keanggotaan, tanpa membedakan jenis kelamin (*gender*) latar belakang sosial, ras, politik, atau agama.

2) Pengawasan demokratis oleh anggota

Demokratis yang diawasi oleh para anggotanya, yang secara aktif menetapkan kebijakan dan membuat keputusan. Pria dan wanita yang dipilih sebagai wakil anggota bertanggungjawab kepada rapat anggota.

3) Partisipasi anggota dalam kegiatan ekonomi

Para anggota memberikan kontribusi permodalan koperasi secara adil dan melakukan pengawasan secara demokratis (terhadap modal tersebut). Setidak-tidaknya sebagian dari modal itu adalah milik bersama koperasi. Apabila ada, para anggota biasanya menerima kompensasi yang terbatas atas modal yang disyaratkan untuk menjadi anggota.

4) Otonomi dan kemandirian (*Independence*)

Koperasi yang otonom, menolong diri sendiri serta diawasi oleh para anggotanya. Apabila koperasi mengadakan perjanjian dengan organisasi lain, termasuk pemerintah, atau memupuk modal dari sumber luar, koperasi melakukannya berdasarkan



persyaratan yang menjamin pengawas demokratis oleh para anggotanya dan mempertahankan otonomi mereka.

5) Pendidikan, pelatihan, dan penerangan

Kopereasi memberikan pendidikan dan pelatihan bagi para anggota, wakil-wakil anggota yang dipilih oleh rapat anggota serta para manajer dan karyawan, agar mereka dapat melakukan tugasnya lebih efektif bagi perkembangan koperasinya.

6) Kerjasama antar koperasi

Koperasi melayani para anggotanya secara kolektif dan memperkuat gerakan koperasi dengan bekerja sama melalui organisasi koperasi tingkat lokal, nasional, regional, dan internasional.

7) Kepedulian antar masyarakat

Koperasi melakukan kegiatan untuk pengembangan masyarakat sekitarnya secara berkelanjutan, melalui kebijakan-kebijakan yang diputuskan oleh rapat anggota.<sup>24</sup>

#### **f. Perkembangan Koperasi Di Indonesia**

Perkembangan koperasi secara nasional dapat dilihat dari jumlah koperasi dalam unit, jumlah anggota, modal usahanya, sisa hasil usaha, volume usaha, jumlah rapat anggota tahunan, dan penyerapan tenaga kerjanya.

---

<sup>24</sup>Hendrojogi, *Koperasi: Asas-asas, Teori, dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hlm. 46-48

Berdasarkan keadaan tersebut ada beberapa krisis yang di hadapi oleh gerakan koperasi:

- a. Krisis ideologi atau lemahnya cita cita perkoperasian di kalangan gerakan koperasi.
- b. Krisis kepemimpinan yaitu kepemimpinan koperasi tidak dapat dikembangkan sesuai dengan konsepnya, antar lain karena terlalu sedikit orang koperasi yang menjadi pemimpin gerakan koperasi.
- c. Krisis kepercayaan dimana kasus-kasus korupsi dan penyelengan yang terjadi di lingkungan koperasi telah menimbulkan citra yang kurang menguntungkan bagi gerakan koperasi.<sup>25</sup>

## **2. Strategi**

### **a. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* (*stratos* = militer dan *og* = memimpin) yang berarti generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jedral perang dalam membentuk rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam keneah peperangan. Apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, mendefinisikan strategi sebagai suatu cara mencapai tujuan. Menurut Clausewitz , strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang.

---

<sup>25</sup> Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, ( Jakarta: Kelapa Gading Permai, 2011), hlm 53

Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Porter dalam artikelnya yang berjudul *competitive strategy* dalam Harvard Business Review, mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik, sedangkan Arthur A.J, mengatakan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).<sup>26</sup>

#### **b. Fungsi Strategi**

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.

Berikut ini fungsi dari strategi diantaranya:

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud atau visi yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pekerjaannya, untuk siapa dan mengapa hasil kinerja dapat dinilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai

---

<sup>26</sup>Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 11-12

antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, dimana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- 2) Menghubungkan atau mengkaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasikan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- 4) Menghasilkan dan membangkitkan sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber daya dan sumber-sumber lainnya yang diolah atau digunakan dengan dihasilkan sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- 5) Mengkordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- 6) Menanggapi serta beraksi serta keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu, proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan

menggunakan sumber daya serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.<sup>27</sup>

### c. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah keuntungan kompetitif yang dapat dipertahankan, yang dapat muncul dari bagian manapun dari kegiatan organisasi, pasar berperan dalam menilai keuntungan ini, berkaitan dengan merek, strategi merupakan proses dimana tawaran produk atau jasa perusahaan diposisikan dalam benak pelanggan atau menghasilkan persepsi keuntungan. Tujuan strategi dalam bidang ekonomi adalah memikirkan setiap pribadi muslim mendapatkan kebutuhan hidupnya yang bersifat materi, untuk itu, Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, kewajiban, zakat atas harta orang-orang kaya, dan mendistribusikan kembali pada kaum kafir yang terdapat dalam masyarakat.

Secara umum, setidaknya ada dua tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran, sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
- 2) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

---

<sup>27</sup>Sofyan Assauri, *Strategi Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 5-8

- 3) Meninjau ulang kelebihan dan kelemahan serta mencermati peluang dan ancaman bisnis dalam pemasaran.
- 4) Membuat kinerja perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien.
- 5) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika ada perubahan-perubahan dalam pemasaran.<sup>28</sup>

**d. Strategi Tingkat Perusahaan**

Strategi tingkat perusahaan di bagi menjadi beberapa bagian antara lain sebagai berikut:

- 1) Strategi pertumbuhan, yaitu strategi yang dirancang untuk mencapai pertumbuhan dalam penjualan, aktiva, laba atau kombinasi dari semuanya.
- 2) Strategi integrasi, strategi yang menyatuhkan beberapa rentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta secara horizontal ke arah pesaing.
- 3) Strategi diversifikasi, yaitu strategi pertumbuhan dimana perusahaan memperluas operasionalnya dengan berpindah ke industri yang berbeda atau menghasilkan produk yang berbeda atau bervariasi
- 4) Strategi berbenah diri, yaitu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembalikan perusahaan dari kondisi penurunan prestasi ke kondisi berlabar.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>Agni Rizkita, dkk., *Pengantar Manajemen Pemasaran*, ( Yogyakarta: Deepublish 2020) hlm. 24

<sup>29</sup>Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm.7

### **3. Bisnis**

#### **a. Pengertian Bisnis**

Bisnis adalah organisasi yang mengelolah barang dan jasa untuk memperoleh laba. Dari definisi tersebut terkandung dua pengertian dasar mengenai bisnis yaitu pertama sesuatu dikatakan bisnis bila yang diusahakan barang atau jasa dengan kata lain tanpa adanya barang atau jasa suatu usaha tidak dapat dikatakan bisnis. pengertian yang kedua adalah suatu usaha dikatakan bisnis bila usaha tersebut dimaksud untuk memperoleh laba dengan kata lain bila suatu usaha tidak dimaksudkan untuk memperoleh laba maka usaha itu bukanlah bisnis.

Didalam perusahaan, sumber ekonomi di proses menjadi barang dan jasa yang di tunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan sekaligus memuaskan konsumen di suatu sisi dan menciptakan keuntungan di sisi yang lain agar kedua tujuan tersebut terpenuhi maka di peroleh pengelolaan usaha yang baik. selain kemampuan untuk melihat peluang, memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan, dan keinginan manusia, maka dalam bisnis juga diperlukan manajemen agar bisnis mampu mendatangkan laba. Kemampuan memperoleh laba menjadi hal yang mutlak, karena dengan adanya laba maka dapat di jaga kelangsungan usaha

perusahaanlah yang dapat mengantarkan perusahaan menjadi tumbuh dan berkembang.<sup>30</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنجِيكُمْ مِّنْ

عَذَابِ أَلِيمٍ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?”.

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah akan memenangkan agamanya atas semua agama. Kehendak itu di wujudkannya melalui perjuangan kaum beriman, bukan karena dia tidak mampu mewujudkannya sendiri, tetapi karena dia hendak menguji keimanan manusia yakni bersungguh sungguh dari saat ke saat mencurahkan apa yang kamu miliki berupa tenaga pikiran, waktu, dengan harta harta dan jiwa jiwa kamu masing masing di jalan Allah, yang demikian itu, yakni beriman dan berjihad, yang sungguh tinggi nilainya baik buat kamu. Jika kamu mengetahui bahwa hal tersebut baik maka tentulah kamu mengerjakannya. Berdasarkan ayat di atas maka bisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bersifat liberalis atau bebas, tetapi harus mengikuti norma halal.<sup>31</sup>

<sup>30</sup>Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modren*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 4-5

<sup>31</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-misbah*, (Jakarta: Lentera hati, 2002), hlm. 31



**b. Manfaat Bisnis**

Sudah pasti bahwa pendirian suatu bisnis atau proyek akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Di samping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha. Misalnya bagi masyarakat luas, baik yang terlibat langsung dalam proyek maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi perusahaan.

Berikut keuntungan dengan adanya kegiatan bisnis baik bagi perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat, antara lain:

**1) Memperoleh keuntungan**

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalkannya.

**2) Menemukan peluang pekerjaan**

Dengan adanya usaha jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha, adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha dapat membuka

berbagai macam usaha, sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraan.

3) Manfaat ekonomi

Menambah jumlah barang dan jasa. Untuk usaha tertentu misalnya pendirian pabrik tertentu pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Dengan tersedia jumlah barang dan jasa yang lebih banyak, masyarakat punya banyak pilihan, sehingga pada akhirnya yang akan berdampak kepada harga yang cenderung turun kualitas barang sejenis akan lebih meningkat.

4) Tersedia sarana dan prasarana

Bisnis yang akan dijalankan di samping memeberikan manfaat seperti di atas juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat sekitar bisnis yang akan dijalankan. Manfaat yang dirasakan seperti tersediannya sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti jalan, telepon, air, penerangan, pendidikan, rumah sakit, rumah ibadah, sarana olahraga, serta sarana dan prasarana lainnya.

5) Membuka isolasi wilayah

Untuk wilayah tertentu pembukaan suatu usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

6) Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan.

Dengan adanya proyek atau usaha biasanya pekerja yang bekerja di dalam proyek datang dari berbagai suku bangsa. Pertemuan dari berbagai suku akan dapat meningkatkan persatuan. Kemudian dengan adanya proyek di berbagai daerah akan memberikan pemerataan pembangunan diseluruh wilayah.<sup>32</sup>

#### 4. Pengembangan

##### a. Pengertian Pengembangan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pengembangan adalah suatu proses, cara, perbuatan untuk dapat mencapai suatu peningkatan agar mencapai tujuan tertentu.<sup>33</sup>

Menurut istilah pengembangan berarti penyusunan, pelaksanaan, penilaian dan penyempurnaan dalam suatu kegiatan. Menurut Undang-undnag RI Nomor 18 Tahun 2002 pengembangan adlaah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknoligi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan untuk menghasilkan ilmu yang baru.

Pengembangan adalah sebuah upaya yang dilakukan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan baik itu bagi individu maupun

---

<sup>32</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana 2010), hlm. 10-11

<sup>33</sup>Kamus Besar bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014), hlm. 201

sekelompok orang yang dapat dimiliki tatanan kehidupan berdasarkan norma-norma adat istiadat yang ditaati dalam suatu lingkungan.

Maka pengembangan adalah, suatu usaha yang dilakukan dengan terencana, terarah untuk membentuk atau memperbaiki sehingga menjadi sesuatu yang bermanfaat untuk dapat meningkatkan sebuah kualitas yang lebih baik.<sup>34</sup>

#### **b. Strategi Pengembangan Koperasi Syariah**

Strategi adalah cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau objektif). Strategi harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, terpadu, untuk mencapai tujuan akhir, ini adalah masalah kegiatan operasi organisasi.<sup>35</sup>

Koperasi syariah adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Umumnya koperasi termasuk koperasi syariah dikendalikan secara bersama oleh seluruh anggotanya, dimana setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam setiap keputusan yang diambil koperasi. Pembagian untung

---

<sup>34</sup>Sudarsono, *Koperasi dalam Teori*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015), hlm. 1

<sup>35</sup>Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 9

koperasi dihitung berdasarkan adil anggota tersebut dalam koperasi.<sup>36</sup>

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan koperasi yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini adalah Rachma Vita Oktaviana, Agus Suryono, dan Imam Hanafi yang berjudul strategi pengembangan primer koperasi ( studi kasus di primer koperasi produsen tempe dan tahu Indonesia atau PRIMKOPTI bangkit usaha kota malang mengatakan bahwa:

Strategi yang cocok diterapkan PRIMKOPTI bangkit usaha kota malang untuk mengembangkan koperasi menurut matriks swoot yaitu mengembangkan strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan, mengembangkan kemampuan anggota, meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga, dan menerapkan sistem manajemen informasi yang terpadu. Keanggotaan yang bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis sebagai SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing masing anggota, pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, kemandirian, pendidikan, perkoperasian, dan kerja sama antara koperasi.<sup>37</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa koperasi syariah adalah suatu badan yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang dimana dalam koperasi syariah tersebut mampu meningkatkan ekonomi nasional baik itu mikro maupun makro, yang dapat membantu masyarakat Indonesia menjadi mandiri. dan dapat

---

<sup>36</sup>Triana Sofiani, Kontribusi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional, *Jurnal Hukum Islam*, Volume 12, Desember 2015, hlm 136

<sup>37</sup>Rachma Vita Oktaviana, dkk., “Strategi Pengembangan Primer Koperasi (Studi kasus di Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang)”, dalam *Jurnal Administrasi Publik*, Volume 1, No. 2, Juni 2019, hlm. 250

mengembangkan dan meningkatkan persaingan harga dan menerapkan sistem manajemen informasi yang terpadu.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Novi Sry Wahyuni, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019	Strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) Strategi pemasaran gerai 212 mart cabang Bengkulu Jl. MT Haryono 5A Bajak Kota Bengkulu telah menerapkan strategi produk dan strategi harga meski masih terdapat kelemahan pada strategi tempat dan strategi promosi (2) kegiatan pemasaran gerai 212 mart cabang Bengkulu Jl. MT. Haryono 5A Bajak Kota Bengkulu telah sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu nilai ketakwaan yang mereka miliki, adil, berpribadian yang baik, kerendahan hati dalam melayani konsumen, tidak curang dalam mengenalkan kualitas produk, serta menepati janji.
2	Dedi Suprandi, skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu,	Peran koperasi Bengkulu Berjamaah Dalam Pengembangan	Hasil dari penelitian ini adalah bentuk peran yang dilakukan oleh koperasi syariah Bengkulu

	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019	Mini Market 212 Mart Di Kota Bengkulu	Berjamaah adalah (1) promosi (2) menumbuh kembangkan satu pasar muslim yang dijalankan secara berjamaah, amanah, dan profesional dari setiap anggotanya (3) membantu dalam mengembangkan segala potensi-potensi yang dimiliki oleh masyarakat dan setiap anggota koperasi. Sedangkan pengembangan yang dilakukan memperoleh hasil bahwa (1) berusaha untuk terus mengenalkan minimarket 212 mart kepada masyarakat baik secara lisan dan melalui media sosial (2) peningkatan jumlah anggota dan kekuatan investasi umat muslim (3) pembentukan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dapat membantu perekonomian masyarakat terutama pada masyarakat muslim.
3	Tiarana Sofiana, Jurnal Hukum Islam, Volume 12, Desember 2017	Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional	Hasil dari penelitian ini adalah konstruksi norma hukum koperasi syariah melalui pembentukan undang-undang khusus koperasi syariah yang jelas dan tegas serta kepastian hukum mutlak diperlukan, sehingga akan tumbuh pelaku-pelaku ekonomi yang profesional, mandiri dan handal dalam melayani

			anggotanya sesuai dengan prinsip-prinsip koperasi dan prinsip syariah yang seharusnya menjadi landasan dasar bagi lembaga ekonomi rakyat yang berbasis syariah menuju keseimbangan antara kesejahteraan dan keadilan sosial.
4	Rachman Vita Octaviana, dkk., Jurnal Administrasi Public, volume 1. No. 2, 2019	Startegi Pengembangan Primer Koperasi studi di Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang	Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang diterapkan PRIMKOPTI Bangkit Usaha Kota Malang untuk mengembangkan koperasi menurut analisis swot yaitu mengembangkan strategi promosi yang dapat meningkatkan sistem manajemen pengendalian persediaan untuk menghindari persaingan harga, dan menerapkan sistem manajemen informasi yang terpadu.
5.	Made Resta Handika & Gede Sri Darma, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 15, No. 2, April 2018.	Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram	Hasil dari penelitian ini adalah <i>the night Market CoFe Co- Working Space</i> sudah menerapkan <i>marketing mix</i> dengan baik dan sudah memukirkan strategi untuk jangka pendek dan jangka panjang. Tidak hanya menggunakan satu pendekatan, informan mengkombinasikan beberapa pendekatan baik konvensional



			maupun digital. Setelah menjalankan strategi tersebut mulai memanfaatkan influencer untuk lebih meningkatkan penjualan dan mempromosikan <i>The Night Market CoFe Co-Working Space</i> ke kalangan public.
--	--	--	--

Dari penelitian biasanya memiliki perbedaan dan persamaan.

Maka perbedaan dan persamaan penelitian diatas adalah:

- a. Perbedaan penelitian Novi Sry Wahyuni dengan penelitian ini antara lain: Novy Sry Wahyuni mengangkat judul strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Cabang Bengkulu dalam Perspektif Ekonomi Islam sedangkan penelitian ini mengangkat judul Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi 212 Mart Padangsidimpuan, Novy Sry Wahyuni membahas tentang strategi Pemasaran sedangkan penelitian ini membahas tentang Strategi Pengembangan. Adapun persamaannya sama-sama meneliti di 212 mart dan menggunakan marketing Mix
- b. Perbedaan penelitian Dedi Suprandi dengan penelitian ini antara lain: Dedi Suprandi mengangkat judul peran koperasi Bengkulu Berjamaah dalam pengembangan mini market 212 mart di kota Bengkulu sedangkan peneliti mengangkat judul strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Adapaun persamaan sama-sama meneliti di 212 mart.

- c. Perbedaan penelitian Tiarana Sofiani dengan penelitian ini antara lain: mengangkat judul Kontruksi Norma Hukum Koperasi Syariah dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional sedangkan penelitian ini mengangkat judul strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi 212 Mart Padangsidimpuan, Tiarana Sofiani membahas tentang sistem hukum koperasi nasional sedangkan penelitian ini dengan menggunakan *Marketing Mix*. Adapun persamaan sama-sama membahas tentang koperasi syariah.
- d. Perbedaan penelitian Rachman Vita Octaviana & dkk dengan penelitian ini antara lain: Rachman Vita Octaviana, dkk mengangkat judul strategi pengembangan primer koperasi studi di Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang sedangkan penelitian ini mengangkat judul Strategi Pengembangan Bisnis pada Koperasi 212 Mart Padangsidimpuan. Adapun persamaan sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan bisnis.
- e. Perbedaan penelitian Made Resta Handika & Gede Sri Darma dengan penelitian ini antara lain: Made Resta Handika & Gede Sri Darma mengangkat judul Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram sedangkan penelitian ini mengangkat Judul Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerasi 212 Mart Padangsidimpuan. Adapun persamaan sama-sma meneliti tentang straregi bisnis

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada koperasi 212 Mart Padangsidempuan. Sehingga diharapkan dapat memberikan data-data yang lebih valid tentang strategi pengembangan bisnis koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan. Waktu penelitian dilakukan dari Juni 2020 sampai Februari 2021.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Krik Dan Miller menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia beragam manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan, dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.<sup>38</sup>

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif bersifat induktif berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan, metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu suatu data yang mengandung makna.

---

<sup>38</sup>Albi Anggito & Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi, CV Jejak, 2018), hlm. 7-8

### C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi maka dibutuhkan adanya subjek penelitian.<sup>39</sup> Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah anggota yang berinvestasi di koperasi syariah kaffah amanah nadimpu berjumlah 5 orang dan anggota koperasi berjumlah 3 orang.

### D. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian ada dua jenis data yang diperlukan, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan data primer dan data sekunder:

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh dari cerita para pelaku peristiwa itu sendiri, dan atau saksi mata yang mengalami atau mengetahui peristiwa tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primernya adalah pemilik Koperasi 212 Mart, karyawan, dan pelanggan yang datang ke 212 Mart.
- b. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain yang mungkin tidak berhubungan langsung dengan peristiwa tersebut. Sumber sekunder ini dapat berupa para ahli yang mendalami atau mengetahui peristiwa yang dibahas dan dari buku atau catatan yang berkaitan dengan

---

<sup>39</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016), hlm. 88

peristiwa.<sup>40</sup> Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk pengumpulan data yang dibutuhkan dari lapangan penelitian digunakan intrusmen penelitian data sebagai berikut:

- a. Observasi, observasi dilakukan dengan pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan pada peneliti. Observasi ini dipakai peneliti untuk memperoleh keterangan-keterangan terkait Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi 212 Mart Padangsidimpuan.
- b. Wawancara, merupakan situasi peran antar pribadi tertatap muka (*face to face*) yaitu, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan pada peneliti.<sup>41</sup> Wawancara pertama dilaksanakan pada tanggal dengan tujuan untuk menjawab latar belakang masalah penelitian awal, dan dalam hal ini peneliti juga menggunakan recorder yang merekam percakapan selama wawancara langsung. Dan wawancara kedua yang akan dilakukan setelah seminar proposal dengan tujuan wawancara mendalam untuk menjawab rumusan masalah penelitian sesuai dengan yang dicantumkan dalam rumusan masalah ataupun untuk menjawab permasalahan penelitian sesuai dengan yang dicantumkan dalam rumusan masalah. Adapun indikator yang

---

<sup>40</sup>Mohammad Mulyadi, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Jakarta: Publica Institute, 2012), hlm. 102-103

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet ke-21, 2018), hlm. 231

dicantumkan dalam penelitian ini untuk menjawab yang tercantum dalam rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Penerapan strategi dalam meningkatkan jumlah produk di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.
  2. Proses strategi pengembangan di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.
  3. Pelayanan kepada pelanggan yang berbelanja di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan.
  4. Perkembangan jumlah produk sebelum atau sesudah Koperasi itu berjalan.
  5. Kendala yang di alami dalam mengembangkan produk di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan
- c. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa penting yang dilakukan oleh peneliti selama berlangsungnya penelitian, dokumentasi juga merupakan catatan peristiwa penting yang sudah berlalu dapat berbentuk tulisan, data gambar, atau karya dari seseorang. Dokumentasi yang dilakukan pada wawancara pertama yang berlangsung pada tanggal 12 November 2020 adalah dengan menggunakan smartphone dalam dokumentasi seperti foto dan rekaman wawancara. Wawancara kedua setelah seminar proposal akan menggunakan instrument yang sama juga dalam pengambilan dokumentasi yaitu memakai smartphone untuk foto dan rekaman.

## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan pekerjaan yang amat kritis dalam proses penelitian, penelitian harus secara cermat menentukan pola analisis statistik ataupun nonstatistik.<sup>42</sup> Dengan melihat landasan penelitian teoritis, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis pada Koperasi 212 Mart Padangsidempuan.

Tujuan analisis data adalah proses mengatur urusan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar kegiatan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikannya, bertujuan menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substensif.<sup>43</sup>

Aktivitas dalam analisis data yaitu:

- a. Reduksi data (*data reduction*), yaitu pengolahan data mulai dari editing. *Comcluding*, hingga data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilihnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.
- b. Penyajian data (*display data*), hasil reduksi data diorganisasikan sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh.

---

<sup>42</sup>Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 209

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 428

- c. *Conclusion drawing and verification*, pembuatan table atau diagram berbentuk sketsa, synopsis, matriks, ataupun jenis reduksi data yang telah diorganisasikan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan.<sup>44</sup>

## G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teknik yang dikemukakan Lexy J. Moleong.<sup>45</sup>

### 1. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan penelitian bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan. Dalam hal ini, peneliti akan terjun langsung ke lokasi penelitian guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data

### 2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan bertujuan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari kemudian memusatkan dari pada hal-hal tersebut secara rinci. Dalam hal ini, penelitian akan mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara kesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol secara tentative.

---

<sup>44</sup>Aristo Hadi Sutopo Dan Adrianus Arief, *Terampil Mengelolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*, ( Jakarta: kencana, 2010), hlm.7-8

<sup>45</sup>Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 24



### 3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan data tersebut.

### 4. Pemeriksaan Sejawat Melalui Diskusi

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dan rekan-rekan sejawat.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Ibrahim, Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 100-102

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah berdirinya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan**

Aksi yang terjadi pada tahun 2016 yang banyak dikenal dengan nama aksi 212 telah melahirkan bentuk kerjasama umat dalam mengembangkan ekonomi masyarakat, sehingga pada awal tahun 2017 para ulama berkumpul bersepakat bahwa dari hasil aksi tersebut jangan sampai hasilnya sekedar aksi saja tapi ada kontribusi real dari gerakan aksi lebih kurang 7 juta umat tersebut, sehingga para umat bersepakat untuk mengambil satu bagian yaitu untuk membangun ekonomi umat yaitu koperasi syariah. semangat kebangkitan umat terus membaca, koperasi syariah 212 telah menginisiasi lahirnya 212 Mart, minimarket Islami dengan konsep *Sharing economy* (ekonomi berbagi). Konsep yang berbeda dengan minimarket yang sudah ada sebelumnya. Mereka ingin sangat mengenalkan bahwa ada sebuah tempat berbelanja yang memang syariah apalagi bahwa Negara Indonesia ini dominan masyarakat yang menganut agama Islam. Dengan produk yang dipasarkan telah diakui semua produk dengan label halal. Dan yang sangat membedakan Gerai 212 Mart ini dengan yang lainnya adalah mereka tidak menjual rokok dan jika waktu sholat tiba Gerai 212 Mart ini akan tutup selama 15 menit.

Dalam konsep ekonomi berbagi itu, jaringan ritel 212 Mart dimiliki oleh umat, dikelola oleh umat, dan didirikan untuk umat. Dimana dari umat maksudnya koperasi yang telah menginisiasi lahirnya 212 Mart didirikan oleh umat dana penyertaan modal yang didapat dari umat bukan dari siapa-siapa, yang mengerjakannya umat itu sendiri gunanya balik lagi untuk umat. Dimana koperasi syariah tersebut telah didirikan ke setiap daerah mendirikan koperasi-koperasi wilayah salah satunya di kota padangsidempuan. Di setiap daerah nama wilayah koperasi syariahnya berbeda-beda tetapi semua unit usahanya sama *brandnya* nasional 212 Mart, artinya memang *brand* dari koperasi syariah.

Prinsip-prinsip yang ada di koperasi syariah sebagai badan hukum Gerai 212 Mart ini adalah:

a. Berjamaah

Berjamaah artinya koperasi syariah 212 Mart sebagai badan hukum Gerai 212 Mart harus mampu menampung sebanyak mungkin potensi dan aspirasi kebangkitan ekonomi umat Islam khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya. Koperasi ini harus dimiliki bersama, bukan dikuasai hanya segelintir individu atau golongan. Koperasi Syariah 212 juga harus memberikan manfaat sebanyak mungkin untuk umat Islam terkhusus Indonesia dan dunia.

b. *Izzah*

*Izzah* artinya kemuliaan dan kejayaan. Dalam tataran individu kemuliaan artinya terpenuhinya segenap kebutuhan sandang, pangan,

papan, pendidikan, kesehatan dan transportasi anggota. Dalam tataran bangsa, Indonesia dan umat Islam harus menjadi bangsa yang bermartabat dan mandiri secara ekonomi. Hal ini tercermin dengan swasembada pangan dan energy, tingginya *export, surplusnya* neraca perdagangan, minimnya ratio kesenjangan kaya dan miskin, redahnya angka pengangguran absolute dan semakin kecilnya jumlah si miskin dan keluarga pra sejahtera.

Adapun tujuan dari berdirinya gerai 212 mart yaitu sebagai berikut:

- 1) Membangun ekonomi umat yang tepercaya.
- 2) Profesional.
- 3) Besar dan kuat.
- 4) Sebagai salah satu penopang pilar ibadah.
- 5) Syariah dan dakwah menuju kebahagiaan dunia dan keselamatan akhirat.

## **2. Visi dan Misi Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan**

### **a. Visi Koperasi Syariah**

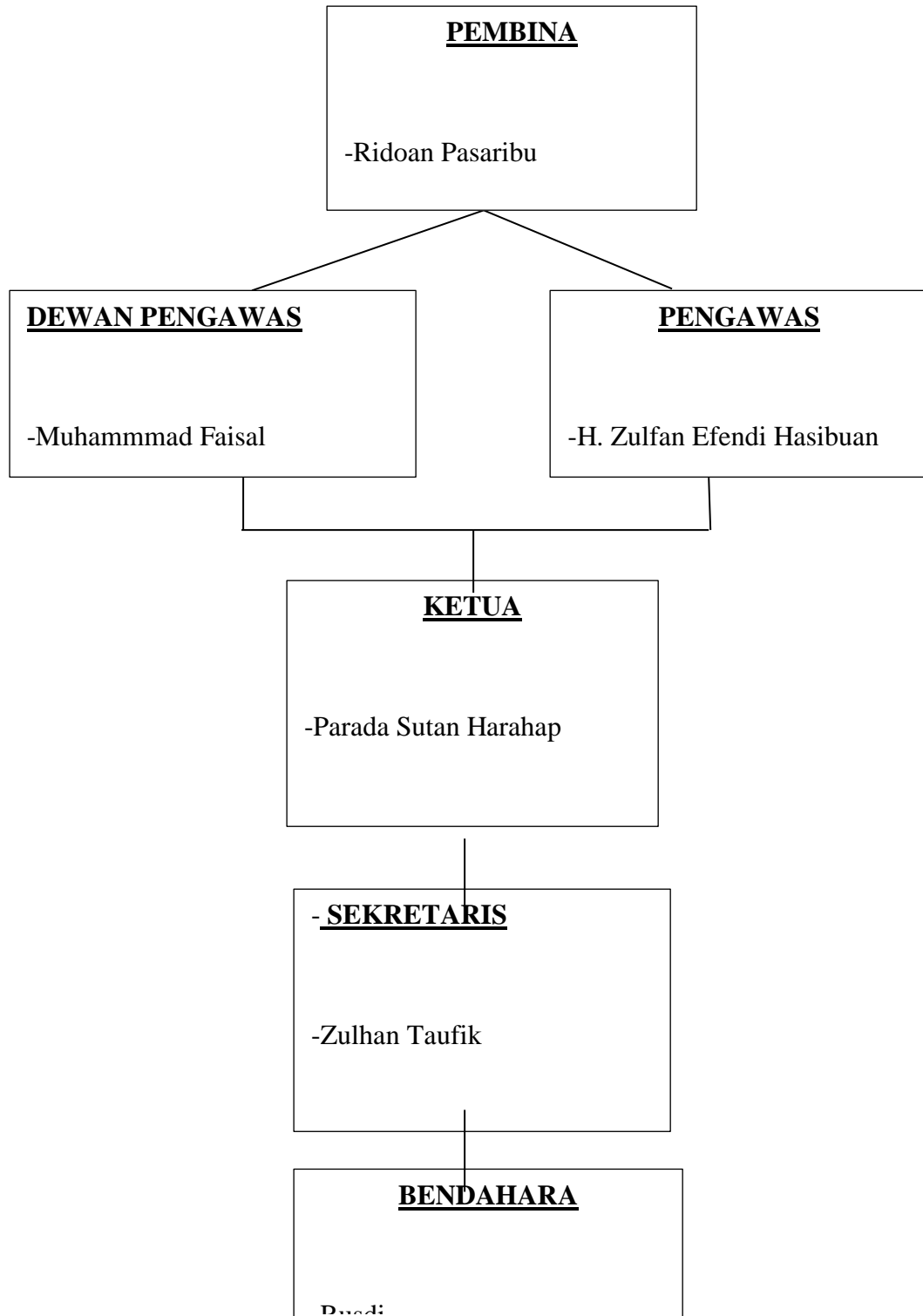
Menjadikan koperasi syariah yang tangguh, mandiri dan amanah untuk kemaslahatan ummat.

### **b. Misi Koperasi Syariah**

- 1) Mengajak masyarakat muslim menjadi anggota koperasi untuk mengembangkan ekonomi berbasis syariah.

- 2) Menjadi wahana bagi anggota koperasi untuk berinvestasi secara aman dan nyaman sesuai syariah.
- 3) Membangun sinergi antar anggota dan lembaga lainnya.
- 4) Mendorong dan memotivasi anggota untuk meningkatkan kreatifitas inovasi dan pembelajaran diri dalam mengembangkan berbagai usaha untuk mencapai ekonomi syariah.
- 5) Memberikan pendampingan pelatihan dan konsultasi kepada para pengusaha baru dan binaannya di bidang pengelolaan minimarket yang sesuai dengan syariah.
- 6) Memasyarakatkan sistem pengelolaan dan manajemen minimarket syariah.
- 7) Gerai 212 mart adalah usaha yang di bangun bersama gotong royong, dari kita, oleh kita, dan untuk kita untuk dipersembahkan bagi kemaslahatan dan mensejahterakan umat islam Indonesia.
- 8) Melakukan survey, analisa dan memberikan rekomendasi terhadap kelayakan pendirian minimarket yang berprinsip syariah

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212**  
**Mart Padangsidimpuan**



## B. Analisis Data

Aktivitas dalam analisis data yaitu:

1. **Reduksi data (*data reduction*)**, yaitu pengolahan data mulai dari editing, dan concluding, data yang mencakup kegiatan mengiktiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilihnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu. Adapun cara peneliti dalam hal reduksi data ini adalah sebagai berikut:
  - a. *Editing*, adapun cara peneliti dalam editing yaitu peneliti mengambil intisari dari seluruh hasil wawancara bersama informan, mengedit jawaban atau situasi sebagaimana mestinya yaitu mengubah kata-kata yang tidak formal kedalam kata yang lebih formal dan mengubah bahasa serta sebagian bahasa yang di gunakan informan dari bahasa daerah ke bahasa Indonesia, memisahkan antara catatan objektif yaitu catatan hasil wawancara bersama informan dan catatan reflektif yaitu membuat pedoman wawancara berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada informan agar tidak ada pertanyaan yang terlewatkan dan penyimpanan data yaitu menyimpan data berdasarkan catatan tulis langsung di lembar wawancara pada saat berlangsungnya wawancara kemudian memindahkannya kedalam bentuk *soft file* kedalam laptop atau komputer dan menyalinya kedalam *flashdisk*.
  - b. *Concluding*, adapun cara peneliti dalam *concluding* yaitu memilih indikator ataupun kisi-kisi yang berkaitan dengan rumusan masalah, mengumpulkan hasil wawancara yaitu dengan wawancara langsung

dengan informan dan menuliskan hasil wawancara kedalam catatan-catatan kecil dan memindahkannya kedalam bentuk file, menganalisis hasil wawancara yaitu memisahkan hasil kedalam judul yang *berkenaan* dengan cara mengambil hasil wawancara yang di anggap penting dan berkenaan dengan rumusan masalah, dan menarik kesimpulan yaitu dengan cara menyimpulkan hasil wawancara dan menghapus kata-kata yang tidak berkenaan dengan rumusan masalah dan pedoman wawancara.

2. **Penyajian data (*Display data*)**, hasil reduki data diorganisasikan sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh. Penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan matriks tata peran yang mendeskripsikan pendapat dari informan dengan cara mengambil intisari yang berkaitan dengan rumusan masalah peneliti kemudian memasukannya kedalam hasil peneliti. Menyusun daftar kejadian dan jaringan kausal dan sejumlah kejadian yang diteliti yaitu mengurutkan hasil wawancara yang mempunyai hasil yang sama dan menyajikannya kedalam hasil peneliti.
3. ***Concluction drawing and verification***, langkah ketiga dalam peneliti kualitatif menurut Miles dan Humberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi dalam peneliti ini adalah peneliti memilih kata-kata dan hasil wawancara yang diperoleh dan informan yang berkaitan dengan jawaban rumusan masalah dalam penelitian dan memasukkannya kedalam hasil penelitian.



### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan**

Strategi merupakan suatu hal urgen dalam mempertahankan bisnis. Keunggulan suatu perusahaan dalam posisi pasar tergantung pada strategi yang mereka terapkan dalam menjalankan usahanya. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang kadang-kadang harus berhadapan dengan jalan yang terjal dan berliku-liku namun adapula yang relative mudah.<sup>47</sup>

Gerai 212 Mart merupakan minimarket Islam dengan Konsep *Sharing Economy* (Ekonomi Berbagai), konsep yang berbeda dengan minimarket yang sudah ada sebelumnya. Dimana, Gerai 212 Mart adalah tempat berbelanja yang menjual semua produk dengan terjamin kehalalannya baik dari makanan ringan sampai pada kebutuhan pokok, mereka juga tidak menjual rokok serta jika waktu sholat tiba Gerai 212 mart ini tutup selama 15 menit.

Gerai 212 Mart merupakan salah satu usaha yang cukup berkembang dengan sangat cepat sehingga pada saat gerai 212 mart banyak memiliki cabang di seluruh wilayah Indonesia, untuk itu pastinya Gerai 212 Mart tidak lepas dalam melakukan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualan khususnya pada strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan analisis pengambilan keputusan tentang bauran pemasaran

---

<sup>47</sup>Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, Jurnal: Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, Volume 03, No. 1 Juni 2017, hlm. 43

yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen dan untuk mencapai tujuan pemasaran. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Padangsidimpuan dapat dilihat beberapa wawancara berikut:

a. Strategi Produk

Hal pertama yang harus dilakukan suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, kehalalan, dan lain-lain. Untuk mengetahui strategi produk pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan dapat dilihat dari hasil wawancara berikut:

Menurut Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Produk yang kami tawarkan pada pembeli sama halnya dengan produk-produk yang ditawarkan oleh gerai lain baik dari kebutuhan pokok sampai barang-barang perlengkapan rumah tangga. tetapi yang membedakan adalah Gerai 212 Mart dengan gerai lain adalah label halal, dimana kami menjual semua produk yang halal dan kami tidak menjual rokok sedangkan gerai lain masih banyak yang menjual produk dengan tidak memandang kehalalannya. Karena kami memegang teguh dalam mengembangkan usaha yang kami buat untuk menciptakan

tempat berbelanja yang memang syariah dengan tidak keluar dari prinsip-prinsip syariat Islam.<sup>48</sup>

Menurut Bapak Zulham Taufik selaku Sekretaris Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Produk yang kami tawarkan juga tidak memiliki perbedaan harga dengan gerai lainnya, begitu pun kualitas produk sesuai dengan harga dan produk yang kami tawarkan kepada pembeli, Gerai 212 Mart juga memberikan peluang kerja kepada masyarakat yang mempunyai modal untuk menginvestasikan modalnya pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan.<sup>49</sup>

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa pihak Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dalam melakukan strategi produk dengan memberikan peluang kerja kepada masyarakat yang mempunyai modal yang berlebih sehingga dapat menginvestasikannya kepada Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan.

Sehingga produk yang dipasarkan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan ini semua terjamin kehalalannya dengan tidak menjual produk jenis rokok karena memang mereka ingin mengenalkan kepada masyarakat bahwa ada tempat berbelanja yang berbasis syariah bukan lembaga-lembaga

---

<sup>48</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 11.39 WIB

<sup>49</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Zulhan Taufik selaku Sekretaris Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pada tanggal 26 Maret 2021, pukul 9.35 WIB

keuangan saja yang ada syariah, Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan juga memberikan peluang kepada masyarakat yang memiliki modal berlebih untuk menginvestasikan modalnya.

b. Strategi Harga

Menjalankan bisnis jualbeli tidak akan terlepas dari permasalahan harga. Harga memang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jualbeli dari prosedun ketangan konsumen. Harga merupakan suatu hal yang harus dilekuarkan apabila ingin memperoleh suatu yang dibutuhkan baik berupa barang maupun jasa. Sebelum suatu perusahaan memasarkan produknya akan menetapkan harga terlebih dahulu. Pada dasarnya harga akan sangat mempengaruhi persepsi dan permintaan oleh nasabah maupun pencapaian target dan penawaran oleh perusahaan.<sup>50</sup> Untuk mengetahui strategi harga pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini:

Menurut Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dalam menetapkan harga kita berusaha untuk menetapkan harga yang relatif murah. Pertama, kita harus cek di

---

<sup>50</sup>Sarmiana Batubara & Afrini Nasution, Startegi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan, *Jurnal: Ekonomi Islam*, Volume 3, No. 1 Juni 2021, hlm. 8

setiap kompetitor itu ada beberapa produk yang memang untuk produk kebutuhan setiap hari seperti sembako itu kita cek ke kompetitor kalau bisa dibawah atau paling tidak sama antara dikompetitor. Sehingga untuk marginnya fleksibel tidak ditetapkan sekian persen kami hanya menyesuaikan dengan barang yang kita dapat, harga modalnya berapa, penjualan dari kompetitor sama gerai lainnya berapa. Dalam menetapkan harga kami tidak ada rapat khusus terhadap karyawan-karyawan.<sup>51</sup>

Menurut Ibu Dewi Sipahutar selaku Wakil Sekretaris Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan menyatakan bahwa:

Yang membedakan Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dengan gerai lain dimana kalau gerai lain memang menawarkan produk dengan harga murah melalui diskon-diskon dan sebagainya, sedangkan di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan juga ada diskon-diskon tetapi dikhususkan untuk anggota Koperasi.<sup>52</sup>

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi harga pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik dan memberikan potongan harga untuk pelanggan yang telah menjadi anggota Koperasi 212 jika mereka sering berbelanja di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan. Sedangkan untuk para konsumen yang bukan seorang anggota koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai

---

<sup>51</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 11.39 WIB

<sup>52</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Dewi Sipahutar selaku wakil Sekretaris Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pada tanggal 26 Maret 2021, pukul 12.00 WIB

212 Mart Padangsidempuan mereka juga bisa mendapatkan diskon dari produk-produk yang memang terdapat potongan harganya.

c. Strategi Tempat

Strategi tempat merupakan salah satu keputusan yang paling penting yang dibuat oleh perusahaan dimana mereka akan menempatkan kegiatan operasional mereka, maka keputusan yang harus diambil selanjutnya oleh manager operasional.

Salah satu teori yang dapat dikemukakan dalam menentukan lokasi pusat pelayanan koperasi, adalah seperti teori yang dibuat oleh Walter Christaller di Jerman. Teori tersebut pada dasarnya bertujuan untuk menentukan teori yang strategis dengan berbagai pertimbangan ekonomis untuk berbagai jenis pelayanan dan spesialisasinya, baik ditinjau dari pelayanan yang diberikan maupun dari yang dilayani. Salah satu prinsip tingkah laku manusia, yaitu dengan usaha sekecil mungkin untuk mencapai suatu hasil yang sama, menjadi kunci pokok dalam teori ini. Dengan kata lain konsumen tidak ingin menempuh jarak yang jauh untuk mendapatkan barang-barang dan jasa-jasa pelayanan kecuali barang tersebut mempunyai sifat khusus.<sup>53</sup> Untuk mengetahui strategi tempat pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini:

---

<sup>53</sup>Sudarsono, *Manajemen Koperasi Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 17-18

Menurut Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan Gerai 212 Mart Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Dalam kegiatan memilih lokasi untuk Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan ini kami memilih lokasi dimana terdapat masyarakat yang bertempat tinggal didekat gerai 212 Mart yaitu sehingga mudah diketahui oleh banyak masyarakat. Dan memilih sewa ruko untuk tempat gerai 212 mart kita harus memilih nya dengan harga standar sehingga dana tersebut mandet di aktiva tetap.<sup>54</sup>

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi tempat yang dipilih oleh Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan memilih tempat yang jauh dari swalayan-swalayan lain ataupun Indomaret dan mudah di ketahui oleh masyarakat kota padangsidimpuan.

Sejauh ini Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan memiliki tempat atau lokasi yang strategis akan tetapi gerai 212 Mart telah melakukan strategi pemasaran yang menurut syariat Islam dengan terjamin kehalalan produk yang ditawarkan pada pembeli.

#### d. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan suatu usaha dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar dapat meningkatkan penjualan. Untuk strategi promosi pada Koperasi

---

<sup>54</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 11.39

Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini

Menurut Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan melakukan kegiatan promosi pada pihak ekstansi seperti OJK, yang menjadi pasar sasaran dalam pemasaran Gerai 212 Mart ini adalah pastinya para umat muslim dan anggota koperasi. Dalam kegiatan promosi kami lebih menekankan promosi terhadap koperasi syariah 212 Mart, untuk promosi-promosi adanya diskon tentunya kami mempromosikan lewat media sosial kepada anggota koperasi terlebih dahulu setelah itu baru kami promosikan ke konsumen yang bukan anggota koperasi syariah. untuk keinginan dalam mempromosikan Gerai 212 Mart itu sendiri pastinya ada tapi untuk sampai saat ini rencana tersebut belum terlaksanakan. Untuk konsumen yang menjadi pembeli di Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart padangsidimpuan ini dominan konsumen yang menjadi anggota koperasi 212 itu sendiri .<sup>55</sup>

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan adalah masih kepada anggota Koperasi tersebut dan masih berusaha untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Dan minat masyarakat kota Padangsidimpuan masih kurang untuk berbelanja di Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan

---

<sup>55</sup>Hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 11.39 WIB



#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Seluruh hasil kegiatan penelitian dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode Penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang diperoleh.

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan yang masih kurang. Dari keterbatasan penelitian ini tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna peneliti. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi dapat diselesaikan.
2. Keterbatasan waktu wawancara yang singkat dengan para informan atau pihak Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dikarenakan informan yang masih sibuk dalam pekerjaan mereka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam kegiatan praktik yang dilakukan oleh Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan menggunakan strategi pemasaran syariah dengan tidak menjual segala jenis rokok, alat kontrasepsi, minuman beralkohol dan beberapa produk yang berbahaya dirasa tidak memiliki manfaat. Dalam praktiknya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan sendiri memiliki standar operasional yang sama dan berlaku diseluruh Gerai yang ada di Indonesia. Gerai 212 Mart mewajibkan seluruh karyawan untuk menghentikan kegiatan saat waktu sholat tiba diikuti dengan menutup gerai selama 15 menit. Namun, dengan tidak diperjualbelikan beberapa produk tersebut memiliki pengaruh terhadap jumlah penjualan gerai 212 Mart Padangsidempuan. Jika dilihat dari strategi produk dan strategi harga Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan telah menjalankan strategi dengan baik dan terstruktur, namun letak kelemahan dari strategi Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan terdapat pada strategi tempat dan promosi yang masih kurang maksimal dan harus segera diperbaiki untuk lebih baik lagi kedepannya.

Strategi pengembangan bisnis pada koperasi syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan masih kurang berkembang dilihat dari strategi pemasaran yang dilakukan dan minat dari masyarakat untuk

berbelanja di Gerai tersebut. Pengembangan yang dilakukan oleh koperasi syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dengan terus mengenalkan kepada masyarakat baik secara langsung dan melalui media sosial, peningkatan jumlah anggota dan kekuatan investasi umat muslim.

## **B. Saran**

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dan strategi–strategi yang dibangun untuk mengembangkan usahanya. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih lanjut tentang Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dan strategi bisnis yang dipakai dalam menjalankan bisnisnya.
2. Bagi pihak Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan usaha bisnisnya.
3. Dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk tetap berbelanja di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan, pihak koperasi hendaknya terus melengkapi produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012)
- Adil. U, *Bisnis Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Alma Buchari, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2017
- Amirullah, *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Anggito Albi dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV. Jejak 2018.
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2016.
- Asnawi Nur dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2011.
- Dian Masita Dewi dan Anis Wahdi, *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Fahmi Irham, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Hendrojogi, *Koperasi:Asas-asas, Teori, dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Berserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Iskandar Wiryokusumo, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategis* Jakarta:Penebar Swadaya, 2013.
- Jakfar dan Kasmir, *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta:Kencana 2010.
- \_\_\_\_\_, *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana 2016.
- Kamus Besar bahasa Indonesia, Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

- Lex J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana 2010.
- Mulyadi Mohammad, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Jakarta: Publica Institute, 2012.
- Rivai Abdul dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Rizkita Agni, dkk., *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish 2020.
- S, Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, Malang: UIN-Maliki, 2013.
- Sudarsono, *Manajemen Koperasi Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Koperasi dalam Teori*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015
- Shihab M Quraish, *Tafsir Al-misbah*, Jakarta: Lentera hati, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet ke-21, 2018.
- \_\_\_\_\_ *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sutopo Aristo Hadi Dan Adrianus Arief, *Terampil Mengelolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*, Jakarta: kencana, 2010.
- Setyosari Punaji, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Pengembangan*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Wahjono Imam Sentot, *Bisnis Modren*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Yunus Eddy, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2016.

### **Sumber Jurnal**

- Budi Gautama Siregar, Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan, Jurnal: Kajian Ilmu-ilmu Keislaman, Volume 03, No. 1 Juni 2017.
- Dedi Suprandi, Peran Koperasi Syariah Bengkulu Berjamaah Dalam Pengembangan Mini Market 212 Mart Dikota Bengkulu, Skripsi Institute Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Made Restu Handika dan Gede Sri Darma, Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram, dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 15, No. 2 April 2018.

Mardiyansyah, Strategi *Brand Image* 212 Mart Jalan Mahakam Lingkar Barat Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Perspektif Manajemen Dakwah, Skripsi IAIN Bengkulu, 2019.

Novy Sry Wahyuni, Strategi Pemasaran pada Gerai 212 mart Cabang Bengkulu dalam Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019..

Oktaviana Rachma Vita, dkk., “Strategi Pengembangan Primer Koperasi (Studi kasus di Primer Koperasi Produsen Tempe dan Tahu Indonesia (PRIMKOPTI) Bangkit Usaha Kota Malang)”, dalam *Jurnal Administrasi Publik*, Volume 1, No. 2, Juni 2019.

Sarmiana Batubara & Afrini Nasution, Startegi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidimpuan, *Jurnal: Ekonomi Islam*, Volume 3, No. 1 Juni 2021.

Sofiani Triana, Kontribusi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional, *Jurnal Hukum Islam*, Volume 12, Desember 2017

### **Sumber lainnya**

Hasil Wawancara dengan Bapak Edi Suswoyo Sebagai Sekretaris di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 5 Desember 2020 , Pukul 11:30 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 20 Maret 2021, pukul 11.39 WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Zulhan Taufik selaku Sekretaris Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 26 Maret 2021, pukul 9.35 WIB

Hasil wawancara dengan Ibu Dewi Sipahutar selaku wakil Sekretaris Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan, pada tanggal 26 Maret 2021, pukul 12.00 WIB

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI**

Nama : Arif Naldi  
Nim : 1640200099  
Tempat/Tanggal Lahir : Batahan, 08 Mei 1997  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara  
Alamat : Natal

**DATA ORANGTUA**

Nama Ayah : Alm Alfan  
Nama Ibu : Ismannur  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Alamat : Natal

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 1 Natal  
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 1 Natal  
Tahun 2013-2016 : MAN NATAL  
Tahun 2016-2020 : Institut Agama Islam Negeri  
Padangsidempuan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 445 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021  
Hal : Mohon Izin Riset

22 Februari 2021

**Yth. Koperasi 212 Mart Kota Padangsidempuan**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Arif Naldi  
NIM : 1640200099  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: "Strategi Pengembangan Bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Ladimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

embusan:  
dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.





KOPERASI SYARIAH KAFFAH AMANAH NADIMPU  
**212 MART PADANGSIDIMPUAN**

Jl. Imam Bonjol No.44 AB Kel.Wek V P.Sidimpuan Selatan  
 Padangsidimpuan, 03 April

No: PADANGSIDIMPUAN  
KS-KAN/V/2021  
 2021 M

21 Ramadhan 1442 H

Kepada Yth:  
**Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan**  
**Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan Tenggara.**  
**Kota Padangsidimpuan**

perihal : selesai melaksanakan riset

Assalamualaikum wr, wb

Semoga bapak dan seluruh staff iain padangsidimpuan senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjukkan perihal di atas bersama ini kami menerangkan bahwa:

Nama : Arif Naldi  
 NIM : 1640200099  
 Prodi studi : Ekonomi Syariah  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
 Semester : X (sepuluh)

Telah selesai melaksanakan riset di koperasi 212 mart padangsidimpuan dengan judul skripsi:  
**"Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan"**

Demikian ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana diperlukan oleh yang bersangkutan dengan ketentuan tidak melanggar kode etik dan kerahasiaan yang ada di koperasi 212 mart padangsidimpuan, atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan banyak terima kasih

Wassalamualaikum wr. wb

**KOPSYAH KAN**  
**212 MART PADANGSIDIMPUAN**

**RUSDI**  
 An. KETUA



KOPERASI SYARIAH KAFFAH AMANAH NADIMPU  
**212 MART PADANGSIDIMPUAN**

Jl. Imam Bonjol No.44 AB Kel.Wek V P.Sidimpuan Selatan

Padangsidimpuan, 03 April

No: PADANGSIDIMPUAN  
7/KS-KAN/V/2021  
2021 M

21 Ramadhan 1442 H

Kepada Yth:

**Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan**  
**Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan Tenggara.**  
**Kota Padangsidimpuan**

hal : **Persetujuan Izin Riset**

**Assalamualaikum wr, wb**

Dengan ini diberitahukan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Arif Naldi  
 NIM : 1640200099  
 Semester : X  
 Judul skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan

Untuk melakukan riset di koperasi syariah kaffah amanah nadimpu gerai 212 mart padangsidimpuan yang dilakukan selama satu minggu. Kami atas nama koperasi 212 mart padangsidimpuan mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan koperasi 212 mart kepada masyarakat padangsidimpuan.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**KOPSYAH KAN**  
**212 MART PADANGSIDIMPUAN**

**RUSDI**

An. KETUA

## **Instrumen Pertanyaan**

### **Pedoman Wawancara Untuk Sekretaris Koperasi Syariah Kaffah**

#### **Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan**

1. Bagaimana penerapan strategi dalam mengembangkan bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan?
  - a. Bagaimana Cara dalam menerapkan strategi memasarkan Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan?
  - b. Apa saja proses yang harus dilalui dalam penerapan strategi Mengembangkan Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu gerai 212 Mart Padangsimpuan?
2. Apakah ada kendala dalam mengembangkan bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan?

### **Pedoman Wawancara Untuk Karyawan Koperasi Kaffah Amanah**

#### **Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan**

1. Bagaimana Penerapan strategi produk bisnis dalam meningkatkan omset penjualan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Padangsidimpuan?
  - a. Apa langkah yang dilakukan dalam menerapkan strategi bisnis pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Padangsidimpuan?
  - b. apa saja proses yang dilakukan oleh pihak koperasi dalam menerapkan strategi untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan?

2. Apakah ada kendala dalam mengembangkan bisnis pada Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Padangsidempuan ?
  - a. Bagaimana respon pihak Koperasi jika ada pelanggan yang komplek terhadap pelayanan yang tidak memuaskan pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?
  - b. Apakah masyarakat padangsidempuan sudah mengetahui tentang adanya Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?

**Instrumen Wawancara dengan Investor Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan**

1. Apakah Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan telah menerapkan prinsip syariah?
2. Sejauh ini usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan koperasi Kaffah amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?
3. Apakah alasan bapak/Ibu ikut menginvestasi di Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?
4. apakah keuntungan yang Bapak/Ibu dapatkan selama ikut berinvestasi pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart?
5. Apakah alasan Bapak/Ibu memilih Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan untuk berinvestasi?
6. Berapa Persenkah yang didapatkan oleh BapK/Ibu selama berinvstasi Pada Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan?

## LAMPIRAN V



Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rusydi selaku Bendahara Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 mart Padangsidimpuan sudah berdiri selama 2 tahun, pada umumnya semua anggota yang bergabung di Koperasi Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan adalah masyarakat yang ingin menginvestasikan modal ataupun dananya untuk Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan untuk pengembangannya kita harus bisa memahami bahwa koperasi 212 mart masih 2 tahun berjalan belum banyak pengalaman yang di peroleh oleh anggota koperasi dan masih banyak persaingan dari sisi lain kepercayaan anggota 212 mart kepada kita cukup besar walaupun modal yang dimiliki saat ini masih kurang, karena modal kita masih belum terlalu banyak dan modal yang dikumpulkan hanya kurang lebih 1M itulah yang digunakan 212 mart untuk menyewa ruko dan membeli peralatan-peralatan sehingga dana tersebut hanya di aktiva tetap, 212 mart masih berusaha karena persaingan harga dipasar juga tinggi.



Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Zulhan Taufik selaku Sekretaris Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan menyatakan bahwa:

Sejauh ini Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan sudah menerapkan prinsip syariah sesuai dengan akadnya. Untuk mengembangkan koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan salah satunya dengan menambah jumlah anggota dengan itu modal yang kita miliki bisa bertambah dan berjalan dengan lancar. Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan berdiri masih 2 tahun belum maksimal maka dari itu belum mendapatkan keuntungan dan bagi hasil untuk anggota masih sedikit, tujuan dari koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan bukan hanya bagi hasil akan tetapi berbelanja di tempat kita sendiri lebih mudah, secara finansial kita bisa membantu masyarakat yang membutuhkan dan anak yatim.

Dokumentasi dengan Ibu Ratna Arianti selaku investor/anggota koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidempuan menyatakan bahwa:



Dokumentasi dengan Bapak Paradah Sutan selaku Investor/anggota Koperasi Syariah Kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan



Dokumentasi dengan Bapak Edi Suswoyo selaku Investor/Anggota Koperasi Syariah kaffah Amanah Nadimpu Gerai 212 Mart Padangsidimpuan

