

**DAMPAK COVID 19 TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA USAHA  
PECAH BELAH TOKO MEGA JAYA DI JALAN DATUK TABANO  
BANGKINANG DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Syariah dan Hukum**



**UIN SUSKA RIAU**

**Oleh:**

**AMIN RAIS**  
**NIM.11720514734**

**PROGRAM S 1  
EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU**

**2021 M / 1442 H**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul **DAMPAK COVID 19 TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA USAHA PECAH BELAH TOKO MEGA JAYA DI JALAN DATUK TABANO BANGKINANG DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

NAMA : AMIN RAIS  
 NIM : 11720514734  
 PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

Dapat di terima dan di setujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Februari 2021  
 Pembimbing Skripsi

**Dr. Mawardi. M.Si**  
 NIP: 19710809 199903 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul *Dampak Covid 19 Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Pecah Belah Toko Mega Jaya Di Jalan Datuk Tabano Bangkinang Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah*, yang ditulis oleh :

Nama : Amin Rais  
 NIM : 11720514734  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 22 Maret 2021  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang Auditorium Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Maret 2021 M

**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

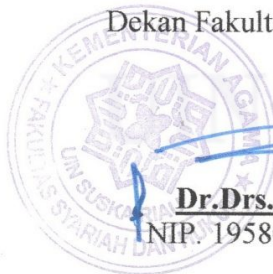
Ketua  
**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**

Sekretaris  
**Nuryanti, ME.Sy**

Penguji I  
**Ade Fariz Fakhrullah, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. H. Johari, M.Ag**

Mengetahui :  
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr.Drs.H. Hajar, M.Ag**

NIP. 19580712 196803 1 005



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **AMIN RAIS (2021) : Dampak Covid 19 terhadap omset penjualan pada usaha pecah belah toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah**

Saat ini dunia digemparkan dengan penyebaran wabah virus corona yang berawal dari China. Dampak wabah Covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal seperti; ojek online, sopir angkot, pedagang kaki lima, pedagang keliling, UMKM dan kuli kasar penurunan pendapatan. Pusat-pusat perdagangan, seperti mal, pasar tanah abang yang biasanya ramai dikunjungi oleh masyarakat mendadak sepi dan saat ini ditutup sementara. Hal yang menarik peneliti angkat berdasarkan judul diatas, dengan rumusan masalah bagaimana dampak covid 19 terhadap omset penjualan, bagaimana strategi supaya omset penjualan tidak menurun pada saat covid 19 dan bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi pemasaran pada penjualan pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak covid 19 terhadap omset penjualan, serta strategi yang dapat digunakan pada saat kondisi covid 19 ini dan pandangan Ekonomi Syariah terhadap strategi yang digunakan agar omset penjualan tidak terlalu menurun pada saat covid 19.

Jenis Penelitian ini ialah kualitatif dengan studi langsung kelapangan (*field research*). Sumber data primer, sekunder dan tersier. Objek penelitian ini adalah para pengusaha yang berada di jalan Datuk Tabano Bangkinang Kota. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 6 Toko Usaha Pecah Belah dengan mengambil sampel 1 Toko Yaitu usaha pecah belah Toko Mega Jaya, Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dan dokumentasi yang terdiri dari tulisan-tulisan kebijakan ataupun peraturan yang disepakati oleh kedua pihak.

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa omset penjualan mengalami penurunan dikarenakan kurangnya strategi pertahanan yang kuat dalam menghadapi pandemic covid 19 ini. Dimana dalam pemanfaatan social media yang kurang serta kebijakan pemerintah setempat dalam mengatasi penyebaran virus corona ini membuat toko yang ada di sekitaran jalan Taduk Tabano harus tutup lebih awal dari pada sebelum covid 19 ini. Adapun tinjauan Ekonomi Syariah menunjukkan bahwa omset penjualan serta strategi yang ada sudah berjalan sesuai syariat, dengan menerapkan sistem pasar persaingan sempurna serta tidak ada pihak yang dirugikan dan terzalimi dan memanfaatkan media social dengan baik untuk strategi pemasaran pada masa pandemic seperti saat ini.

**Kata kunci: Dampak covid 19, omset penjualan, usaha pecah belah**



## KATA PENGANTAR

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah puji dan syukur tak hentinya penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan Ilmu pengetahuan ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelara sarjana pada program strata satu Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul skripsi penulis ialah **“Dampak Covid 19 terhadap Omset Penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah.”**

Proses penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa hebatnya, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah membalasnya dengan lipat ganda atas semua kebaikan dan bantuan, baik itu berbentuk materi dan non materi. Diantaranya penulis ingin sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Alm Kedua orangtua yang sangat penulis sayang, kakak Susi , kakak Murni, bang Ijeb , kakak Yati, Ocu Yunus, kk Priska, bang Adison, dan abang Sukron serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan

non materi, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan motivasi hidup yang sangat luar biasa sehingga hati ini terus berjuang dalam mencapai keinginan dan cita-cita.

2. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag selaku Plt Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Wakil dekan I, II, dan III.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag.M.Sh selaku ketua program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, selaku sekretaris program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. H. Sudirman. M, MA selaku pembimbing akademik penulis.
7. Bapak Dr. Mawardi, M. Si. selaku dosen pembimbing proposal sekaligus skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan yang luar sangat luar biasa, meluangkan waktu dan tenaga, memberikan ilmu dan motivasi serta membantu menyelesaikan skripsi penulis.
8. Bapak-bapak dan ibuk-ibuk seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
9. Kepada Sri Jamelati, S.E yang telah membantu serta mensupport penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Kepada teman sedari kecil Najri, Neneng, Tika, Zelki, Putri Andriani, Fauzul, Riski Wahyudi, dan seluruh teman-teman lokal Ekonomi Syariah C dan kost alfajar yaitu Roni, Toni serta Arif.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada semua pembaca. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kelemahan penulis, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Semua itu didasarkan keterbatasan yang dimiliki penulis, oleh sebab itu mohon kritik dan saran yang membangun sehingga kedepan jauh lebih baik. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

**Pekanbaru Desember 2020**  
**Penulis**

**AMIN RAIS**  
**NIM: 11720514734**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Keadaan Geografis Dan Demografis Kelurahan Bangkinang .....	15
B. Ekonomi .....	18
C. Gambaran Kegiatan Usaha Pecah Belah di Jalan Datuk Tabano.....	19
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Omset Penjualan.....	21
B. Strategi Pemasaran .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Dampak Covid 19 Terhadap Omset Penjualan Pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang.....	37
B. Strategi Pemasaran supaya omset penjualan tidak menurun pada saat pandemi Covid 19 .....	42
C. Tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran pada penjualan usaha pecah belah toko Mega Jaya di jalan Datuk Tambano Bangkinang	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>BIOGRAFI PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Omset penjualan Toko Mega Jaya sebelum dan saat Covid 19 .....	6
Tabel II.1 Jumlah Penduduk Kelurahan Bangkinang Berdasarkan Jenis Kelamin .....	16
Tabel II.2 Klasifikasi Penduduk Menurut Kelompok Umur .....	17
Tabel II.3 Kegiatan Ekonomi Warga Kelurahan Bangkinang .....	18
Tabel IV.1 Omset Penjualan Sebelum Covid 19 .....	39
Tabel IV.2 Omset Penjualan Saat Covid 19 .....	39

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern dan serba digital ini, manusia sedang diberi ujian oleh Sang Kholiq. Tak tanggung-tanggung, ujian ini diberikan secara menyeluruh atau global. Krisis kini melanda dunia di berbagai sektor. Mulai dari sektor ekonomi, sosial, hingga agama. Covid-19 atau koronavirus dunia menyebutnya.

Sejarah awal Covid-19 dan proses penyebarannya, perlu diketahui Covid-19 adalah kepanjangan dari sebuah pandemi *coronavirus disease* 2019. Sebuah penyakit menular dan mematikan yang disebabkan oleh SARSCoV-2, salah satu jenis dari korona virus. Dilansir oleh [bbcnews.com](http://bbcnews.com) bahwa virus ini pertama kali muncul ke permukaan pada 1 Desember 2019 di China, tepatnya di daerah Wuhan Provinsi Hubei, China.<sup>1</sup> Penyebarannya sangat cepat dan mematikan. Penyebarannya melalui kontak langsung fisik manusia ditularkan melalui mulut, hidung dan mata. Upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dilakukan pemerintah dan lembaga keagamaan dengan menerbitkan beberapa peraturan untuk dipatuhi oleh masyarakat.

Dampak wabah Covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal seperti; Ojek Online, Sopir angkot, pedagang kaki lima, Pedagang keliling, UMKM dan

---

<sup>1</sup><https://www.bbc.com/indonesia/majalah-51999550>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020. Pukul 13.00 WIB.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kuli kasar penurunan pendapatan. Pusat-pusat perdagangan, seperti mal, pasar tanah abang yang biasanya ramai dikunjungi oleh masyarakat mendadak sepi dan saat ini ditutup sementara. Sektor pariwisata mengalami penurunan, pemerintah menutup tempat wisata, tempat hiburan. Bekerja dan belajar pun dilakukan di rumah secara online<sup>2</sup>.

Dengan diberlakukannya *lockdown* pada sebuah wilayah, maka aktivitas masyarakat di dalamnya menjadi terbatas. Termasuk aktivitas bisnis yang tertekan akibat berkurangnya penjualan secara drastis. Dalam penyesuaian *lockdown*, Indonesia mengadaptasi istilah tersebut menjadi PSBB, yakni Pembatasan Sosial Berskala Besar. Kondisi ini membuat anda sebagai pelaku UMKM harus memikirkan kembali langkah strategis penjualan agar bisnis tetap berjalan.<sup>3</sup>

Kegiatan ekonomi merupakan aktifitas yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Kegiatan ekonomi menjadi hal yang sangat penting guna pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dekat dengan kehidupan masyarakat dan hampir terjadi pada setiap harinya.<sup>4</sup>

Pada dasarnya manusia dalam kehidupannya dituntut untuk melakukan suatu usaha yang mendatangkan hasil dalam memenuhi kebutuhan hidupnya

<sup>2</sup> Syafrida dan Ralang Hartati. "Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia". *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* .Vol. 7 No. 6 (2020), pp. 495-508, DOI: 10.15408/sjsbs.v7i6.15325.

<sup>3</sup><https://www.jurnal.id/id/blog/pemasaran-online-psbb-dan-arti-lockdown-bagi-ukm/> diakses pada tanggal 5 Juli 2020.

<sup>4</sup> Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), h. 4



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Agama Islam memberikan kebebasan pada seluruh umatnya untuk memilih pekerjaan yang mereka senangi dan kuasai dengan baik.<sup>5</sup>

Dalam memasarkan produk, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, seorang pemasar harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.<sup>6</sup>

Kegiatan pasar dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan kegiatan transaksi, pasar memegang peran penting dalam perekonomian karna pasar inilah tempat berjalannya roda perekonomian dan berlangsungnya jual dan beli. Dengan lebih dirincikan yaitu besarnya permintaan dan penawaran secara keseluruhan untk barang dan jasa. Sedangkan dalam ekonomi Islam memandang pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *sub-ordinat*, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Ini menunjukkan sistem pasar yang didalamnya terdapat rambu-rambu dan aturan main yang diterapkan dalam suatu pasar dalam upaya menegakan kepentingan semua pihak. Rambu-rambu dan aturan tersebut terdapat dalam Al-Qur'an dan Assunnah.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Ruqaiyah Waris Masqud, *Harta Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Nasional, 2003 ),h. 235.

<sup>6</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2012), h. 189.

<sup>7</sup> P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2011) h. 301 .

Hal ini sesuai dengan tujuan ekonomi yang bersifat pribadi dan sosial, tujuan ekonomi yang bersifat pribadi adalah untuk pemenuhan kebutuhan pribadi dan keluarga, sedangkan ekonomi sosial bertujuan untuk memberantas kemiskinan masyarakat, pemberantasan kelaparan dan kemelaratan.<sup>8</sup>

Islam adalah agama yang universal dan memberikan pedoman-pedoman kehidupan melalui Al-qur'an dan Hadits. Islam mengatur segala bentuk perilaku manusia sesamanya untuk memenuhi kehidupannya didunia dan akhirat termasuk dengan tujuan mencapai falah-Nya. Di atur didalamnya tentang kaidah yang mengatur tentang pasar dan mekanismenya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa Ayat: 29).

Dari ayat di atas bahwa Allah menjelaskan bahwa manusia dalam menjalankan sebab-sebab yang diharamkan dalam memperoleh harta. Sebaliknya lakukanlah perniagaan yang disyariatkan, yang terjadi dengan saling meridhoi antara penjual dan pembeli. Tidak boleh mengejar duniawinya saja dan melupakan akhirat. Keduanya hendak berjalan seimbang. Begitu juga dengan usaha yang kita lakukan harus sesuai kaidah islam dengan menerapkan prinsip-prinsip islam didalamnya.

<sup>8</sup>Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alfa Riau Graha Unri Press, 2007), h.6.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tujuan setiap perusahaan didirikan pada umumnya adalah untuk mendapatkan keuntungan supaya dapat tetap beroperasi atau dengan kata lain untuk dapat bertahan hidup.<sup>9</sup> Salah satu ukuran keberhasilan perusahaan dalam persaingan semakin ketat ini adalah dengan diperolehnya laba melalui pencapaian target serta peningkatan volume penjualan.

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat merugikan pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem berbeda dalam melakukan usahanya. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang tepat dalam semua aspek yang dijalankannya. Sistem yang baik ini merupakan salah satu kunci dalam pengendalian.

Salah satu usaha kecil yang berkembang di Jalan datuk tabano Bangkinang adalah usaha UMKM Mega Jaya. Usaha Pecah Bela merupakan salah satu usaha perdagangan bergerak di bidang Barang Kebutuhan Rumah Tangga (Pecah Bela) yang di produksi dalam bentuk Barang .Dimana masyarakat Bangkinang bisa mencari berbagai macam perabotan rumah tangga di toko mega jaya ini.

Usaha pecah bela di Toko Mega Jaya merupakan bagian dari kegiatan muamalah yaitu dalam kegiatan tersebut terjadinya transaksi jual beli dalam memasarkan suatu barang dan jasa. Dengan peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah sendiri seperti pembatasan social berskala besar (PSBB) membuat toko mega jaya mengalami penjualan yang menurun tidak seperti sebelum PSBB

<sup>9</sup> Indriyp Gitosudarmo, *pengantar Bisnis Edisi 9*. (Yogyakarta: BPFE, 2008), h.66.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

diberlakukan. Yang dimana PSBB ini merupakan bentuk pemerintah dalam pencegahan virus Corona.

**Table 1.1**  
**Omset penjualan Toko Mega Jaya sebelum dan saat Covid 19**

NO	Sebelum Covid 19	Penghasilan	Saat Covid 19	Penghasilan
1	Juli	Rp.55.000.000	Januari	Rp.40.000.000
2	Agustus	Rp.53.000.000	February	Rp.38.000.000
3	September	Rp.60.000.000	Maret	Rp.35.000.000
4	Oktober	Rp.57.000.000	April	Rp.35.000.000
5	November	Rp.55.000.000	Mei	Rp.29.000.000
6	Desember	Rp.52.000.000	Juni	Rp.20.000.000

Sumber: Toko Mega Jaya

Dari table diatas bisa diambil kesimpulan bahwa Omset Penjualan sebelum Covid 19 omset relatif stabil tidak seperti ketika Covid 19 dimana Omset yang didapatkan relatif turun. Berarti masyarakat dalam tingkat membeli menurun. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan salah seorang pengusaha Pecah bela di toko Mega Jaya bapak Jefri, menurut beliau selama Covid 19 toko hanya buka sampai sore hari dan karena kebijakan PSBB ini masyarakat yang biasanya begitu ramai kepasar mulai berkurang dan membuat toko Mega Jaya sepi dikunjungi oleh pembeli sehingga berdampak pada omset penjualan yang menurun tidak seperti sebelum diberlakukannya pembatasan social berskala besar (PSBB) dalam rangka pencegahan virus Covid 19 sehingga pemilik toko mengambil kebijakan untuk memberhentikan karyawan supaya bisa mengatasi pengeluaran.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Wawancara bapak Jefri selaku pemilik Toko Mega Jaya, Pada tanggal 5 Juli 2020.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Temuan yang lain berdasarkan Observasi, tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya, ada UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omzet penjualannya karena mereka melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan mereka. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **Dampak Covid 19 terhadap Omset Penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah.**

#### **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka penulis memberikan batasan masalah yaitu Dampak Covid 19 Terhadap omset penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah pada Januari-Juni 2020.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak Covid 19 terhadap Omset penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimana Strategi Pemasaran supaya omset penjualan tidak menurun pada saat pandemi Covid 19 ?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi pemasaran pada penjualan usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang ?

#### D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dampak Covid 19 terhadap Omset penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah
2. Mengetahui Strategi Pemasaran yang tepat ketika pandemi Covid 19 ini sehingga omset penjualan tidak mengalami penurunan secara drastis pada usaha pecah belah toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang .
3. Mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap Dampak Covid 19 terhadap Omset penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang .

Kegunaan penelitian antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan wawasan melalui terapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi riil yang terjadi dilapangan. Dan mengetahui lebih lanjut tentang dampak Covid 19 terhadap Omset



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penjualan usaha pecah bela ditoko Mega Jaya di tinjau menurut Ekonomi Islam.

#### 2. Bagi Pengusaha pecah bela di Toko Mega Jaya

Penelitian ini memberikan masukan yang baik guna mengatasi dan mencari solusi strategi pemasaran ketika pandemi Covid 19 terhadap Omset Penjualan pada Usaha Pecah Bela ditoko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang.

#### 3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan bagi penelitian selanjutnya dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan SI pada jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### E. Metode Penelitian

#### 1. Jenis Dan Lokasi Penelitian

##### a. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci<sup>11</sup>

##### b. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada pengusaha pecah bela di toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang. Alasan penulis

<sup>11</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian pendidikan*,.(Bandung:Alfabeta, 2019) h. 25.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau

melakukan penelitian di lokasi ini karena lokasi ini merupakan toko besar serta terletak di tengah pasar, sehingga diharapkan dengan meneliti disana, penulis dapat memperoleh data yang valid tentang penjualan. Karena sebelum Covid 19 masuk ke Indonesia omset penjualan meningkat dari bulan ke bulan sedangkan pada saat Covid 19 omset penjualan menurun.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang dimaksud adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian yang bersumber dari informan.<sup>12</sup> Subjek penelitian di sini adalah pihak yang terkait dan mempunyai peran penting dalam usaha Pecah Bela Toko Mega Jaya yaitu: seorang pemilik usaha Toko Mega Jaya dan 2 karyawan toko.

### b. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah permasalahan atau tema yang sedang diteliti.<sup>13</sup> Objek penelitian disini adalah covid 19 terhadap Omset penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah.

### c. Populasi dan Sampel

<sup>12</sup>Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 91

<sup>13</sup>*Ibid.*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian.<sup>14</sup> Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah 6 toko usaha pecah belah di Jalan Datuk Tabano Bangkinang dan sampel pada penelitian ini adalah pemilik Toko Mega Jaya yang berjumlah 1 orang dan 2 karyawan.

### 3. Sumber data

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari subjeknya.<sup>15</sup> Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung pihak pengusaha toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tambano Bangkinang.
2. Data Sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.
3. Data Tersier, yaitu data penunjang dari kedua data diatas yakni data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh melalui

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, ( Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), Cet.Ke-12, h. 108.

<sup>15</sup>Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), h. 131



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syaif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kamus, insiklopedia dan lain sebagainya yang masih ada keterkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan agar data-data yang dikumpulkan relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

##### a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan penjawab atau responden dengan menggunakan alat.<sup>16</sup> adalah Analisis Dampak covid 19 terhadap Omset Penjualan usaha pecah belah Toko mega jaya di jalan datuk tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Syariah.

##### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>17</sup> Yaitu berupa arsip pencatatan penghasilan yang masuk setiap bulan / setiap transaksi yang terjadi di Toko Mega Jaya.

<sup>16</sup>Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 193

<sup>17</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet ke-17, 2012) h. 240



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### c. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *deskriptif*, yaitu suatu metode dalam meneliti suatu kelompok, manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.<sup>18</sup> Metode ini menganalisis data-data yang diperoleh dikumpulkan, dianalisa, dan akan diinterpretasikan sebagai hasil analisa kualitatif. Analisa ini digunakan sebagai alat untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai gambaran umum adalah Analisis Dampak covid 19 terhadap Omset penjualan pada usaha pecah belah Toko mega jaya di jalan Datuk Tabano Bangkinang di tinjau menurut Ekonomi Islam.

### d. Teknik Penulisan

Dalam pembahasan penulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Metode deduktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang akan diteliti sesuai dengan yang diperoleh. Kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut

---

<sup>18</sup>Op.Cit h. 54



## F. Sistematika Penulisan

Untuk melihat gambaran singkat skripsi ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri dari Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai Kondisi Geografis dan Demografis Toko Mega Jaya, dan gambaran umum kegiatan pengelolaan usaha UMKM toko Mega Jaya.

### **BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini membahas tentang dari segi teori yang berkenaan dengan: Pengertian penjualan, omset penjualan dan bisnis pecah belah dalam perspektif umum dan perspektif Ekonomi Syariah.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian meliputi: Dampak Covid 19 terhadap Omset penjualan di toko Mega Jaya, dan analisis strategi pemasaran pada masa pandemi Covid 19 terhadap omset penjualan di tinjau menurut Ekonomi Syariah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian, berdasarkan kesimpulan tersebut dikemukakan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### A. Keadaan Geografis Dan Demografis Kelurahan Bangkinang

#### 1. Geografi

Kelurahan Bangkinang kota merupakan salah satu bagian dari Kecamatan Bangkinang kota yang juga merupakan Ibu kota Kabupaten Kampar, dan merupakan Kelurahan induk dan telah dimekarkan, yang diresmikan pemekarannya pada tahun 2001, terpisah menjadi 2 (dua) wilayah Kelurahan / Desa yaitu Kelurahan Bangkinang dan Kumantan Kecamatan Bangkinang.

Wilayah Kelurahan Bangkinang memiliki batas batas sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara dengan Sungai Kampar.
- b. Sebelah Selatan dengan Desa Ridan Permai.
- c. Sebelah Timur dengan Desa Kumantan.
- d. Sebelah Barat dengan Kelurahan Langgini<sup>19</sup>

#### Orbritasi

- a. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan (Kecamatan Bangkinang): 1 KM
- b. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten (Kabupaten Kampar): 3 KM
- c. Jarak ke Ibu Kota Provinsi (Provinsi Riau): 60 KM

Kelurahan Bangkinang berada pada ketinggian 40 m dari permukaan laut dan mempunyai luas wilayah 2712 Ha. Sebagian besar

<sup>19</sup> Kantor Kelurahan Bangkinang, 2020

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wilayah Kelurahan Bangkinang merupakan daerah daratan (95%) dengan kemiringan rata-rata 8-14%, daerah dialiri oleh Sungai Kampar dan beberapa sungai kecil yang ikut mengairi wilayah Kelurahan Bangkinang, terdiri dari dataran rendah dan perbukitan. Tanah yang subur namun sesuai dengan keadaan penduduknya maka Kelurahan Bangkinang sebagai pusat ekonomi rakyat Kabupaten Kampar juga pendidikan serta pusat pemerintahan sedangkan sektor pertanian dan perkebunan juga menjadi komoditi yang ikut menunjang pendapatan warga masyarakatnya.

## 2. Demografi

Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari kantor Kelurahan Bangkinang tahun 2014, jumlah penduduk Kelurahan Bangkinang adalah

### a. Kependudukan

**Tabel II.1**  
**Jumlah Penduduk Kelurahan Bangkinang**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Jiwa	Persentase
1	Laki-laki	6.574	51,4 %
2	Perempuan	6.203	48,5%
	<b>Jumlah</b>	<b>12.777</b>	<b>100%</b>

Sumber Data : *Statistik Kantor Kelurahan Bangkinang 2020*

Berdasarkan sumber data diatas bahwa penduduk Kelurahan Bangkinang berjumlah 12.777 jiwa. Dimana jumlah laki-laki lebih besar dari jumlah perempuan. Secara biologis jumlah kelahiran bayi laki-laki pada umumnya lebih besar dibandingkan dengan kelahiran bayi perempuan, namun

Penduduk Kelurahan Bangkinang jika dilihat berdasarkan klasifikasiusia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel II.2**  
**Klasifikasi Penduduk Menurut Kelompok Umur**

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Jiwa	Persentase
1	0-12 bulan	193	11.09%
2	05-09	5.270	12.10%
3	10-14	5.502	12.63%
4	15-19	4.685	10.75%
5	20-24	7.255	16.65%
6	25-29	3.655	8.40%
7	30-34	2.530	5.80%
8	35-39	2.275	5.22%
9	40-44	2.860	6.56%
10	45-49	2.030	4.66%
11	50-54	1.532	3.50%
12	55-59	790	1.80%
13	60-ke atas	366	0.84%
	<b>Jumlah</b>	<b>43.550</b>	<b>100%</b>

Sumber; Data statistik kantor Kelurahan Bangkinang 2020

Sebagaimana yang terlihat pada tabel II.2 bahwa berdasarkan kelompok umur jumlah penduduk berusia (20-24 tahun) menduduki tingkat pertama, yaitu sebanyak 7.255 orang atau (16,65%) dan tingkat usia paling sedikit populasinya adalah berusia (60 tahun ke atas) sebanyak 366 orang atau (0,84%).

Akibat dari pertumbuhan penduduk dan berkembangnya fisik kota yang cukup pesat, wilayah ini telah dijadikan sasaran objek pengembangan kegiatan pembangunan kota yang telah dituangkan dalam Rencana Tata Kota Daerah Bangkinang, sehingga akan memberikan prospek yang cukup bagus bagi kemajuan kehidupan

masyarakat di daerah kelurahan Bangkinang, terbukti dengan banyaknya sektor usaha yang banyak bermunculan di daerah ini.<sup>20</sup>

## B. Ekonomi

Dalam kegiatan ekonomi warga Kelurahan Bangkinang banyak melakukan kegiatan-kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan pendapatan keluarga yaitu dengan bertransaksi dari segi pasar, pertokoan, pergudangan dan lain-lain.

Untuk lebih jelas dapat di lihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel II.3**  
**Kegiatan Ekonomi Warga Kelurahan Bangkinang**

NO	Kegiatan Ekonomi	Jumlah	Persentase
1	Pasar	1	0.8 %
2	Pertokoan	216	48%
3	Pergudangan	4	0.8%
4	Toserba	4	0.8%
5	Warung/kedai	4	0.8%
6	Rumah makan	2	0.8%
7	Tukang pangkas	4	0.8 %
8	Bengkel/sorum	1	0.8%
	<b>Jumlah</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Kelurahan Bangkinang 2020

Dari tabel II.6 diatas dapat di ketahui bahwa kegiatan ekonomi masyarakat Kelurahan Bangkinang Kota ini adalah pertokoan yang paling banyak dengan jumlah 216 (48%), kedua pergudangan, toserba, warung/ kedai dan tukang pangkas dengan jumlah masing-masing 4 (0.8%), ketiga rumah makan dengan jumlah 2 (%), selanjutnya rumah makan dengan jumlah 14 (3.1%), tukang pangkas berjumlah 7 (1.6%), dan terakhir dalam kegiatan ekonomi masyarakat kelurahan Derlima adalah pasar, toserba dan bengkel sorum dengan jumlah 1 (0.8%), Ini menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi yang paling banyak di lakukan

<sup>20</sup>Hasil pengolahan data *observasi*, di Kelurahan Bangkinang kota pada tahun 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh masyarakat kelurahan Bangkinang Kota adalah pertokoan dan di ikuti oleh kegiatan-kegiatan lainnya.<sup>21</sup>

### C. Gambaran Kegiatan Usaha Pecah Belah di Jalan Datuk Tabano.

Usaha pecah belah di Jalan Datuk Tabano Kelurahan Bangkinang merupakan usaha mikro kecil menengah yang dikelola oleh sekelompok pengusaha pecah belah di Jalan Datuk Tabano Kelurahan Bangkinang yang dengan usaha ini digunakan sebagai mata pencarian oleh pengusaha.

Usaha pecah belah merupakan aneka perabotan rumah tangga menjadi salah satu produk kebutuhan yang cukup di cari masyarakat sebagai alat untuk mengerjakan berbagai aktivitas kegiatan rumahan sehari-hari. Ragam kegiatan tersebut sangat beraneka jenisnya, sehingga membutuhkan juga alat-alat perabotan yang banyak rupanya. Dari mulai bersih-bersih hingga memasak tidak bisa lepas dari penggunaan alat-alat ini.

Peralatan rumah tangga seperti ember, sapu, lap, piring, gelas, tempat sampah, kemoceng, dan tentunya masih sangat banyak lagi yang lainnya, menjadi produk yang sifatnya wajib di miliki setiap rumah. Dengan pesatnya pertumbuhan penduduk yang ada hingga sekarang ini, juga memicu meningkatnya permintaan terhadap aneka produk tersebut sehingga semua tersedia di Toko Mega Jaya ini.

Usaha pecah belah di Jalan Datuk Tabano Kelurahan Bangkinang beroperasi dari pagi hingga sore hari. Lokasi beroperasinya usaha pecah belah adalah sebuah toko dekat pasar yang dimana disekitaran jalan datuk tabano bisa kita jumpai banyak toko usaha pecah bela. Dan sebagian besar sumber penerangan

<sup>21</sup>Data Kelurahan Bangkinang tahun 2020



atau listrik secara kolektif, yaitu dengan membayar biaya listrik perbulan dimana toko atau gedung yang ditempati disewa dengan dibayar perbulan/ pertahun.

Maka tidak mengherankan jika toko-toko yang berjualan peralatan rumah tangga kebanyakan bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama, bahkan banyak diantaranya yang merupakan bisnis turun temurun yang terus di lanjutkan oleh sanak keluarganya. Usaha pecah belah memiliki ciri-ciri tersendiri diantaranya harga beranekaragam, banyak produk atau pilihan. Oleh karena itu pengusaha pecah belah harus bisa menganalisa bagaimana keadaan usahanya dan bagaimana prospek kedepannya. Dari sinilah penulis sedikit membantu untuk mengetahui analisis omset penjualan usaha dan perkembangan usaha-usaha UMKM pecah belah di jalan Datuk Tabano Kelurahan Bangkinang dengan melakukan penelitian kepada informan-informan terkait.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III

## TINJAUAN TEORITIS

### A. Omset Penjualan

#### 1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.

Mengenai definisi penjualan dijelaskan oleh beberapa ahli sebagai berikut: Menurut Swasth mengemukakan bahwa “Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/ jasa yang ditawarkan”<sup>22</sup>. Sedangkan menurut Saydam bahwa “Penjualan atau menjual merupakan suatu disiplin ilmu dan sekaligus seni (art) untuk mempengaruhi orang lain, yang dilakukan oleh petugas penjual, agar yang bersangkutan bersedia membeli produk yang ditawarkan. Selanjutnya Russel dan Beach dalam Sadeli mengemukakan bahwa “menjual adalah seni penyesuaian diri yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan yang lain untuk membeli apa yang ia mau jual”.

---

<sup>22</sup> Basu Swasth, *Manajemen Penjualan* Edisi Ketiga, (Yogyakarta: BPFE,2001), h. 101.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut pendapat lain, Penjual adalah menyerahkan barang dan jasa kepada yang memerlukan dengan mendapatkan pengembalian imbalan.<sup>23</sup>

Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).<sup>24</sup>

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.

## 2. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

<sup>23</sup> Nur Jannah. “*pengaruh biaya promosi terhadap omset penjualan pada PT.Riau Post Intermedia Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi Islam*” ( Disertasi: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Khasim Riau, 2013), h. 27

<sup>24</sup> M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.166.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.<sup>25</sup>
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut<sup>26</sup>:

- a. Kondisi dan kemampuan penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah

<sup>25</sup>FandyTjiptono dkk,*Pemasaran startegi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h.604.

<sup>26</sup>Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* Edisi Ketiga,(Yogyakarta: BPFE,2001), h.59.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penting yang sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.

#### b. Kondisi pasar

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

#### c. Modal

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Dan semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

#### d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Dan semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

#### e. Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti : periklanan, peragaan, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk sukses dalam meningkatkan omset penjualan, maka harus dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu, harus memperhatikan pula faktor-faktor lain menurut Basu Swasta danirawan seperti: “modal yang diperlukan, kemampuan merencanakan dan membuat produk, kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat, kemampuan memilih penyalur yang tepat, kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat dan unsur penunjang lainnya”<sup>27</sup>.

Di sinilah faktor-faktor di atas harus mendapat perhatian sepenuhnya, agar omset penjualan yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai. Untuk meningkatkan permintaan maka perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan. Penjualan merupakan fungsi yang memegang peranan penting dalam bidang pemasaran, karena betapapun lancarnya suatu proses jika fungsi penjualan gagal, maka kelangsungan hidup perusahaan tidak akan terjamin. Oleh karena itu fungsi penjualan merupakan standar maju mundurnya suatu perusahaan.

#### 4. Omset Penjualan

Omset penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Omset/omzet adalah nilai transaksi yang terjadi dalam hitungan waktu tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, tahunan. Omset bukan nilai keuntungan, juga

---

<sup>27</sup> *Ibid.*



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bukan nilai kerugian. Nilai omset yang besar dengan nilai keuntungan yang kecil atau terjadi kerugian adalah bukti ketidak efisienan manajemen dan sebaliknya.<sup>28</sup>

Meningkatkan omset penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.

Definisi omset penjualan menurut kamus Bahasa Indonesia adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omset penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omset penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama suatu masa jual.

Dari beberapa observasi serta analisa strategi yang saya berikan keteman-teman UKM, berikut ini beberapa cara yang bisa dilakukan pemilik bisnis / pelaku UKM untuk meningkatkan omset bisnis:

a. Target market potensial

Untuk meningkatkan omset bisnis, salah satu cara penting yang perlu dilakukan adalah menentukan target market atau target

---

<sup>28</sup> Nur Jannah. “*pengaruh biaya promosi terhadap omset penjualan pada PT.Riau Post Intermedia Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi Islam*” ( Disertasi: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Khasim Riau, 2013), h. 27



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen yang paling berpotensi untuk meningkatkan omset. Misalnya kalangan menengah ke atas (karena produk kita premium) atau kalangan anak-anak sekolah / mahasiswa karena produk kita memang fokus untuk melayani kebutuhan siswa / mahasiswa.

#### b. Rencanakan promosi

Cara selanjutnya untuk meningkatkan omset bisnis adalah melakukan perencanaan promosi. Banyak UKM tidak melakukan perencanaan terlebih dulu ketika akan melakukan promosi bisnisnya. Merencanakan bisnis bisa dilakukan secara sederhana, misalnya tetapkan periode waktu promosi, tetapkan list strategi promosi, serta target yang ingin dicapai.

#### c. Membuat paket produk

Ada cara untuk membuat konsumen melakukan pembelian produk kitadalam jumlah besar. Langkah sederhana ini adalah dengan membuat paket-paket produk. Paket produk ini bertujuan agar konsumen membeli produk kita lebih dari satu produk, misalnya saja paket bundling, paket hemat, paket premium ataupun paket-paket saat periode tertentu (hari besar, hari istimewa, dan sebagainya).

#### d. Insentif untuk Konsumen

Langkah lainnya yang cukup ampuh untuk meningkatkan omzet adalah dengan memberikan insentif ke konsumen jika konsumen

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut melakukan pembelian berulang atau pembelian dalam jumlah tertentu. Pada dasarnya konsumen senang jika diberi insentif sehingga akan memotivasi untuk melakukan pembelian lebih. Insentif bisa berupa potongan harga, gimmick hadiah, tambahan bonus, dan lain-lain.

#### e. Varian produk

Strategi selanjutnya adalah dengan melakukan pengembangan produk (product development). Pengembangan produk ini bisa kita lakukan dengan cara membuat varian produk/jasa yang lebih variatif. Hal yang penting dari strategi ini adalah kita peka terhadap kebutuhan konsumen. Varian produk ini bisa dalam hal ukuran yang berbeda, fitur yang berbeda, jenis produk, tipe, serta variasi lainnya.

## B. Strategi Pemasaran

### 1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.<sup>29</sup> Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk

<sup>29</sup>Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2001, h. 2.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation).<sup>30</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

pemasaran merupakan prestasi kerja dalam suatu kegiatan usaha dengan mengalirnya suatu barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen.<sup>31</sup> Serta pengertian lainya Pemasaran merupakan suatu proses dalam masyarakat yang berfungsi memudahkan (memberikan/menciptakan fasilitas-fasilitas) penyesuaian produk aparat-aparat produksi dengan persepsi dan kehendak masyarakat konsumen itu sendiri. Sering terdengar orang banyak berbicara mengenai penjualan, pembelian, transaksi dan perdagangan; tetapi apakah istilah ini sama degan apa yang dimaksud dengan pemasaran? Timbulnya penafsiran yang tidak tepat ini, terutama disebabkan karena masih banyaknya yang mengetahui dengan tepat definisi tentang pemasaran tersebut.<sup>32</sup> Penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat pula dari definisi *American Marketing Association* 1960, yang menyatakan pemasraan adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran akan menyebabkan banyak

<sup>30</sup>Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Book, 2008, h.27.

<sup>31</sup> T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton hotel Yograkarta". *Jurnal Bisnis Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018* . diakses pada 29 Desember 2020.

<sup>32</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 1992, h. 2.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengusaha dunia yang berorientasi pada produksi dan berfikir dari segi produksi. Mereka menekankan produk apa yang dapat dihasilkan, bukan produk yang dapat dipasarkan.<sup>33</sup>

Pengertian lain menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran produk serta pelayanan secara bebas dengan orang lain.<sup>34</sup>

### 3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu-kewaktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>35</sup>

Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan superior, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk

<sup>33</sup> *Ibid.* h. 3.

<sup>34</sup> Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing Wise*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005, h. 4.

<sup>35</sup> Sofjan Assauri, *Op Cit*, h. 154.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari strategi yang diterapkan disebuah perusahaan.<sup>36</sup>

Strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Selain itu strategi yang telah dijalankan harus dinilia kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini.

Faktor lingkungan yang dianalisa dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan. Sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya, yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi dan pelayanan.<sup>37</sup>

#### 4. Segmentasi, Targeting dan Positioning

Dalam mencapai hasil pemasaran yang maksimal, terlebih dahulu perlu menerapkan konsep inti pemasaran yaitu dengan menentukan segmentasi, targeting dan positioning (STP). Dalam rangkaian proses

<sup>36</sup> Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Op Cit*, h. 13.

<sup>37</sup> Sofjan Assauri, *Op Cit*, h. 154-155.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran, strategi segmentasi, targeting dan positioning berada di tahap awal yang paling penting yakni mengidentifikasi customer value atau nilai dari pelanggan. STP berada di level strategi karena menentukan bagaimana menggarap pasar.

#### a. Segmentasi

Tjiptono menyatakan Segmentasi pasar adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam kebutuhan, keinginan dan perilaku terhadap program pemasaran spesifik. Sedangkan Segmentasi pasar adalah suatu proses untuk membagi-bagi atau mengelompokkan konsumen ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Segmentasi pasar juga dapat diartikan sebagai usaha untuk membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok yang dapat dibedakan satu sama lain dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin akan memerlukan produk-produk dan strategi pemasaran tertentu untuk menjangkaunya.<sup>38</sup>

Jadi, segmenting pasar adalah perusahaan membagi-bagi beberapa segmentasi pasar menurut kelompok pasar tertentu. Tujuan dari segmentasi pasar adalah untuk menentukan produk sesuai dengan karakter masing-masing pasar agar tepat pada sasaran. Segmentasi pasar juga dimaksudkan untuk

<sup>38</sup> Wijaya, "strategi segmentasi, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan kecap blekok dicilacap", *AJIE. Vol. 01, No. 03, September 2016*. Di akses pada 29 Desember 2020.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengidentifikasi kelas-kelas dalam masyarakat yang mempunyai perbedaan kebutuhan akan produk perusahaan. Sehingga dengan segmentasi tersebut pasar yang heterogen dapat dibagi-bagi dalam beberapa segmen pasar yang bersifat homogen.

#### b. Targeting

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market. Target market adalah sekumpulan nasabah yang dituju yang akan dilayani dengan program pemasaran tertentu. Pasar sasaran atau market targeting terdiri dari sekumpulan pembeli yang mempunyai kebutuhan atau karakter yang sama, yang ingin dilayani oleh perusahaan.

Targeting merupakan tindakan menilai ketertarikan dan minat dari beragam segmen pasar, kemudian menentukan segmen pasar mana yang akan Anda jadikan sebagai target pasar. Target pasar dipahami sebagai kelompok yang dipilih oleh suatu bisnis untuk dijadikan sebagai calon pelanggan dengan melakukan penargetan dan segmentasi.<sup>39</sup>

#### c. Positioning

Penempatan produk (positioning) mencakup kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan

<sup>39</sup><https://www.xendit.co/id/blog/pahami-segmenting-targeting-positioning-dalam-strategi-pemasaran>. Di akses pada 29 Desember 2020.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menetapkan bauran pemasaran yang terperinci. Pada hakekatnya penempatan produk adalah tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar tercipta kesan tertentu diingatan konsumen (Lubis, 2004).<sup>40</sup>

*positioning* atau penempatan produk yang merupakan upaya untuk menempatkan posisi produk dalam menghadapi persaingan. Pengembangan strategi pemasaran ini bertujuan untuk mempengaruhi tentang bagaimana suatu segmen pasar tertentu menilai produk maupun jasa ketika dibandingkan dalam kompetisi pasar. Sementara, dalam menentukan posisi pasar Anda harus menunjukkan bahwa produk bisa dibedakan dari kompetitornya.

### 5. Konsep Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur atau elemen-elemen internal penting yang membentuk program pemasaran dalam sebuah organisasi.<sup>41</sup> Bauran pemasaran memiliki empat komponen yang terdiri dari 4P yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat, termasuk distribusi), Promotion (promosi). Tapi yang paling penting adalah pelaku pemasaran harus mengetahui pendekatan yang akan membantu mereka merumuskan strategi bauran pemasaran yang efektif. Bauran pemasaran terdiri dari "empat P" yaitu:

<sup>40</sup> Wijaya, *Op Cit.* h. 180.

<sup>41</sup> Adrian Payne, *Services Marketing Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1993), h. 28.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Produk (Product/)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, design, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.

#### b. Harga (Price)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.<sup>42</sup>

#### c. Tempat (Place)

Penyaluran distribusi adalah bagaimana produk yang akan kita pasarkan itu sampai ketangan konsumen.<sup>43</sup> Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan tersebut meliputi keputusan lokasi fisik di mana sebuah perusahaan harus didirikan. Penentuan lokasikantor

<sup>42</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin dan Sunarti, "Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 29 No.1 Desember 2015. diakses pada 29 Desember 2020.

<sup>43</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2010, h. 5.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Penetapan pasar perusahaan tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen, karena lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah dalam berhubungan dengan perusahaan tersebut. Tujuan dari strategi tempat adalah untuk menyalurkan produk dan mengusahakan produk perusahaan dapat dicapai konsumen sasarannya.

#### d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya.<sup>44</sup> Pengertian lain menjelaskan promosi adalah kegiatan memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli kegiatan promosi ini biasanya merupakan komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran, dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menarik konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Semakin besar dana yang dimiliki oleh suatu perusahaan umumnya akan menghasilkan promosi yang sangat baik.

<sup>44</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab sebelumnya ada beberapa kesimpulan yang dapat di ambil diantaranya:

1. Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidak stabilan dalam perekonomian terutama pada pengusaha pecah belah. Selama pandemi Covid-19 penyebarannya belum mereda maka kebijakan seperti melarang adanya perkumpulan manusia berskala besar akan terus digalakkan meski berdampak pada perekonomian nasional. Para produsen akan kehilangan pasarnya lantaran sepi konsumen yang lebih memilih tetap di rumah guna menghindari tertular penyakit Covid-19 ini. Sehingga membuat omset penjualan menurun pada saat pandemic Covid 19 masuk di Indonesia.
2. Produsen harus memutar otak agar hasil produksinya bisa tetap laku dibeli konsumen tanpa ada pasar yang nyata yang sementara masih banyak yang ditutup oleh Pemerintah. Produsen disini yang kami maksud adalah pengusaha besar dan juga UMKM harus memahami teori perilaku produksi yang ada dan juga memahami strategi pemasaran yang baik untuk menghindari kerugian yang lebih besar dan agar usahanya tetap berjalan dan tidak bangkrut di tengah krisis akibat Covid-19 ini. Dalam mempertahankan penjualan tentunya pengusaha harus memikirkan strategi yang cocok untuk diterapkan pada saat masa pandemi saat ini. Sosial media



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(digital) dalam hal ini utamanya online seperti Shopee, Lazada, Facebook dan lain sebagainya adalah sebuah alternatif terbaik guna menyasiasi pasar nyata yang ditutup dan untuk menawarkan produknya agar bisa sampai kepada konsumen.

3. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap penjualan usaha pecah belah telah berjalan sesuai syariat karna dalam menjalankan usahanya pengusaha melakukan kegiatan pasar dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan pandemi saat ini serta sikap jujur, memberikan produk yang berkualitas baik, serta memberikan diskon menarik kepada pelanggan sehingga Tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi semua dilakukan suka sama suka dan bahkan manolong satu sama lain. Namun, pemasarannya tidak sesuai dengan konsep pemasaran Ekonomi Islam dengan tidak dimilikinya anggota yang fathanah (cerdas). Karena kecerdasan sangat penting dan diperlukan dalam pemasaran. Hanya orang cerdaslah yang mampu memberikan profitabilitas yang maksimal serta mampu memajukan dan mengembangkan suatu usaha.

#### B. Saran

Setelah melakukan penelitian analisis dampak Covid 19 terhadap Omset Penjualan pada usaha pecah belah Toko Mega jaya di jalan Datuk Tabano Bangkinang kota di tinjau menurut Ekonomi Syariah. Penulis ingin menyampaikan saran diantaranya ialah:

1. Pelaku UMKM dapat mengadopsi strategi bertahan yang sudah dijelaskan dan diharapkan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan

bisnis di masa pandemi ini maupun dimasa yang akan datang, karena pelaku usaha yang dapat bertahan adalah yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis.

2. Pemerintah yang berwenang, diharapkan terus memberikan edukasi dalam bentuk sosialisasi atau pelatihan kepada pelaku usaha. Membentuk jaringan komunikasi bagi pengusaha sehingga mudah dipantau dan keterampilan pengusaha pecah belah akan semakin meningkat.
3. Peneliti berikutnya dapat memperluas penelitian dan melihat efektifitas strategi bertahan terhadap penjualan yang sudah di rumuskan terhadap UMKM.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdul Bashith, *Islam dan Manajemen Koperasi*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- Adrian Payne, *Services Marketing Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 1993.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Basu Swasth, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Basu Swasth, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- FandyTjiptono dkk, *Pemasaran startegi*, Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008.
- Indriyp Gitosudarmo, *pengantar Bisnis Edisi 9*. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT raja Grafindo Persada, 2012.
- M. Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2007.
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Mawardi, *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Alfa Riau Graha Unri Press, 2007.
- Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah*, Jakarta: Gema Insanai Press, 2004.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2011.
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ruqaiyah Waris Masqud, *Harta Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Nasional, 2003.
- Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 1992.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet ke-17, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.
- Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing Wise*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005.
- Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Book, 2008.
- Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alvabet, 2005.

## B. Jurnal

- Dimas Hendika Wibowo.Zainul Arifin dan Sunarti,”Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM”*jurnal administrasi bisnis, Vol. 29 No.1 Desember 2015*. diakses pada 29 Desember 2020.
- Nur Jannah.”pengaruh biaya promosi terhadap omset penjualan pada PT.Riau Post Intermedia Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi Islam,”*Disertasi: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Khasim Riau, 2013*.
- Syafrida dan Ralang Hartati. “Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia.” *SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta .Vol. 7 No. 6 (2020), pp. 495-508, DOI: 10.15408/sjsbs.v7i6.15325*.
- T. Prasetyo Hadi Atmoko,”Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton hotel Yograkarta”. *JITHOR.Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018* . diakses pada 29 Desember 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wijaya, "strategi segmentasi, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan kecap blekok" dicilacap, *Jurnal ekonomi Vol. 01, No. 03, September 2016*. Di akses pada 29 Desember 2020.

**C. Website**

<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-51999550>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020. Pukul 13.00 WIB.

<https://www.jurnal.id/id/blog/pemasaran-online-psbb-dan-arti-lockdown-bagi-ukm/> diakses pada tanggal 5 Juli 2020.

<https://www.xendit.co/id/blog/pahami-segmenting-targeting-positioning-dalam-strategi-pemasaran>. Di akses pada 29 Desember 2020.

Risna, "Pengaruh aturan WFH terhadap Omset bisnis UMKM", artikel dari <https://www.jurnal.id/id/blog/atasi-kekhawatiran-penurunan-omzet-umkm-akibat-wfh/>. Di akses pada 20 November 2020.

Uptwon, "10 hal yang menyebabkan omset penjualan menurun, artikel dari <https://uptown.id/id/2020/10/22/10-hal-yang-menyebabkan-omzet-penjualan-menurun/>. Di akses pada 20 November 2020.

Lampiran Dokumentasi

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

JANUARI 2020

1 Januari 2020	→ Rp	2.975.000
2 Januari 2020	→ Rp	995.000
3 Januari 2020	→ Rp	1.085.000
4 Januari 2020	→ Rp	1.255.000
5 Januari 2020	→ Rp	3.490.000
6 Januari 2020	→ Rp	1.361.000
7 Januari 2020	→ Rp	1.110.000
8 Januari 2020	→ Rp	2.775.000
9 Januari 2020	→ Rp	1.410.000
10 Januari 2020	→ Rp	1.200.000
11 Januari 2020	→ Rp	1.130.000
12 Januari 2020	→ Rp	1.010.000
13 Januari 2020	→ Rp	1.420.000
14 Januari 2020	→ Rp	985.000
15 Januari 2020	→ Rp	2.674.000
16 Januari 2020	→ Rp	950.000
17 Januari 2020	→ Rp	885.000
18 Januari 2020	→ Rp	470.000
19 Januari 2020	→ Rp	2.600.000
20 Januari 2020	→ Rp	510.000
21 Januari 2020	→ Rp	565.000
22 Januari 2020	→ Rp	1.865.000
23 Januari 2020	→ Rp	655.000
24 Januari 2020	→ Rp	1.455.000

Date

26 Januari 2020	→ Rp	2.750.000
26 Januari 2020	→ Rp	1.305.000
27 Januari 2020	→ Rp	1.025.000
28 Januari 2020	→ Rp	1.715.000
29 Januari 2020	→ Rp	1.570.000
30 Januari 2020	→ Rp	3.253.000
31 Januari 2020	→ Rp	535.000

Februari 2020

1 Februari 2020	→ Rp	970.000
2 Februari 2020	→ Rp	810.000
3 Februari 2020	→ Rp	1.147.000
4 Februari 2020	→ Rp	1.490.000
5 Februari 2020	→ Rp	900.000
6 Februari 2020	→ Rp	1.200.000
7 Februari 2020	→ Rp	2.850.000
8 Februari 2020	→ Rp	1.700.000
9 Februari 2020	→ Rp	1.910.000
10 Februari 2020	→ Rp	160.000
11 Februari 2020	→ Rp	1.040.000
12 Februari 2020	→ Rp	1.080.000
13 Februari 2020	→ Rp	1.075.000
14 Februari 2020	→ Rp	1.850.000
15 Februari 2020	→ Rp	120.000
16 Februari 2020	→ Rp	4.788.000
17 Februari 2020	→ Rp	470.000
18 Februari 2020	→ Rp	1.250.000
19 Februari 2020	→ Rp	2.050.000
20 Februari 2020	→ Rp	2.180.000
21 Februari 2020	→ Rp	1.210.000
22 Februari 2020	→ Rp	3.850.000
23 Februari 2020	→ Rp	2.200.000
24 Februari 2020	→ Rp	85.000

Date

25 Februari 2020	→ Rp	1.800.000
26 Februari 2020	→ Rp	3.740.000
27 Februari 2020	→ Rp	290.000
28 Februari 2020	→ Rp	1.200.000
29 Februari 2020	→ Rp	680.000

Maret 2020

1 Maret 2020	→ Rp	2.270.000
2 Maret 2020	→ Rp	405.000
3 Maret 2020	→ Rp	1.200.000
4 Maret 2020	→ Rp	2.075.000
5 Maret 2020	→ Rp	571.000
6 Maret 2020	→ Rp	535.000
7 Maret 2020	→ Rp	1.600.000
8 Maret 2020	→ Rp	980.000
9 Maret 2020	→ Rp	295.000
10 Maret 2020	→ Rp	575.000
11 Maret 2020	→ Rp	1.715.000
12 Maret 2020	→ Rp	975.000
13 Maret 2020	→ Rp	2.035.000
14 Maret 2020	→ Rp	975.000
15 Maret 2020	→ Rp	2.055.000
16 Maret 2020	→ Rp	1.435.000
17 Maret 2020	→ Rp	1.240.000
18 Maret 2020	→ Rp	2.952.000
19 Maret 2020	→ Rp	885.000
20 Maret 2020	→ Rp	2.385.000
21 Maret 2020	→ Rp	295.000
22 Maret 2020	→ Rp	715.000
23 Maret 2020	→ Rp	240.000
24 Maret 2020	→ Rp	130.000

Date

25 Maret 2020	→ Rp	1.970.000
26 Maret 2020	→ Rp	345.000
27 Maret 2020	→ Rp	1.100.000
28 Maret 2020	→ Rp	215.000
29 Maret 2020	→ Rp	1.570.000
30 Maret 2020	→ Rp	1.870.000
31 Maret 2020	→ Rp	690.000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Tgl	Uraian	April
1	2020	→ Rp	744.000
2	2020	→ Rp	1.500.000
3	2020	→ Rp	265.000
4	2020	→ Rp	255.000
5	2020	→ Rp	860.000
6	2020	→ Rp	610.000
7	2020	→ Rp	2.146.000
8	2020	→ Rp	560.000
9	2020	→ Rp	985.000
10	2020	→ Rp	1.472.000
11	2020	→ Rp	920.000
12	2020	→ Rp	885.000
13	2020	→ Rp	450.000
14	2020	→ Rp	2.455.000
15	2020	→ Rp	1.115.000
16	2020	→ Rp	730.000
17	2020	→ Rp	530.000
18	2020	→ Rp	1.770.000
19	2020	→ Rp	1.025.000
20	2020	→ Rp	830.000
21	2020	→ Rp	3.180.000
22	2020	→ Rp	1.808.000
23	2020	→ Rp	1.905.000

No	Tgl	Uraian	April
25	2020	→ Rp	1.120.000
26	2020	→ Rp	2.000.000
27	2020	→ Rp	2.000.000
28	2020	→ Rp	435.000
29	2020	→ Rp	1.000.000
30	2020	→ Rp	1.000.000

No	Tgl	Uraian	Mei
1	2020	→ Rp	1.715.000
2	2020	→ Rp	600.000
3	2020	→ Rp	2.115.000
4	2020	→ Rp	1.370.000
5	2020	→ Rp	300.000
6	2020	→ Rp	1.300.000
7	2020	→ Rp	1.485.000
8	2020	→ Rp	1.860.000
9	2020	→ Rp	1.170.000
10	2020	→ Rp	2.515.000
11	2020	→ Rp	1.175.000
12	2020	→ Rp	1.130.000
13	2020	→ Rp	2.730.000
14	2020	→ Rp	1.140.000
15	2020	→ Rp	2.140.000
16	2020	→ Rp	1.730.000
17	2020	→ Rp	5.750.000
18	2020	→ Rp	4.250.000
19	2020	→ Rp	4.640.000
20	2020	→ Rp	1.115.000
21	2020	→ Rp	5.267.000
22	2020	→ Rp	9.025.000
23	2020	→ Rp	12.155.000
24	2020	→ Rp	1.140.000

No	Tgl	Uraian	Mei
25	2020	→ Rp	1.050.000
26	2020	→ Rp	3.240.000
27	2020	→ Rp	3.340.000
28	2020	→ Rp	4.525.000
29	2020	→ Rp	1.740.000

No	Tgl	Uraian	Juni
1	2020	→ Rp	155.000
2	2020	→ Rp	1.120.000
3	2020	→ Rp	3.125.000
4	2020	→ Rp	5.030.000
5	2020	→ Rp	1.650.000
6	2020	→ Rp	505.000
7	2020	→ Rp	2.400.000
8	2020	→ Rp	835.000
9	2020	→ Rp	950.000
10	2020	→ Rp	1.275.000
11	2020	→ Rp	900.000
12	2020	→ Rp	570.000
13	2020	→ Rp	1.170.000
14	2020	→ Rp	1.460.000
15	2020	→ Rp	600.000
16	2020	→ Rp	2.170.000
17	2020	→ Rp	3.205.000
18	2020	→ Rp	620.000
19	2020	→ Rp	880.000
20	2020	→ Rp	2.150.000
21	2020	→ Rp	1.860.000
22	2020	→ Rp	200.000
23	2020	→ Rp	465.000
24	2020	→ Rp	1.465.000

No	Tgl	Uraian	Juni
25	2020	→ Rp	1.365.000
26	2020	→ Rp	425.000
27	2020	→ Rp	1.555.000
28	2020	→ Rp	1.140.000
29	2020	→ Rp	700.000
30	2020	→ Rp	200.000





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20	Kelompok	2019	→	1.050.000
21	Kelompok	2019	→	450.000
22	Kelompok	2019	→	1.370.000
23	Kelompok	2019	→	310.000
24	Kelompok	2019	→	614.000
25	Kelompok	2019	→	1.470.000

1	Kelompok	2019	→	820.000
2	Kelompok	2019	→	630.000
3	Kelompok	2019	→	3.640.000
4	Kelompok	2019	→	2.530.000
5	Kelompok	2019	→	1.040.000
6	Kelompok	2019	→	2.040.000
7	Kelompok	2019	→	410.000
8	Kelompok	2019	→	840.000
9	Kelompok	2019	→	1.170.000
10	Kelompok	2019	→	1.290.000
11	Kelompok	2019	→	780.000
12	Kelompok	2019	→	1.320.000
13	Kelompok	2019	→	410.000
14	Kelompok	2019	→	2.860.000
15	Kelompok	2019	→	1.920.000
16	Kelompok	2019	→	1.400.000
17	Kelompok	2019	→	1.470.000
18	Kelompok	2019	→	4.400.000
19	Kelompok	2019	→	3.240.000
20	Kelompok	2019	→	3.240.000
21	Kelompok	2019	→	1.000.000
22	Kelompok	2019	→	800.000
23	Kelompok	2019	→	1.670.000

1	Oktober	2019	→	1.050.000
2	Oktober	2019	→	3.370.000
3	Oktober	2019	→	1.070.000
4	Oktober	2019	→	920.000
5	Oktober	2019	→	1.800.000
6	Oktober	2019	→	540.000
7	Oktober	2019	→	620.000
8	Oktober	2019	→	280.000
9	Oktober	2019	→	2.720.000
10	Oktober	2019	→	4.720.000
11	Oktober	2019	→	720.000
12	Oktober	2019	→	1.720.000
13	Oktober	2019	→	3.290.000
14	Oktober	2019	→	920.000
15	Oktober	2019	→	1.210.000
16	Oktober	2019	→	1.420.000
17	Oktober	2019	→	340.000
18	Oktober	2019	→	1.020.000
19	Oktober	2019	→	2.810.000
20	Oktober	2019	→	820.000
21	Oktober	2019	→	520.000
22	Oktober	2019	→	1.620.000
23	Oktober	2019	→	170.000

24	Oktober	2019	→	1.240.000
25	Oktober	2019	→	970.000
26	Oktober	2019	→	1.210.000
27	Oktober	2019	→	1.010.000
28	Oktober	2019	→	770.000
29	Oktober	2019	→	1.660.000
30	Oktober	2019	→	1.140.000

1	Desember	2019	→	2.720.000
2	Desember	2019	→	550.000
3	Desember	2019	→	765.000
4	Desember	2019	→	1.710.000
5	Desember	2019	→	720.000
6	Desember	2019	→	3.060.000
7	Desember	2019	→	3.100.000
8	Desember	2019	→	7.800.000
9	Desember	2019	→	840.000
10	Desember	2019	→	650.000
11	Desember	2019	→	1.470.000
12	Desember	2019	→	2.110.000
13	Desember	2019	→	2.070.000
14	Desember	2019	→	1.060.000
15	Desember	2019	→	3.680.000
16	Desember	2019	→	2.210.000
17	Desember	2019	→	1.010.000
18	Desember	2019	→	3.120.000
19	Desember	2019	→	1.100.000
20	Desember	2019	→	710.000
21	Desember	2019	→	3.190.000
22	Desember	2019	→	1.010.000
23	Desember	2019	→	810.000
24	Desember	2019	→	770.000

25	Desember	2019	→	2.820.000
26	Desember	2019	→	907.000
27	Desember	2019	→	1.480.000
28	Desember	2019	→	1.100.000
29	Desember	2019	→	2.810.000
30	Desember	2019	→	3.800.000
31	Desember	2019	→	2.220.000



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *Dampak Covid 19 Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Pecah Belah Toko Mega Jaya Di Jalan Datuk Tabano Bangkinang Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah*, yang ditulis oleh :

Nama : Amin Rais  
 NIM : 11720514734  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Maret 2021 M  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag**

Sekretaris  
**Nuryanti, ME.Sy**

Penguji I  
**Ade Fariz Fakhruallah, M.Ag**

Penguji II  
**Dr. H. Johari, M.Ag**

Kepala Sub Bagian Akademik  
 Fakultas Syariah dan Hukum

**Jalinus, S.Ag**

NIP. 19750801 200701 1 023



**SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Pemilik Toko Mega Jaya :  
 Nama : Jefri  
 Umur : 33 Tahun  
 Jenis kelamin : Laki-laki  
 Alamat : Jl. Ahmad Yani Bangkinang

Dengan ini menerangkan bahwa, saudara :

Nama : Amin Rais  
 NIM : 11720514734  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang/ 07 Juni 1999  
 Program studi/ Jurusan : Ekonomi Syariah  
 Semester : 8 (Delapan)  
 Alamat : Pulau Bodi, Kelurahan Pulau, Kecamatan Bangkinang

Benar telah selesai meneliti/ melaksanakan riset pada:

Tanggal Penelitian : 20 Oktober 2020 – 10 Desember 2020  
 Nama Tempat Penelitian : Usaha Pecah Belah Toko Mega Jaya Bangkinang  
 Alamat : Jalan Datuk Tabano Bangkinang  
 Judul Peneliti : "Dampak Covid 19 Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Pecah Belah Toko Mega Jaya Di Jalan Datuk Tabano Bangkinang Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah".

Waktu Penelitian : Pukul 10.00-15.00 WIB

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Bangkinang, 10 Desember 2020  
 Diketahui Pemilik Toko Mega Jaya



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 08 Januari 2021

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/702/2021  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : AMIN RAIS  
NIM : 11720514734  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VII (Tujuh)  
Lokasi : Jalan datuk tabano bangkinang kota

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Dampak covid 19 terhadap omset penjualan pada usaha pecah belah toko mega jaya di jalan datuk tabano bangkinang ditinjau menurut ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Undang-Undang

UN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/37659  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau**, Nomor : **Un.04/F.II/PP.00.9/702/2021** Tanggal **14 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

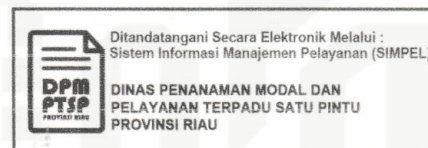
- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama              | : | <b>AMIN RAIS</b>   |
| 2. NIM / KTP         | : | 11720514734  |
| 3. Program Studi     | : | EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : | S1   |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>DAMPAK COVID 19 TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA USAHA PECAH BELAH TOKO MEGA JAYA DI JALAN DATUK TABANO BANGKINANG DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | JALAN DATUK TABANO BANGKINANG KOTA   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 14 Januari 2021



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar  
 Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/37659  
T E N T A N G



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/702/2021 Tanggal 14 Januari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

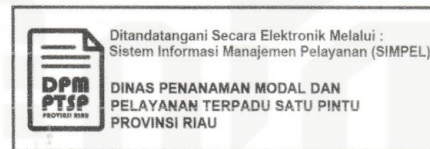
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : AMIN RAIS  |
| 2. NIM / KTP         | : 11720514734  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : <b>DAMPAK COVID 19 TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA USAHA PECAH BELAH TOKO MEGA JAYA DI JALAN DATUK TABANO BANGKINANG DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : JALAN DATUK TABANO BANGKINANG KOTA   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 14 Januari 2021



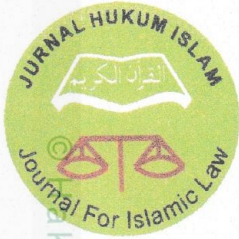
**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
3. Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293  
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
 www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com  
 HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA : AMIN RAIS**  
**NIM : 11720514734**  
**JURUSAN : EKONOMI SYARIAH**  
**JUDUL : DAMPAK COVID 19 TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA USAHA PECAH BELAH TOKO MEGA JAYA DI JALAN DATUK TABANO BANGKINANG DI TINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

**Pembimbing: Dr. Mawardi, M. Si**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 01 April 2021

Pimpinan Redaksi



**M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.**

**NIP. 19880430 201903 1 010**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**



Amin Rais, lahir pada tanggal 07 Juni 1999 di Bangkinang. Penulis merupakan anak ke 5 dari 5 bersaudara dari pasangan ALM Bapak M.Nor dan ALMH Ibu Irawati.

Pendidikan formal yang telah penulis tempuh adalah tamat Pendidikan Sekolah Dasar pada SDN 009 Pulau tahun 2012, tamat Pendidikan MTS Pondok Pesantren Daarun Nahdhah TB tahun 2015, tamat Aliyah Pondok Pesantren Daarun Nahdhah TB tahun 2017, Kemudian dilanjutkan di Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2017-2021.

Dalam masa perkuliahan penulis telah melaksanakan kegiatan magang / PKL di PT Asuransi BUMIDA 1967 Cabang Syariah Pekanbaru dan telah melaksanakan pengabdian masyarakat pada Desa Binuang , Kecamatan Bangkinang Secara Daring (online) pada tahun 2020. Penulis melakukan penelitian pada Oktober 2020 sampai dengan Desember 2020 dengan judul **“Dampak Covid 19 Terhadap Omset Panjualan Pada Usaha Pecah Belah Toko Mega Jaya di Jalan Datuk Tabano Bangkinang Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**. Akhirnya pada tanggal 22 Maret 2021 bertepatan dengan 8 syakban 1442 H penulis di munaqasahkan dalam siding Ujian Sarjana (S1) jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Sultan Syarif Kasim Riau dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) predikat kelulusan Sangat Memuaskan dengan IPK 3,56. Semoga hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. *Amin yaa rabbal'alamin.*

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**