



ALMAWARID

Journal of Management and Business Sciences

Journal website: <https://almawarid.al-anwar.id/index.php/i/index>

ISSN: 3089-7599 (Online)
<https://doi.org/10.61166/almawarid.vii2.26>

Vol. 1 No. 3 (2025)
pp. 119-128

Research Article

Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil di Banjarmasin

Muhammad Adam Ridwan¹, M. Robi'in²

1. Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia
2. Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan, Indonesia

Correspondent: muhadamridwan7@gmail.com 



Copyright © 2025 by Authors, Published by Journal of Management and Business Sciences. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Sept 11, 2025
Accepted : Octo 05, 2025

Revised : Nove 05, 2025
Available online : Nove 20, 2025

How to Cite: Ridwan, M. A., & Robi'in, M. (2025). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil di Banjarmasin. *Almawarid: Journal of Management and Business Sciences*, 1(3), 119–128. <https://doi.org/10.61166/almawarid.vii3.26>

Abstrak.

Toko Eka sebagai salah satu usaha sembako berbasis syariah di Banjarmasin menerapkan berbagai strategi pengembangan bisnis, seperti penetapan harga yang kompetitif, pelayanan ramah Islami, dan pengelolaan keuangan sesuai prinsip syari'ah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah yang diterapkan di Toko Eka serta dampaknya terhadap keberhasilan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi harga yang bersifat kompetitif, pelayanan islami, serta pengelolaan usaha yang sesuai syari'ah, mampu meningkatkan omzet dan daya saing Toko Eka di tengah persaingan pasar.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Bisnis Syariah, Kinerja Usaha Kecil

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi modern era globalisasi saat ini, pelaku usaha dituntut untuk mampu mengelola usaha secara profesional melalui penerapan strategi yang tepat agar tetap kompetitif dan bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Khususnya bagi pelaku usaha bisnis berbasis syariah, seperti toko yang menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam operasionalnya, pengembangan strategi tidak hanya memerhatikan aspek ekonomi, tetapi juga aspek nilai-nilai keislaman. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena strategi yang diterapkan harus mampu memperhatikan aspek keberkahan, keadilan, dan kejujuran sesuai ajaran syari'ah (Amalia dkk, 2020).

Latar belakang dari pelaksanaan penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami dan mengaplikasikan strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Hal ini sangat penting mengingat dalam praktiknya, banyak wirausahawan dan pelaku usaha yang sering kali mengabaikan nilai-nilai Islami dalam menjalankan bisnisnya demi mengejar keuntungan semata. Faktor ini menimbulkan ketidakseimbangan antara aspek ekonomi dan aspek moral dalam bisnis, yang pada akhirnya dapat mengancam keberlangsungan usaha serta merusak citra bisnis berbasis syari'ah itu sendiri.

Salah satu contoh nyata adalah keberadaan toko yang menerapkan prinsip syari'ah dalam operasionalnya, seperti Toko Eka di Banjarmasin. Toko ini mempraktikkan strategi pengembangan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga memperhatikan aspek kehalalan, keadilan, dan keberkahan sesuai syari'ah. Strategi tersebut diimplementasikan melalui penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau, pelayanan ramah dengan pendekatan Islami, serta pengelolaan stok barang yang optimal. Penekanan pada aspek ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam pengembangan bisnis berbasis syari'ah tidak hanya ditentukan oleh faktor internal perusahaan, tetapi juga pengaruh dari penerapan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam tersebut.

Namun demikian, dalam praktiknya, pengembangan strategi bisnis berbasis syari'ah tidak selalu berjalan mulus. Terkadang pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidakseimbangan antara margin keuntungan dan keadilan dalam penetapan harga, kurangnya inovasi dalam produk Islami, serta terbatasnya sumber daya yang mendukung penerapan prinsip syari'ah secara konsisten dan berkelanjutan. Lebih jauh lagi, ketidakmampuan dalam merancang strategi yang adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen menyebabkan berbagai usaha berbasis syari'ah mengalami stagnasi bahkan kegagalan.

Penting untuk melakukan survei dan penelitian mendalam agar dapat dipahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah. Dengan memahami pola dan prosedur yang tepat, pelaku usaha

dapat merancang strategi yang inovatif, relevan, dan tetap sesuai dengan prinsip syari'ah. Salah satu aspek penting yang perlu dikaji adalah bagaimana strategi tersebut mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah yang diterapkan di Toko Eka di Banjarmasin serta menilai efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Lebih jauh, studi ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha lainnya yang ingin menerapkan prinsip-prinsip syari'ah secara konsisten dan efektif dalam pengembangan bisnis mereka. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan konsep dan praktik manajemen bisnis berbasis syari'ah yang tidak hanya mengedepankan keuntungan, tetapi juga keberkahan dan kebaikan bersama.

Upaya mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan membahas berbagai aspek yang terkait, mulai dari penerapan strategi harga yang kompetitif dan Islami, pengelolaan stok dan keuangan yang transparan, hingga inovasi produk halal dan Islami sebagai daya tarik pasar. Selain itu, fokus juga akan diberikan pada bagaimana penerapan prinsip syari'ah mampu memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keberlanjutan bisnis, dan membangun citra positif dalam komunitas.

Pengembangan strategi bisnis berbasis syari'ah tidak hanya sekadar proses pencapaian target ekonomi, tetapi juga menjadi amanah moral dan spiritual yang harus dilaksanakan secara efisien dan konsisten. Dengan memperhatikan aspek nilai-nilai Islami dalam setiap langkah bisnis, pelaku usaha tidak hanya mendapatkan keuntungan material, tetapi juga keberkahan dan keberhasilan hakiki sesuai ajaran agama Islam. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan sebagai langkah awal dalam memahami lebih dalam mengenai bagaimana strategi pengembangan bisnis yang berbasis syari'ah dapat dioptimalkan, sehingga mampu mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan berkah untuk seluruh masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendalami strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah di Toko Eka Banjarmasin. Pendekatan ini sesuai untuk memperoleh data yang mendalam mengenai tahapan, proses, dan karakteristik strategi yang diterapkan dalam usaha kecil dan menengah yang berorientasi syari'ah, serta memahami persepsi dan pengalaman pelaku usaha serta konsumen terkait implementasi strategi tersebut.

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Eka yang berlokasi di Banjarmasin. Objek penelitian mencakup strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah yang diterapkan toko, seperti penetapan harga, peningkatan kualitas dan stok barang, promosi digital, serta aspek keberlanjutan usaha melalui prinsip-prinsip syari'ah.

Sumber Data

Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik toko, karyawan, dan pelanggan, serta observasi langsung terhadap aktivitas operasional toko. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi berupa laporan keuangan, katalog produk, dan data hasil penelitian terdahulu terkait strategi bisnis berbasis syari'ah serta literatur relevan lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yaitu wawancara dan observasi, serta dokumentasi. Menurut Syaipudin (2025), wawancara dilakukan secara mendalam dengan panduan interview yang telah disusun berdasarkan fokus penelitian, sedangkan observasi bertujuan untuk mengidentifikasi langsung kegiatan operasional dan strategi yang diterapkan di lapangan. Dokumentasi berupa catatan-catatan terkait kegiatan dan data keuangan digunakan untuk memperkuat interpretasi data.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif deskriptif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sementara. Analisis dilakukan secara iteratif dan interpretatif untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan temuan-temuan kunci yang terkait dengan strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah di Toko Eka. Proses penelitian ini juga mengikuti prosedur validitas dengan menggunakan triangulasi sumber dan teknik, serta pengecekan keabsahan data kepada informan terkait.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi data dan sumber, serta pengecekan ulang hasil wawancara dan observasi oleh peneliti. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking kepada informan untuk memastikan keakuratan dan kevalidan informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Toko Eka Banjarmasin, diketahui bahwa strategi pengembangan bisnis yang diterapkan telah menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha kecil dan menengah berbasis syari'ah ini dalam mempertahankan eksistensinya serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang

semakin ketat. Secara umum, hasil penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara komprehensif strategi apa saja yang diterapkan, bagaimana proses implementasinya, serta apa saja dampak yang timbul dari penerapan strategi tersebut terhadap keberlanjutan dan perkembangan usaha toko. Selain itu, pengujian dilakukan terhadap relevansi strategi yang diterapkan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan efektivitasnya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, keberlanjutan usaha, serta daya saing toko.

Strategi Pengembangan Bisnis Berbasis Syari'ah di Toko Eka

Secara umum, strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah di Toko Eka meliputi beberapa aspek utama yang saling terkait dan mendukung satu sama lain. Aspek pertama berkaitan dengan penetapan harga yang kompetitif dan mampu dijangkau oleh masyarakat, aspek kedua berkaitan dengan peningkatan kualitas dan stok barang kebutuhan pokok, serta aspek ketiga terkait promosi secara digital dan penguatan nilai-nilai Islami dalam setiap aspek pelayanan dan operasional toko. Strategi ini dilakukan secara konsisten dengan prinsip-prinsip syari'ah, seperti tidak menjual barang kadaluarsa, tidak melakukan gharar, jujur dalam timbangan dan pembayaran, serta mengedepankan etika bisnis Islami secara keseluruhan.

Pengembangan Produk dan Kualitas Barang

Salah satu strategi utama yang diungkapkan oleh pemilik Toko Eka adalah penekanan pada peningkatan kualitas barang dan keberadaan stok yang cukup. Dari hasil observasi dan wawancara, terdapat indikasi bahwa toko secara rutin melakukan riset pasar dan survei kebutuhan pelanggan di lapangan untuk memastikan keberagaman produk serta kualitasnya tetap terjaga. Pemilik toko menyatakan bahwa mereka selalu berusaha menyesuaikan stok barang pokok dan kebutuhan mendesak masyarakat, seperti beras, minyak goreng, telur, dan bahan pokok lainnya, sesuai dengan standar halal dan syari'ah, serta memastikan tidak menjual barang kadaluarsa atau barang yang tidak memenuhi standar kualitas. Dampak dari kebijakan ini adalah meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap toko, yang secara tidak langsung meningkatkan pelanggan setia dan memperkuat citra toko sebagai usaha yang mengedepankan prinsip syari'ah.

Implementasi Harga dan Promosi Digital

Dalam hal penetapan harga, Toko Eka mengikuti strategi penetapan harga yang bersaing dan relatif terjangkau, dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat di sekitar Banjarmasin. Berdasarkan data tabel harga yang diperoleh, harga barang kebutuhan pokok yang dijual di toko berkisar pada angka yang cukup terjangkau dan kompetitif, serta disesuaikan dengan kondisi pasar lokal. Pemilik toko menegaskan bahwa penetapan harga tersebut dilakukan tanpa mengabaikan aspek keuntungan, namun tetap mengacu kepada prinsip keadilan dan etika Islami. Selain itu, promosi melalui media digital mulai dioptimalkan sebagai salah satu upaya memperluas

jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas toko. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya menjadi langkah strategis yang mendukung keberlanjutan usaha, terutama di masa pandemi COVID-19, di mana masyarakat semakin banyak melakukan transaksi secara daring. Pelaksanaan promosi digital ini juga sejalan dengan prinsip syari'ah, karena memungkinkan komunikasi yang bersih, jujur, dan transparan kepada pelanggan.

Etika Bisnis dan Nilai-Nilai Islami dalam Operasional

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islami menjadi pondasi utama dalam operasional toko. Pemilik dan karyawan saling menegaskan pentingnya menjaga kejujuran, transparansi, serta mematuhi ketentuan syari'ah dalam setiap transaksi. Contoh nyata adalah dalam hal penimbangan barang dan pembayaran, di mana tidak ada praktik penipuan, serta pengadaan produk yang dilakukan melalui riset pasar dan pengawasan langsung untuk memastikan tidak adanya barang kadaluarsa atau rusak. Penerapan kejujuran tersebut turut mendapatkan respon positif dari pelanggan, salah satunya dari Bapak Surya, seorang pelanggan setia yang menyatakan kepuasan terhadap pelayanan dan produk yang memenuhi standar syari'ah dan etika bisnis. Nilai-nilai Islami juga diterapkan dalam aspek layanan, seperti keramahan, kehalalan produk, serta penekanan pada keadilan dan saling membantu antar pelaku usaha dan pelanggan.

Pengaruh Strategi Terhadap Keberlanjutan dan Daya Saing

Dampak langsung dari penerapan strategi ini adalah munculnya kepercayaan masyarakat terhadap keberlangsungan usaha toko. Berdasarkan data keuangan yang diperoleh dari catatan toko, omzet per bulan berkisar antara Rp10.000.000 hingga Rp20.000.000, yang menunjukkan stabilitas dan pertumbuhan yang relatif baik dalam kurun waktu tertentu. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi penetapan harga yang kompetitif, kualitas barang yang terjaga, serta promosi digital yang efektif dan sesuai syari'ah. Selain itu, toko juga mampu bertahan di masa pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia, dimana banyak usaha kecil mengalami hambatan besar. Hal ini menjadi indikator bahwa strategi berbasis syari'ah dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, terutama jika dijalankan secara konsisten dan didukung oleh nilai-nilai etika Islami.

Pengujian Relevansi dan Efektivitas Strategi

Pengujian terhadap relevansi dan efektivitas strategi dilakukan melalui wawancara mendalam dan analisis data keuangan serta feedback pelanggan. Hasilnya memperlihatkan bahwa strategi yang diimplementasikan sangat relevan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan kebutuhan pasar lokal. Strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas pangsa pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha. Pelanggan menyatakan bahwa mereka merasa nyaman dan aman bertransaksi di toko ini karena diikuti dengan pelayanan yang jujur, produk

halal, dan harga yang terjangkau. Dari aspek keuangan, omzet toko menunjukkan tren positif dan stabil dalam beberapa bulan terakhir, yang juga mendukung keberhasilan strategi usaha ini.

Analisis faktor internal dan eksternal dari strategis ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan Toko Eka dalam mengadopsi strategi berbasis syari'ah sangat bergantung pada konsistensi penerapan prinsip syari'ah, inovasi dalam pemasaran digital, serta pengawasan mutu barang secara ketat. Selain itu, faktor eksternal yang mempengaruhi adalah kondisi pasar lokal yang mendukung keberadaan toko sembako berbasis syari'ah, serta kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal dan etika bisnis Islami.

Dampak Jangka Panjang dan Rekomendasi

Dampak jangka panjang dari penerapan strategi ini, menurut hasil observasi dan wawancara, adalah peningkatan citra positif toko di masyarakat, bertambahnya pelanggan setia, dan kepercayaan yang semakin menguat terhadap usaha berbasis syari'ah di daerah tersebut. Keberhasilan ini dapat menjadi contoh bagi usaha kecil lain yang ingin menerapkan prinsip-prinsip Islami dalam pengembangan bisnisnya. Rekomendasi yang dapat disarankan berdasarkan hasil penelitian ini adalah perlunya peningkatan inovasi digital dalam promosi, penguatan sistem pengawasan mutu dan kehalalan produk, serta pengembangan program pelatihan keuangan dan etika bisnis syari'ah bagi karyawan toko agar kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan.

PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah di Toko Eka di Banjarmasin menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syari'ah secara konsisten menjadi pondasi utama dalam upaya meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan pentingnya strategi dalam bisnis yang mampu menunjang pertumbuhan dan daya saing perusahaan, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan tantangan ekonomi yang dinamis.

Pertama, aspek penetapan harga merupakan salah satu strategi utama yang diterapkan Toko Eka. Harga-harga kebutuhan pokok yang ditawarkan relatif terjangkau dan kompetitif, sehingga mampu menjangkau semua lapisan masyarakat. Pemilik toko memastikan bahwa harga yang ditetapkan tidak memberatkan konsumen dan tetap sesuai dengan kaidah syari'ah, yakni tidak menimbulkan kerusakan dan kerugian bagi kedua belah pihak. Penetapan harga ini dilakukan berdasarkan pendekatan pasar sekaligus prinsip keadilan ekonomi, sehingga pelanggan merasa puas dan percaya terhadap toko. Selain itu, strategi penetapan harga ini juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang efektif, dimana harga yang kompetitif mampu menarik pelanggan lama maupun baru. Strategi ini juga mendukung prinsip distribusi yang adil dan merata sesuai syari'ah, sehingga toko

dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan omzet secara konsisten.

Kedua, mengenai pengembangan produk dan diversifikasi barang, Toko Eka melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk memastikan produk yang dijual benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Pemilihan barang dari distributor terpercaya dan yang memiliki izin resmi menjadi salah satu langkah yang diambil untuk menjaga kualitas dan kepercayaan pelanggan. Produk yang dijual tidak mengandung unsur haram, kadaluarsa, atau gharar, sehingga konsumen merasa aman dan nyaman bertransaksi. Dalam praktiknya, toko juga memperluas variasi produk termasuk produk Islami seperti makanan halal, yang memenuhi standar syari'ah, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat citra islami toko. Selain itu, toko juga memanfaatkan inovasi layanan, seperti pengantaran langsung ke rumah pelanggan dengan sistem minimal pembelian tertentu dan tanpa ongkos kirim (gratis ongkir). Langkah ini merupakan inovasi pelayanan yang sangat relevan dan efektif melayani kebutuhan konsumen masa kini, terutama dalam situasi pandemi dan era digital dimana kenyamanan berbelanja menjadi prioritas utama.

Ketiga, penerapan strategi promosi dan hubungan baik dengan pelanggan sangat diperhatikan. Pemilik dan karyawan toko secara aktif melakukan promosi melalui media digital dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru. Selain itu, mereka menjalin komunikasi yang hangat dan sopan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan jujur. Pelanggan diminta melakukan umpan balik secara terbuka dan jujur, sehingga toko dapat memperbaiki layanan dan memenuhi harapan pasar secara tepat. Upaya ini tidak hanya meningkatkan citra positif, tetapi juga mendukung terciptanya keberkahan dalam usaha berdasarkan nilai-nilai Islami.

Keempat, pengelolaan internal dan organisasi toko juga memainkan peran penting dalam strategi pengembangan. Pemilik toko, Bapak Mustafa, sebagai pengelola utama, bertugas menyusun strategi bisnis yang berbasis syari'ah dan mengawasi kinerja seluruh karyawan. Pembagian tugas yang jelas dan pelatihan tentang prinsip-prinsip Islam dalam berbisnis menjadi modal utama untuk menjaga konsistensi dan integritas operasional toko. Karyawan diberikan tanggung jawab sesuai bidangnya, mulai dari pelayanan di kasir, pengantaran barang, maupun pelayanan pelanggan secara langsung, sehingga tercipta suasana toko yang profesional dan Islami. Pemantauan dan evaluasi rutin dilakukan agar seluruh kegiatan bisnis berjalan sesuai prinsip syari'ah dan tetap mengedepankan kualitas layanan.

Kelima, aspek keberlanjutan dan pengembangan bisnis juga mendapat perhatian serius. Pemilik toko secara aktif memperhatikan aspek keberlanjutan, seperti menjaga reputasi toko dengan selalu menjaga kualitas barang, kebersihan

toko, dan kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi. Selain itu, upaya memperluas jaringan dan kemitraan dengan pemasok yang memenuhi standar syari'ah menjadi bagian dari strategi pengembangan jangka panjang. Pemilik toko melakukan inovasi dalam strategi pemasaran dengan memanfaatkan platform digital yang saat ini sudah menjadi keharusan dalam dunia bisnis modern, sehingga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

Selain itu, penerapan prinsip syari'ah dalam pengembangan bisnis mencakup aspek kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Pemilik toko menekankan pentingnya menjaga integritas dan kepercayaan pelanggan dengan tidak menjual barang kadaluarsa, tidak melakukan gharar, serta menjual barang sesuai timbangan dan standar yang berlaku. Penjualan yang jujur dan transparan ini menjadi nilai utama dalam strategi bisnis berbasis syari'ah, sehingga menciptakan suasana usaha yang berkah dan berkelanjutan.

Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan di Toko Eka tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek nilai-nilai Islami yang menjadi landasan utama. Penerapan prinsip-prinsip syari'ah seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan keberkahan mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sekaligus memperkuat citra usaha sebagai toko yang mengedepankan etika dan moral dalam berbisnis. Hal ini turut mendukung keberlangsungan usaha dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang, serta memberikan nilai tambah yang sesuai dengan tuntunan agama dan norma sosial masyarakat.

Pengembangan strategi berbasis syari'ah di Toko Eka membuktikan bahwa bisnis yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek operasionalnya berpeluang besar untuk mencapai keberhasilan secara ekonomi sekaligus membangun keberkahan dan keberlanjutan usaha yang sesuai syari'ah. Hal ini menjadi model yang dapat diikuti oleh pelaku usaha lain yang ingin menjalankan bisnis secara Islami dan profesional

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis berbasis syari'ah yang diterapkan oleh Toko Eka di Banjarmasin menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha. Strategi tersebut meliputi penetapan harga yang terjangkau, penerapan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan bisnis, serta peningkatan kualitas layanan dan promosi melalui media digital. Penerapan nilai-nilai syari'ah dalam berbagai aspek operasional seperti penjualan produk halal, kejujuran, dan transparansi sesuai dengan ajaran Islam, memberi kepercayaan dan kenyamanan bagi konsumen, sehingga mendorong loyalitas dan pertumbuhan pelanggan. Selain itu, strategi pengembangan yang dilakukan secara kontinu melalui

riset pasar dan inovasi produk juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan memperluas pangsa pasar. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan strategi berbasis syari'ah tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, tetapi juga mengutamakan aspek moral dan etika bisnis Islami, yang secara signifikan mampu mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan berkualitas. Dengan demikian, konsep pengembangan bisnis yang integratif dan berlandaskan syari'ah menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilan usaha dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bisnis yang dijalankan.

REFERENSI

- Amalia, Nailis Sakdah, Dedeh Sunarsih, Siti Agy Gurpiah. (2020). Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2025. Jurnal Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Banten.
- Harahap, S. (2024). Peran Ekonomi Syariah dan Ekonomi Kreatif sebagai Motor Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Nasional. Jurnal Al-Masharif, Universitas Syahada.
- Minarni, M., Anwar, F., & Syahputri, T.H. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia: Peluang dan Tantangan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 10 (2).
- Sari, N.S. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Syariah dalam Era Digital. At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, 2(2), 207-221.
- Rahman, M.I., & Fatimah, N. (2023). Strategi Manajemen dalam Bisnis Syariah untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha. Jurnal Nuansa, Vol. 7, No. 1.
- Wahid, A.R., & Lubis, H. (2022). Penguatan Literasi Keuangan Syariah Nasional: Solusi untuk Masa Depan Ekonomi Syariah di Indonesia. Jurnal Al-Musyarakah, Vol. 5(1).
- Putra, L.P. (2024). Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM. Jurnal Iqtishodiyah, Universitas Zahidah.
- Rahayu, S., & Maulana, R. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Syariah terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM. Jurnal Krepa, Cahaya Ilmu Bangsa Institute.
- Syaipudin, L. (2025). Pengantar Penelitian Lapangan Sederhana Berbasis Jurnalistik (Kualitatif, Kuantitatif, R&D dan Studi Kepustakaan). Dawarmiyata Press LPPM STIE Al-Anwar.
- Syukur, M. (2023). Inovasi Digital sebagai Strategi Pemasaran Bisnis Syariah. Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2023.
- Iskandar, M. (2022). Etika Bisnis Syariah sebagai Landasan Keberlanjutan Usaha Kecil. Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan.
- Salim, T., & Huda, M. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM Syariah. Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital.