

Volume (9) No. (1) (126-136) 2026

ISSN: 2599-1191

<https://journal.usimar.ac.id/index.php/jsh/index>

STRATEGI PENGEMBANGAN PADA TOKO USAHA BINA TANI KELURAHAN LALOMBA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Fitrah Dzakiya¹, Muhammad Asra², Haeruddin³

^{1,2,3}Universitas Sains Islam Almadawaddah Warrahmah Kolaka

Email: Fitrahdzakiya47@gmail.com¹, muhammad.asra@usimar.ac.id²,
usthaeruddin@gmail.com³

ABSTRAK

Strategi Pengembangan ialah serangkaian rencana, langkah, dan tindakan yang disusun secara sistematis untuk meningkatkan kualitas, kapasitas, dan daya saing suatu organisasi, usaha, atau kegiatan agar dapat berkembang lebih baik dan berkelanjutan. Toko Bina Tani ialah sebuah usaha yang bergerak di bidang penyediaan kebutuhan pertanian, seperti pupuk, benih, pestisida, alat pertanian, dan perlengkapan lain yang dibutuhkan oleh petani. Toko ini berperan sebagai tempat distribusi berbagai produk pertanian yang membantu mendukung kegiatan bercocok tanam masyarakat, khususnya para petani di wilayah kelurahan Lalomba dan sekitarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan Data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pemilik dan karyawan Toko Usaha Bina Tani, sedangkan objek penelitian difokuskan pada strategi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan usaha.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Toko Bina Tani, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Ekonomi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Setiap individu tidak dapat terlepas dari aktivitas ekonomi karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan hidup. Kegiatan ekonomi merupakan gejala bagaimana cara orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka

terhadap barang dan jasa¹. Pertanian merupakan sektor vital dalam perekonomian Indonesia, yang tidak hanya berperan dalam pemenuhan kebutuhan pangan nasional, tetapi juga menjadi sumber penghidupan bagi sebagian besar masyarakat pedesaan. Dalam menjalankan aktivitas pertanian, pupuk memiliki peran penting sebagai salah satu Faktor produksi utama yang berpengaruh terhadap produktivitas lahan dan hasil panen. Oleh karena itu, ketersediaan pupuk yang berkualitas dan terjangkau menjadi kebutuhan mendesak bagi para petani². Dengan otonomi dan kreativitasnya, manusia dapat menyelesaikan dan mengatasi problem kehidupannya. Dengan otonomi dan kreativitasnya pula, manusia mencari dan menciptakan makanan, minuman, tempat berteduh, kehangatan, keamanan, ketenteraman, dan sebagainya. Ia mengolah seluruh potensi alam untuk memenuhi kebutuhannya³.

Usaha pupuk tani memegang peranan penting dalam sektor pertanian, khususnya dalam mendukung produktivitas dan keberlanjutan pertanian. Namun, sektor ini menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan yang ketat, dan perubahan regulasi pemerintah. Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat guna untuk memastikan keberlanjutan dan kemaslahatan bagi semua pihak terkait. Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat untuk memastikan keberlanjutan dan kemaslahatan bagi semua pihak terkait,

¹Fransiska Putri, Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Pupuk Organik (Studi Kasus : Desa Mekar Sari, Kecamatan Pulau Rakyat, Kabupaten Asahan, Propinsi Sumatera Utara). Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019, hal. 15

²Geraldo Manaroinson, Masje Silija Pangkey dan Rully Mambo “Pemberdayaan Masyarakat Petani sayur Di Desa Palelon Kecamatan Modoinding” Jurnal Administrasi Publik, Vol. 9, No. 2 (2023), hal. 224

³ Novi Indriyani Sitepu. “Prilaku Konsumen Indonesia”, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, (2016).

termasuk peningkatan produktivitas, diversifikasi pangan, dan penguatan logistik⁴. Salah satu inovasi penting dalam konteks keberlanjutan pertanian adalah pemanfaatan pupuk organik. Berbeda dengan pupuk kimia yang cenderung memberikan hasil instan namun berisiko merusak struktur tanah dalam jangka panjang, pupuk organik berfungsi memperbaiki kualitas tanah secara menyeluruh, baik dari aspek fisik, kimia, maupun biologi. Pupuk organik, seperti kompos, pupuk kandang, dan pupuk hijau, mampu meningkatkan kandungan bahan organik dalam tanah, mempertahankan kelembaban, serta mendukung mikroorganisme yang bermanfaat bagi pertumbuhan tanaman. Penggunaannya dinilai lebih ramah lingkungan dan dapat mengurangi ketergantungan petani terhadap pupuk sintesis yang harganya fluktuatif dan terbatas.

Toko Bina Tani juga berfungsi sebagai sarana distribusi program pertanian yang dicanangkan oleh pemerintah, seperti distribusi pupuk bersubsidi atau kampanye penggunaan pupuk organik. Hubungan yang erat antara toko dan petani membuat Toko Usaha Bina Tani memiliki potensi strategis sebagai pendorong kemajuan ekonomi lokal.

Dalam Islam, konsep kemaslahatan (maslahah) merupakan prinsip penting dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Kemaslahatan segala sesuatu yang membawa manfaat dan mencegah kerusakan. Al-Qur'an mendorong umat manusia untuk memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana demi kemakmuran bersama.

⁴ Hasbiadi, Juniaty Arruan Bulawan, La Mpia dan Yuli Purbaningsih "Pelatihan dan Pendampingan pembuatan Pupuk Organik Pada Kelompok Tani Padi Organik Desa Lamedai" Mallomo: Journal of Community Service, Vol. 5, No. 1 (2024), hal. 465

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu penelitian yang tidak menggunakan perhitungan, maksudnya ialah data-data yang dikumpulkan kata-kata⁵. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang berfungsi mendeskripsikan gambaran objek sebagaimana adanya di lapangan tanpa membuat kesimpulan umum⁶. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelurahan Lalomba, Kecamatan Kolaka, dengan waktu penelitian selama kurang lebih satu bulan, yaitu dari 21 oktober 2025 hingga 5 desember 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi di Toko Usaha Bina Tani Kelurahan Lalomba, Kecamatan Kolaka, diketahui bahwa strategi pengembangan penjualan yang diterapkan oleh toko ini berorientasi pada peningkatan pelayanan, perluasan jaringan pelanggan, serta penerapan nilai-nilai kejujuran dan keadilan dalam setiap transaksi. Pemilik toko berupaya menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui sikap ramah, pelayanan cepat, serta pemberian kepercayaan kepada petani dengan sistem pembayaran tempo bagi pelanggan tetap. Strategi ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan usahanya, Toko Bina Tani menempatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai prioritas utama, bukan semata mengejar keuntungan.

Dari segi strategi produk, toko menyediakan berbagai kebutuhan pertanian seperti pupuk, benih, pestisida, dan alat pertanian yang dibutuhkan masyarakat

⁵ Meyniar Albina, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), hal.17

⁶ Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar. (CV. Syakir media press, 2021).hlm. 90

setempat. Ketersediaan produk yang beragam menjadi daya tarik utama bagi pelanggan karena dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus ke luar daerah. Dalam strategi harga, toko berusaha menetapkan harga yang terjangkau dan bersaing dengan toko pertanian lainnya di Kecamatan Kolaka. Penetapan harga dilakukan secara adil, tanpa adanya unsur penipuan, penimbunan, atau eksploitasi pelanggan, yang sejalan dengan prinsip keadilan ('adl) dalam ekonomi Islam.

Selaras dengan wawancara yang dilakukan oleh Bapak Chandra Pemilik Toko Bina Tani bahwa: “Strategi utama kami adalah menjaga kualitas produk dan pelayanan yang baik. Kami berusaha memberikan harga yang bersaing, pelayanan ramah, serta ketersediaan barang yang lengkap agar pelanggan merasa puas, kami biasanya melakukan promosi dari mulut ke mulut, memberikan potongan harga untuk pelanggan tetap, dan kadang ikut dalam kegiatan pertanian yang diadakan oleh kelompok tani”⁷.

Selain itu, strategi promosi masih dilakukan secara sederhana melalui komunikasi langsung, rekomendasi pelanggan, dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Walaupun belum menggunakan media digital secara optimal, pemilik toko mulai menyadari pentingnya inovasi dalam pemasaran modern seperti penggunaan media sosial dan sistem pembayaran non-tunai (QRIS) agar transaksi Menjadi lebih efisien dan mudah dijangkau oleh generasi petani muda. Langkah ini sesuai dengan prinsip maslahah, karena penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan memperluas kesempatan ekonomi secara halal.

⁷ Chandra, Pemilik Toko Bina Tani, wawancara di Kolaka tanggal 21 Oktober 2025

Dari perspektif ekonomi Islam, strategi pengembangan penjualan di Toko Bina Tani telah mencerminkan penerapan nilai-nilai shiddiq (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), dan ‘adl (keadilan). Pemilik toko selalu bersikap jujur dalam menyampaikan kualitas barang serta menepati janji kepada pelanggan. Sikap amanah terlihat dalam tanggung jawab pemilik terhadap barang dan keuangan pelanggan, sedangkan keadilan diwujudkan dalam kebijakan harga dan pelayanan yang tidak membedakan pelanggan. Semua praktik ini selaras dengan prinsip muamalah Islam yang menekankan keseimbangan antara keuntungan duniawi dan keberkahan akhirat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Penjualan pada Toko Usaha Bina Tani tidak hanya berorientasi pada peningkatan Keuntungan, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai etika bisnis Islam. Melalui penerapan prinsip kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan, toko ini mampu membangun kepercayaan pelanggan serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Strategi tersebut menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan dengan nilai-nilai Islam mampu menciptakan keberlanjutan usaha yang berkah, adil, dan membawa kebaikan bagi seluruh pihak yang terlibat Hambatan yang berasal dari dalam usaha itu sendiri, seperti manajemen, modal, tenaga kerja, dan strategi yang diterapkan.

Beberapa faktor internal yang dihadapi ialah. Manajemen dan promosi yang belum optimal sistem administrasi masih sederhana dan promosi masih terbatas melalui pelanggan tetap atau pesan singkat lewat WhatsApp. Belum ada upaya serius untuk menggunakan media sosial atau platform digital. Serta jumlah

karyawan yang sedikit dan kurangnya pelatihan menyebabkan pelayanan belum maksimal. Sebagian karyawan belum memiliki kemampuan dalam promosi digital dan administrasi keuangan. Sedangkan hambatan yang berasal dari luar usaha, seperti kondisi pasar, pesaing, kebijakan pemerintah, dan perilaku konsumen. Faktor-faktor eksternal yang dihadapi Toko Bina Tani antara lain. Banyaknya toko pertanian baru di wilayah Kolaka menimbulkan persaingan harga dan pelayanan. Persaingan ini kadang membuat pelanggan berpindah ke toko lain yang menawarkan harga lebih murah. Sebagian pelanggan mulai beralih ke pembelian online karena lebih praktis dan kadang harga lebih murah. Ini menjadi ancaman bagi toko yang belum beradaptasi dengan digitalisasi.

Strategi produk merupakan upaya yang dilakukan oleh Toko Usaha Bina Tani dalam menyediakan dan mengelola berbagai jenis produk pertanian yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, terutama para petani di Kelurahan Lalomba. Toko Bina Tani menyediakan berbagai kebutuhan pertanian seperti pupuk kimia, pupuk organik, benih padi, benih jagung, pestisida, herbisida, serta alat-alat pertanian sederhana seperti sprayer dan cangkul. Kelengkapan produk ini menjadi daya tarik utama bagi pelanggan karena mereka dapat memperoleh semua kebutuhan di satu tempat dan sekitarnya.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Chandra Pemilik Toko Bina Tani ia mengatakan bahwa:

“Strategi kami sederhana, yaitu menyediakan semua kebutuhan pertanian Yang diperlukan petani. Selalu memastikan stok pupuk, benih, pestisida, dan alat-alat tani tersedia, terutama pada musim tanam.

Selaras dengan wawancara bersama istri pemilik toko bahwa:

“Strategi yang digunakan ialah dengan melengkapi produk yang banyak serta harga yang diterapkan terjangkau”.⁸

Dalam pandangan ekonomi Islam, strategi produk yang diterapkan Toko Bina Tani sudah mencerminkan prinsip kejujuran (*ash-shidq*), amanah (kepercayaan), dan kemaslahatan (*maslahah*). Kejujuran terlihat dari sikap pemilik toko yang transparan terhadap kualitas produk dan tidak menjual barang yang rusak atau kadaluwarsa. Amanah tercermin dari tanggung jawab toko dalam menyediakan produk berkualitas dan menjaga kepercayaan pelanggan. Masalah tampak pada tujuan usaha yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga membantu petani memperoleh kebutuhan pertanian yang bermanfaat dan halal.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan analisis terhadap kondisi lapangan, dalam proses pengembangan strategi penjualan, Toko Usaha Bina Tani Kelurahan Lalomba menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, kurangnya sumber daya manusia yang terlatih dalam bidang manajemen dan pemasaran digital, serta sistem promosi dan administrasi yang masih sederhana sehingga belum mampu bersaing secara maksimal di era modern.

Dalam menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang muncul dalam strategi pengembangan, Toko Usaha Bina Tani perlu menerapkan beberapa solusi yang efektif dan berkelanjutan. Dari sisi faktor internal, kurangnya kemampuan dalam manajemen dan pemasaran dapat diselesaikan melalui pelatihan kewirausahaan serta penerapan perencanaan bisnis yang terarah. Untuk mengatasi

keterbatasan stok dan variasi produk, toko dapat bekerja sama dengan lebih banyak pemasok lokal dan melakukan survei terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam hal pelayanan, inovasi perlu ditingkatkan dengan memberikan layanan yang cepat, ramah, dan berbasis kepercayaan, serta memanfaatkan sistem pembayaran non tunai seperti QRIS guna mempermudah transaksi. Promosi yang masih bersifat tradisional dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan media sosial dan konten digital yang menarik, dengan tetap menonjolkan nilai-nilai Islami seperti kejujuran dan kehalalan produk.

Sementara itu, dari sisi faktor eksternal, persaingan dengan toko modern atau platform e-commerce dapat dihadapi dengan memperkuat keunggulan pelayanan personal, menjaga kualitas produk lokal, dan menonjolkan citra toko sebagai usaha yang berlandaskan nilai-nilai ekonomi Islam.

Faktor-faktor eksternal yang dihadapi Toko Bina Tani antara lain. Banyaknya toko pertanian baru di wilayah Kolaka menimbulkan persaingan harga dan pelayanan. Persaingan ini kadang membuat pelanggan berpindah ke toko lain yang menawarkan harga lebih murah. Sebagian pelanggan mulai beralih ke pembelian online karena lebih praktis dan kadang harga lebih murah. Ini menjadi ancaman bagi toko yang belum beradaptasi dengan digitalisasi.

Salah satu faktor eksternal yang dihadapi oleh Toko Usaha Bina Tani adalah meningkatnya jumlah toko tani baru yang bermunculan di sekitar wilayah usaha. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat dalam pasar pertanian, baik dari segi harga, kualitas produk, maupun pelayanan kepada pelanggan. Kehadiran banyak toko tani baru menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak

pilihan dalam memenuhi kebutuhan pertanian mereka, sehingga loyalitas pelanggan terhadap satu toko menjadi lebih sulit dipertahankan. Selain itu, beberapa toko baru mungkin menawarkan inovasi produk, pelayanan yang lebih cepat, atau promosi yang lebih menarik, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Dalam situasi ini, Toko Usaha Bina Tani perlu memiliki strategi pengembangan yang tepat, seperti meningkatkan kualitas layanan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta melakukan promosi yang kreatif agar mampu bersaing secara sehat dan tetap mempertahankan eksistensinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Penjualan pada Toko Usaha Bina Tani Kelurahan Lalomba dalam Perspektif Ekonomi Islam, maka diperoleh beberapa kesimpulan penting ialah:

1. Toko Usaha Bina Tani Kelurahan Lalomba telah menerapkan beberapa strategi pengembangan penjualan yang efektif dan selaras dengan prinsip ekonomi Islam. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas produk pertanian, penerapan harga yang adil dan kompetitif, pelayanan yang jujur dan amanah kepada pelanggan, serta upaya memperluas jaringan pemasaran melalui hubungan baik dengan konsumen dan penggunaan media sosial sederhana. Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi ini mencerminkan nilai masalah dengan memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar, menjaga keseimbangan antara keuntungan dan keadilan, serta menghindari praktik yang dilarang seperti penipuan dan riba.

2. Dalam proses pengembangan penjualan, Toko Usaha Bina Tani menghadapi beberapa tantangan dan hambatan, antara lain keterbatasan modal untuk memperluas usaha, persaingan harga dengan toko sejenis, kurangnya promosi digital yang maksimal, serta fluktuasi harga barang pertanian yang dipengaruhi oleh kondisi pasar. Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman manajemen pemasaran modern di kalangan pengelola toko. Meskipun demikian, tantangan ini dihadapi dengan sikap sabar, jujur, dan istiqamah sesuai ajaran ekonomi Islam, yaitu dengan terus berusaha meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat kerja sama dengan pelanggan, dan menjaga prinsip kadilân dalam setiap transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat menjadi pedoman.

DAFTAR PUSTAKA

- Manaroinson, Geraldo. 2023. Masje Silija Pangkey dan Rully Mambo “Pemberdayaan Masyarakat Petani Sayur Di Desa Palelon Kecamatan Modoinding” *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 9, No. 2.
- Hasbiadi, Juniatiy Arruan Bulawan, La Mpia dan Yuli Purbaningsih “Pelatihan dan Pendampingan pembuatan Pupuk Organik Pada Kelompok Tani Padi Organik Desa Lamedai” *Mallomo: Journal of Community Service*, Vol. 5, No. 1 (2024), hal. 465
- Meyniar Albina, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), hal.17
- Novi Indriyani Sitepu. “Prilaku Konsumen Indonesia”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, (2016).
- Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar. (CV. Syakir media press, 2021).hlm. 90
- Ratnawati, dkk. 2024. *Kewirausahaan*, (Cet I; Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi)..