



## Digitalisasi Toko Kelontong Melalui Program Ayo SRC dalam Perspektif Ekonomi Islam

(Studi Kasus Toko SRC (*Sampurna Retail Community*) Kecamatan Paciran)

Shofiyah

IAI Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

Email: [Shofi6865grk@gmail.com](mailto:Shofi6865grk@gmail.com)

Nafilah Shobibatur Rohmah

IAI Tarbiyatut Tholabah, Lamongan, Indonesia

Email: [Naflah609@gmail.com](mailto:Naflah609@gmail.com)

**Abstract:** *This research aims to describe the management of the utilization of the Ayo SRC program application at SRC shops in Paciran sub-district as well as management and utilization from an Islamic Economics perspective. This research uses qualitative descriptive research with a case study type. Data collection was carried out using interviews, observation and documentation methods. To prove the validity of the data using triangulation. The data sources and analysis techniques used are data reduction steps, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the management of the use of the Ayo SRC program application is in accordance with the management of retail store management, including the strategy for setting prices and store profits. The SRC shop is also digitizing so that it can keep up with current developments in various aspects. From an Islamic perspective, it is also in accordance with Islamic principles by not committing acts of maisir, gharar, dzalim, iktikar, usury. Meanwhile, the contract used in the MY AYO application uses a greeting contract, namely the buyer pays first and then the goods will be delivered by the seller to the consumers.*

**Keywords:** *Digitalization Of Grocery Stores, Sharia Economics*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan pemanfaatan aplikasi program Ayo SRC pada toko SRC di kecamatan paciran serta pengelolaan dan pemanfaatan dalam perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk membuktikan keabsahan data menggunakan triangulasi. Sumber dan teknik analisis data yang digunakan adalah langkah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa



Pengelolaan pemanfaatan aplikasi program ayo SRC ini sudah sesuai dengan manajemen pengelolaan toko retail, termasuk dalam strategi penetapan harga dan keuntungan toko. Toko SRC juga melakukan digitalisasi agar dapat mengikuti perkembangan zaman di berbagai aspek. Dalam prespektif islam juga sesuai dengan prinsip islam dengan tidak melakukan tindakan *maisir*, *gharar*, *dzalim*, *iktikar*, *riba*. Sedangkan akad yang digunakan dalam aplikasi MY AYO ini menggunakan akad salam yaitu pembeli membayar terlebih dahulu nanti baru barangnya akan diantar oleh penjual ke para konsumen.

**Kata Kunci** : Digitalisasi, Toko Kelontong, Ekonomi Syariah

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya era digitalisasi manusia dituntut untuk terus belajar dan berkembang agar dapat menjawab tantangan zaman diberbagai bidang, termasuk dalam hal perkembangan ekonomi. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowlwdge*, atau *new economy*.<sup>1</sup> Salah satu yang menjadi tantangan adalah banyaknya toko-toko retail seperti seperti Indomart, Alfamart, dan baru baru ini ada Toserba Sunan Drajat yang berpotensi akan menggerus eksistensi toko retail tradisional sebagai usaha yang ruang lingkup usaha dan anggotanya adalah rakyat kecil dengan modal terbatas dan kemampuan manajerial yang juga terbatas, UMKM sangat rentan terhadap masalah-masalah perekonomian. Masalah yang dihadapi pengusaha kecil adalah: pertama, kelemahan memperoleh peluang dan memperbesar pasar. Kedua, kelemahan dalam permodalan. Ketiga, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha. Keempat, banyaknya persaingan toko retail.<sup>2</sup>

Untuk menjawab tantangan, hambatan dan kendala tersebut sebagian UMKM memilih untuk menjalin kerjasama kemitraan. Salah satu program kemitraan yang ada di indonesia adalah *sampoerna retail community* (SRC). SRC sebagai salah satu program kemitraan antara pembisnis besar dan kecil agar dapat

<sup>1</sup> Hadion Eijoyo, *Digitalisasi Umkm*, (Solok: Insan Mandiri, 2020), 2

<sup>2</sup> Nabila Ghassani Dan B. Wardiyanto, "Kemitraan Pengembangan Umkm," *Studi Deskriptif Tentang Kemitraan Pt. Pjb (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan Umkm Kabupaten Gresik*. Kebijakan Manajemen Publik 3 (2), 2015: 143



berkembang bersama. SRC sendiri terus berupaya untuk meningkatkan kontribusinya dalam mewujudkan ekonomi dan peningkatan daya saing UMKM.<sup>3</sup> SRC merupakan program pembinaan Sampoerna terhadap peritel tradisional melalui edukasi penataan toko, strategi pemasaran. Sampoerna retail community (SRC) adalah program pembinaan terhadap toko kelontong yang terpilih sebagai partner bagi PT Sampoerna yang digabungkan dalam suatu komunitas yang bertujuan untuk membina toko-toko kelontong yang potensial.<sup>4</sup> Namun kendalanya bahwa penerapan media digital yang belum sepenuhnya dilakukan oleh pemilik-pemilik toko dikecamatan Paciran padahal fungsi aplikasi Ayo SRC Toko untuk menyediakan layanan produk digital, pemesanan produk ke agen SRC secara digital (*online*), hingga kesempatan mendapatkan pemasukan tambahan dari misi dan kerja sama dengan berbagai partner. Dalam aktivitas suatu usaha bisnis menurut islam dapat dilakukan dalam berbagai bentuk kerjasama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama dengan cara adil, jujur dan transparansi dan tidak boleh mendzalimi satu sama lain, Oleh karena itu pembisnis dalam islam harus berpedoman pada nilai-nilai ekonomi islam dan sesuai dengan syariat islam, sehingga mampu meningkatkan omset penjualan dan mendapatkan rezeki yang halal.<sup>5</sup> Sebagaimana kerjasama yang dilakukan di beberapa kemitraan toko SRC di kecamatan Paciran ini sangat berkembang pesat dalam merubah toko- toko tradisional menjadi toko modern. Akan tetapi dari berbagai banyak toko yang bermitra SRC di kecamatan Paciran, tidak semua toko menjalankan aplikasi AYO SRC yang disediakan oleh SRC dan salah satunya adalah toko SRC Linawati dulu pernah aktif menggunakan berbagai aplikasi AYO SRC yaitu Ayo Toko, Ayo Kasir, My Ayo dan aplikasi Ayo Pojok Bayar, namun pada saat ini sudah tidak dijalankan.<sup>6</sup> Demikian juga dengan beberapa pemilik toko lainnya diantaranya adalah toko SRC Barik Lana, SRC Atha shop, SRC Moderen, mereka merasa

<sup>3</sup> Cahaya Rizki, Dkk, "Peran Src (*Sampoerna Retail Community*) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Of Sharia And Law*, 2 (1), Januari 2023:177

<sup>4</sup> Ridwan Aju Pitoko, "Program Src Jadi Senjata Sampoerna Dukung Bisnis Ukm Indonesia," <https://Pemilu.Kompas.Com> (Diakses Pada Tanggal 05 Januari 2024, Jam 10.50).

<sup>5</sup> Cahaya Rizki, Dkk, *Peran Src (Sampoerna Retail Community)*, 178

<sup>6</sup> Linawati, Wawancara, Lamongan, 24 Januari 2024



bahwa dengan menggunakan aplikasi tersebut merasa belum membuah hasil yang maksimal. Padahal sebaliknya banyak keuntungan dan manfaat yang akan diperoleh toko SRC saat menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan pemanfaatan aplikasi program AYO SRC oleh mitra SRC di kecamatan Paciran serta Untuk mengetahui pengelolaan pemanfaatan aplikasi program AYO SRC oleh mitra SRC prespektif ekonomi Islam.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) atau penelitian yang dilakukan secara langsung ke objek yang akan diteliti yaitu toko Klontong mitra SRC kecamatan Paciran yang menggunakan Aplikasi AYO SRC di Kecamatan Paciran baik yang aktif maupun yang tidak aktif. Adapaun tehnik pengumpulan data dengan memadukan *observasi*, *Interview* dan *dokumentasi*. Sedangkan untuk teknis analisis data dengan menggunakan langkah reduksi data, penyajian data kemudian pengambilan kesimpulan.

Untuk pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan tehnik *triangulasi* metode dan *triangulasi* sumber data. *triangulasi* metode yaitu teknik menganalisis data dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode, jika informasi atau data berhasil didapatkan dari wawancara maka perlu diuji kebenarannya dengan hasil *observasi*. Pengecekan data dengan *triangulasi* metode diperoleh melalui tiga metode yaitu, wawancara, *observasi* dan dokumentasi. Sedangkan *Triangulasi* sumber Data yaitu pengecekan data dengan cara mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain dalam hal ini yaitu mitra SRC yang aktif menggunakan aplikasi AYO SRC maupun yang tidak menggunakan aplikasi AYO SRC.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Sejarah Singkat Program AYO SRC

#### 1. Sampoerna Retail Community (SRC)

PT HM Sampoerna Tbk. mendirikan program *Sampoerna Retail Community* (SRC) pada tahun 2008. SRC menawarkan akses ke berbagai program yang berfokus pada peningkatan, pengembangan, dan



keberlanjutan bisnis toko kelontong. SRC sekarang berkembang menjadi ekosistem digital berkat penggunaan teknologi dan kemajuan transformasi digital yang semakin dinamis. Ekosistem ini mencakup pasar bisnis ke bisnis dan konsumen, yang menghubungkan grosir, toko SRC, dan konsumen. *Sampoerna Retail Community* (SRC) yang didirikan pada tahun 2008 dengan 57 anggota, Kami sekarang memiliki kemampuan untuk membangun ekosistem yang terhubung dengan lebih dari 243.000 toko kelontong dan 6.300 Mitra SRC yang tersebar di seluruh Indonesia. Kami tergabung dalam 8.200 Paguyuban SRC yang saling berbagi pengetahuan dan pengalaman untuk meningkatkan daya saing toko kelontong dan membantu memajukan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengubah Indonesia.<sup>7</sup>

Komitmen PT HM Sampoerna Tbk dalam melaksanakan program *Sampoerna Retail Community* (SRC) secara terintegrasi untuk membuka peluang kerjasama dan akses pasar tanpa batas bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan ritel tradisional untuk mendorong anggota dalam mengembangkan bisnis yang menguntungkan dalam jangka panjang. Dengan demikian, pada 9 Mei 2019 aplikasi Ayo SRC, sebuah inovasi baru, diluncurkan untuk membantu anggota *Sampoerna Retail Community* (SRC) mengelola rantai pasok toko, berkomunikasi dengan pelanggan, dan mendapatkan tip dan informasi bisnis yang relevan.<sup>8</sup>

Untuk mendukung terwujudnya jaringan toko kelontong modern yang tergabung dalam ekosistem AYO SRC, *Sampoerna Retail Community* (SRC) memiliki beberapa aplikasi unggulan yang revolusioner dalam pemberdayaan ekosistem dan penggabungan anggota melalui teknologi digital. Berikut ini aplikasi-aplikasi yang disediakan oleh *Sampoerna Retail Community* (SRC).<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Src "Toko Kelontong Masa Kini" <https://www.src.id/Tentang-Kami> Diakses 9 Maret 2024, Pukul 21:25 Wib

<sup>8</sup> Dyah Hasto Palupi, "Sampoerna Retail Community Wadah Pemberdayaan Ritel Tradisional Indonesia" <https://swa.co.id/swa/trends/technology/sampoerna-retail-communitywadah> Pemberdayaan-Ritel-Tradisional-Indonesia, Diakses 9 Maret 2024, Pukul 20:51

<sup>9</sup> Src "Toko Kelontong Masa Kini" <https://www.src.id/Tentang-Kami> Diakses 9 Maret 2024, Pukul 21:25 Wib



a. "Ayo Toko"

Aplikasi ini membantu toko klontong dalam mengelola toko, menawarkan misi-misi seperti penataan rak barang, tata ruang, meja kasir dan lain-lain hingga memesan barang dagangan melalui agen yang terdaftar secara online. Menawarkan informasi tentang promosi dan diskon. Bagi toko yang berhasil menjalankan misi dan belanja di agen melalui aplikasi akan mendapatkan poin.

b. "Ayo Kasir"

Aplikasi ini membantu pemilik toko mengawasi dan mencatat penjualan dan pembelian barang dengan mencetak struk.

c. Pojok Bayar

Aplikasi Pojok Bayar adalah sistem pembayaran seperti PLN, BPJS, PDAM, telepon, akses internet, paket data, asuransi, kartu kredit, dll.

d. My Ayo

Merupakan aplikasi digital yang memudahkan pelanggan toko untuk berbelanja di toko SRC terdekat dan juga melakukan transaksi jual beli secara online.

Adapun bentuk dukungan *Sampoerna Retail Community* (SRC) untuk pelaku UMKM sekitar melalui Pojok Lokal, pelaku UMKM dapat menjual produk usaha mereka di rak khusus. *Sampoerna Retail Community* (SRC) juga memiliki berbagai produk.<sup>10</sup>

a. Air mineral SRC 220ml, 600ml, 1.5L

b. Facial tissue SRC 50, 250 lembar

c. Sabun cuci tangan 500ml, 375ml

d. Kopi SRC 23 gram

e. Hand sanitaizer 60ml

2. Toko SRC di Kecamatan Paciran

Di Kecamatan Pacitan terdapat 48 toko kelontong yang bergabung dengan program *Sampoerna Retail Community* (SRC) yang didirikan oleh PT HM Sampoerna Tbk.

<sup>10</sup> Src "Toko Kelontong Masa Kini"



## B. Digitalisasi Toko Kelontong Melalui Program AYO SRC

### 1. Managemen Pengelolaan Toko

Manajemen pengelolaan toko retail meliputi berbagai aspek diantaranya adalah :

#### a. Pemasaran Ritell dan Promosi Toko

Pemasaran berfokus pada bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen, bagaimana menjual produk kepada konsumen sehingga terjadi transaksi artinya target pemasaran bukan hanya memberi tahu pelanggan tentang produk, tetapi juga mendorong mereka untuk melakukan pembelian, oleh karena itu pengusaha retail harus kreatif harus cepat menentukan produk, harga, waktu, dan lokasi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sebagaimana yang dilakukan oleh toko-toko di kecamatan Paciran yang tergabung dalam program *Sampoerna Retail Community* (SRC) dalam pemasaran dan promosi barang-barangnya memanfaatkan aplikasi "My Ayo". Mereka dengan mudah dapat mempromosikan barang-barang dagangannya terutama produk-produk SRC disamping itu dalam aplikasi "My Ayo" juga banyak promo dengan harga murah untuk para pelanggan seperti bundling produk SRC dengan harga diskon.

Manajemen retail juga memiliki program meningkatkan loyalitas konsumen, salah satu program loyalitas konsumen adalah memberikan kupon member kepada pelanggan SRC. yang biasanya akan diadakan undian di setiap akhir tahun. Contohnya di dalam aplikasi "Ayo kasir" setiap pembelian minimal Rp. 15.000 berhak mendapatkan satu kupon undian dari SRC, dan jumlah kupon pelanggan dapat dilihat di aplikasi "My ayo" yang nantinya biasanya akan diundi akhir tahun. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak mereka berbelanja setiap bulannya, karena kepuasan pelanggan adalah kunci untuk menghasilkan pelanggan yang setia.

#### b. Rancangan Tata Toko Dalam Bisnis Ritell

Dalam manajemen pengelolaan toko pada rancangan tata ruang toko retail SRC harus memenuhi tujuan saat merancang toko seperti:

- 1) Desain harus sesuai dengan kesan dan strategis



- 2) Desain harus memengaruhi perilaku pelanggan secara positif dalam keputusan pembelian pelanggan dengan berkonsentrasi pada masalah desain toko dan perencanaan ruangan.
- 3) Desain harus mempertimbangkan biaya dan nilai
- 4) Rancangan harus fleksibel, fleksibel dalam penyesuaian atau modifikasi rancangan penataan.

Seperti yang dilakukan oleh toko SRC dimana PT Sampoerna Tbk selaku pengawas SRC memodifikasi di dalam aplikasi “Ayo Toko” dalam bentuk misi-misi, dimana misi-misi itu sebagian besar adalah dalam bentuk penataan toko, setelah para pemilik toko mengerjakan misi-misi mereka juga akan mendapatkan komisi dari pengerjaan toko tersebut, jadi tidak hanya berdampak pada kerapihan toko namun juga dapat menambah pemasukan untuk memperindah toko. Dan dalam hal penataan toko itu sesuai dari bimbingan *Coach*, pemilik toko itu diharapkan membuat toko itu terlihat rapi, sedap dipandang, sesuai dengan kesan strategis sehingga memudahkan pelanggan dalam keputusan pembelian. Dan seringkali PT Sampoerna Tbk mengadakan pertemuan terkait misi-misi, tidak hanya membahas misi penataan toko, namun juga menyampaikan target-target yang diberikan PT Sampoerna Tbk kepada pemilik toko agar dapat mengikuti event-event nasional.

c. Cash Register

*Cash register* digunakan untuk merekap setiap transaksi di toko, minimarket, dan toko swalayan. Kasir yang menggunakan *cash register*. Saat pelanggan membayar, mesin cash register secara otomatis mencetak nota pembayaran mereka. Ini adalah bukti bahwa pelanggan telah membeli sesuatu dan kemudian membayar sejumlah uang. Dengan dilengkapi *scanner* untuk *barcode*. Demikian halnya dengan toko yang tergabung dalam RSC dalam sistem pembayaran dilengkapi dengan aplikasi “Ayo Kasir” yang mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran, karena didalamnya ada scan *barcode* untuk men scan barang dagangan dan nantinya akan otomatis tercetak nota pembelanjaan yang akan diberikan kepada pelanggan. Dengan



menggunakan barcode memudahkan dalam memperbaiki kesalahan *entri/data*, mempermudah pindai/*scan* dengan *barcode* cepat dan akurat, menghemat waktu operator dalam bekerja, memudahkan pelacakan: sumber barang, harga, dan stok barang.

d. Siklus Transaksi Dokumen Bisnis

Dalam transaksi bisnis di toko SRC ada beberapa dokumen terkait :

1) Pihak ritel (*customer* yang siap menjual barang secara eceran)

*Customer* atau penjual membuat orderan lewat aplikasi “Ayo toko” dan otomatis dikirim kepada agen

2) Pihak *supplier*

Pihak agen setelah menerima orderan, menyiapkan terkait barang-barang yang diminta oleh toko SRC, selanjutnya barang dikirim ke toko dengan menggunakan formulir/nota *delivery order/DO* rangkap 3 (form untuk, toko, sales, dan pengirim) pada form DO sudah tercantum list barang yang dikirim oleh agen.

3) Pihak ritel (saat menerima barang)

Pihak toko memeriksa dan mencocokkan barang yang tertera di nota dokumen yang kirim, lalu pemilik toko SRC menandatangani dokumen rangkap tiga untuk pelaporan jika sudah selesai.

e. Strategi penetapan harga barang dan keuntungan

Untuk penetapan harga barang dan keuntungan dalam prakteknya toko SRC ditentukan oleh pemilik toko retail itu sendiri, kecuali produk rokok Sampoerna, namun demikian masih tetap dipantau oleh pihak PT. Sampoerna Tbk dengan penetapan harga yang masuk akal, dan dibantu diberikan promosi dari produk-produk SRC. Dengan demikian harga yang ditetapkan masih normal.

## 2. Digitalisasi Ekonomi

Seiring dengan perkembangan zaman toko klontong juga terus mengembangkan eksistensinya melalui digital ekonomi, seperti yang dilakukan oleh toko klontong yang tergabung dalam program *Sampoerna Retail Community* (SRC) yang meliputi:

a. *Knowledge* (pengetahuan digitalisasi)

pemahaman tentang digitalisasi untuk para pemilik toko dalam



- menentukan keberlangsungan toko kedepan,
- b. *Virtualization* (bisnis online)  
Melalui aplikasi “My Ayo” pemilik toko SRC dapat menjangkau seluruh pelanggannya karena pelanggan dapat memesan barang yang dibutuhkan secara online melalui aplikasi.
  - c. *Molecularization* (bisnis yang mampu beradaptasi)  
Dengan adanya digitalisasi berupa aplikasi membuat para toko-toko retail SRC ini siap beradaptasi dengan perubahan/ kemajuan zaman dan barang-barang yang dijual juga selalu update. *Internetworking* (kerja sama dengan pihak lain)
  - d. *Internetworking* (kerja sama dengan pihak lain)  
Sebagaimana yang dilakukan oleh toko-toko klontong di kecamatan Paciran untuk mengembangkan perekonomiannya kedepan telah melakukan kerjasama dengan PT *Sampoerna* melalui program *Sampoerna Retail Community* (SRC)
  - e. *Disintermediator* (berkurangnya mediator)  
Dengan hadirnya ekonomi digital tak jarang banyaknya toko-toko mengalami kurangnya mediator sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan. karena PT *Sampoerna* menyediakan aplikasi untuk para pemilik toko SRC belanja online melalui aplikasi yang nantinya akan terhubung ke agen SRC.
  - f. *Convergence*  
Di dalam toko retail SRC dapat mengoprasikan komputer dalam pengaplikasian “Ayo Kasir”, dan dalam komunikasi untuk menyampaikan informasi tentang digitalisasi kepada sesama toko-toko SRC terkait pembinaan dan lainnya, dan untuk industri *content* para toko-toko retail dapat menawarkan produk-produk untuk promosi kepada target pasar.
  - g. *Inovation*  
Toko-toko klontong RSC selalu mengutamakan kenyamanan bagi pelanggan dengan inovasi-inovasinya, diantaranya adalah menyediakan fasilitas toko yang nyaman , membuat promo-promo, diskon dan juga undian/ dorprice.



### C. Digitalisasi Toko Kelontong Melalui Program AYO SRC Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam segala kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia harus sesuai dengan ketentuan Allah, termasuk hal jual beli harus berpatokat dengan syariat. Seperti yang dilakukan oleh toko-toko kelontor RSC.

#### 1. Larangan *Maisir*

*Maisir* adalah suatu tindakan (judi) dimana seseorang ingin mendapatkan harta tanpa bersusah payah bekerja<sup>11</sup> Dijelaskan juga dalam Q.S Al-Maidah ayat 90. Sementara para pemilik toko SRC ini mendapatkan hartanya melalui transaksi jual beli dengan para konsumen maupun agen, bukan dari taruhan ataupun semacamnya, dengan begitu toko SRC disini tidak memperkaya diri dengan cara merugikan orang lain.

#### 2. Larangan *Gharar*

*Gharar* yaitu suatu tindakan penipuan yang dapat merugikan orang lain, dimana dalam transaksi terdapat unsur-unsur tersembunyi yang dilakukan oleh salah satu pihak untuk mendapatkan keuntungan.<sup>12</sup> Dijelaskan juga dalam Q.S An-Nisa' ayat 29:

Dalam hal ini para pemilik toko klontong RSC melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan "Ayo Kasir" dalam transaksi pembayarannya sehingga sangat transparan dan tidak ada yang disembunyikan karena setiap pembeli akan menerima struk/nota pembelajanya.

#### 3. Larangan melakukan hal haram,

Larangan melakukan hal hal haram yaitu tidak memperbolehkan menjual suatu barang yang haram dari segi dzat nya ataupun dari cara mendapatkannya. produk-prpduk penjualan di dalam toko SRC ini selalu dipantau oleh PT. Sampoerna sebagai mitranya, dengan menjual barang-barang yang tidak membahayaka konsumen, dan semua produknya adalah produk yang halal. Disamping itu para toko klontong SRC cara memperoleh barang dagangannya melalui agen SRC. Dengan menggunakan aplikasi yang

<sup>11</sup> Aan Anshori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam, 7 (1), Januari 2016:5

<sup>12</sup> Aan Anshori, *Digitalisasi Ekonomi Syariah* : 6



dibuktikan dengan nota pembelanjanya sehingga tidak ada unsur penipuan dan sebagainya.

#### 4. Larangan *Dzalim*

Tindakan yang merugikan orang lain maupun menyakiti orang lain untuk maksud tertentu, karena dalam islam ekonomi yang dilakukan harus atas dasar saling ridho maka islam tidak membenarkan hal ini.<sup>13</sup>

Dari hasil observasi peneliti ke beberapa toko klontong SRC dalam menentukan harga barang yang dijual para pemilik toko klontong tidak menggunakan harga pecahan rupiah sehingga tidak menyulitkan pembayaran dan tidak ada pembulatan sebagaimana yang umumnya terjadi di supermarket atau minimarket misalnya harga Rp. 15.800 dibulatkan menjadi Rp. 16.000. atau kembaliannya dengan permen atau alasan donasi, hal ini ditakutkan para konsumen tidak *ridha* akan hal tersebut. Sesuai prinsip larangan dzalim, mengharamkan adanya kelebihan-kelebihan dalam pembayaran. Di toko SRC harga setiap barang dengan nominal bulatan seperti Rp.5000, Rp 7.500, yang tidak merepotkan dalam hal pembayaran atau pengembalian sehingga tidak ada pelanggan atau konsumen yang merasa di *Dzalimi*.

#### 5. Larangan *Ikhtikar*

*Ikhtikar* adalah suatu kegiatan penimbunan barang untuk maksud memperoleh keuntungan yang besar dengan cara menahan suatu barang dalam suatu keadaan dan menjualnya kembali pada saat harga sedang melonjak.<sup>14</sup> Saat ini banyak kasus penimbunan barang oleh sebagian pemilik toko terutama bahan-bahan pokok. Sementara di toko klontong SRC dengan adanya aplikasi “Ayo Kasir” ini menunjukkan bahwa tidak adanya penimbunan barang, karena jika melakukan penimbunan barang maka laporan keuangannya akan tidak sama dengan jumlah sebenarnya. Sementara itu dalam aplikasi “Ayo Toko” penjual dapat memasukkan stok barang kiriman ke dalam aplikasi, bila tidak memasukkan stok barang kiriman maka pemasukan dan pengeluaran akan minus. Dan para pelanggan juga dapat melihat stok barang yang tersedia lewat aplikasi

<sup>13</sup> Aan Anshori, *Digitalisasi Ekonomi Syariah* : 7

<sup>14</sup> Aan Anshori, *Digitalisasi Ekonomi Syariah*



“My Ayo”, sehingga tidak ada unsur *ikhtikar* (penimbunan barang).

Di dalam aplikasi fitur belanja online “My ayo” untuk para pelanggan, dalam pembayarannya menggunakan akad *salam*, sistem akad *salam* yaitu perjanjian jual beli di mana pembayarannya dilakukan di awal (transfer), baru dilakukan pengiriman barang. Para konsumen membeli produk yang tersedia di aplikasi “My Ayo” lalu melakukan *checkout* dan *payment* sesuai nominal belanja, dan jika sudah *payment* nanti otomatis akan di proses oleh sistem dan akan diantarkan oleh pemilik toko ke alamat tujuan pelanggan.

## KESIMPULAN

1. Pengelolaan pemanfaatan aplikasi program ayo SRC ini sudah sesuai dengan manajemen pengelolaan toko retail yakni dalam pemasaran ritel dan promosi toko, rancangan tata ruang toko dalam bisnis ritel sesuai dengan manajemen, tersedianya *cash register* (rekap transaksi), siklus transaksi dokumen bisnis sesuai dengan aturan, dan juga dalam strategi penetapan harga dan keuntungan toko. Toko SRC juga melakukan digitalisasi agar dapat mengikuti perkembangan zaman dengan berbagai aspek: *knowledge* (pengetahuan tentang digitalisasi), *virtualisasi* (bisnis online), *molecularization* (bisnis yang mampu beradaptasi dengan perubahan/kemajuan digitalisasi), *internetworking* (menjalin kerja sama dengan pihak lain), *disintermediator* (mencegah mengalami berkurangnya pemasok/sales dan pelanggan karena perkembangan zaman), *convergence* (kualitas bisnis dalam mengoprasikan *computing*, *communications*, dan *content*).
2. Pengelolaan pemanfaatan aplikasi SRC dalam prespektif islam ini sesuai dengan prinsip islam dengan tidak melakukan tindakan *maisir*, *gharar*, *dzalim*, *iktikar*, *riba*. akad yang digunakan dalam aplikasi “My Ayo” ini menggunakan akad *salam* yaitu pembeli membayar terlebih dahulu nanti baru barangnya akan diantar oleh penjual ke para konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Asqalani, Al-Hafidh, Ibnu Hajar, 1995. *Bulughul Maram Buku Pertama*. Surabaya: Mutiara Ilmu.



**Volume 07,  
Nomor 02, Desember 2024**

Naskah Masuk: 08 September 2024; Direvisi: 09  
September 2024;  
Diterima: 30 Nopember 2024; Diterbitkan: 4  
Desember 2024

DOI [https://doi.org/10.58518/al-  
musthofa.v7i2.3224](https://doi.org/10.58518/al-musthofa.v7i2.3224)



Al-Musthpfa.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Al-Farran, Syaikh, Ahmad, Musthafa . 2008. *Tafsir Imam Syafi'i Menyelami Ke Dalam Kandungan Al-Qur'an*. Jilid 2. Jakarta, Pt. Al Mahira

Dyah Hasto Palupi, "Sampoerna Retail Community Wadah Pemberdayaan Ritel Tradisional Indonesia" <https://Swa.Co.Id/Swa/Trends/Technology/Sampoerna-Retail-Communitywadah> Pemberdayaan-Ritel-Tradisional-Indonesia, Diakses 9 Maret 2024, Pukul 20:51.

Eijoyo, Hadion. 2020. *Digitalisasi Umkm*. Solok: Insan Mandiri

Anshori, Aan. 2016. "Digitalisasi Ekonomi Syariah". *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*. 7 (1), Januari

Nabila, Putri, Salsa. 2023. "Analisis Inovasi Digital Src Bagi Toko Kelontong Di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat" *Jurnal Media Wahana Emonomika*. 20 (2). Juli.

Pitoko, Ridwan Aju. "Program Src Jadi Senjata Sampoerna Dukung Bisnis Ukm Indonesia". <https://Pemilu.Kompas.Com> (Diakses Pada Tanggal 05 Januari 2024. Jam 10.50).

Rizki, Cahaya. 2023. "Peran Src (*Sampoerna Retail Community*) Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Kelontong Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Of Sharia And Law*. 2 (1). Januari.

Src "Toko Kelontong Masa Kini" <https://Www.Src.Id/Tentang-Kami> Diakses 9 Maret 2024, Pukul 21:25 Wib