

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLEH PARA
PEDAGANG SAYUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM DI PASAR SORE DESA DAWUHANMANGLI
KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

**SITI ROFIKOTUL HASANAH
NIM: E20192172**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLEH PARA
PEDAGANG SAYUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM DI PASAR SORE DESA DAWUHANMANGLI
KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Siti Rofikotul Hasanah
NIM: E20192172

Disetujui Pembimbing



Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.E.I
NIP. 198209222009012005

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLEH PARA PEDAGANG
SAYUR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI PASAR SORE
DESA DAWUHANMANGLI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Kamis

Tanggal: 20 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. Mahmudah, M.E.I.
NIP: 197507021998032002

Abdur Rakhman Wijaya, S.E., M.Sc.
NIP: 199510182022031004

Anggota:

1. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I.

()

2. Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT.

()

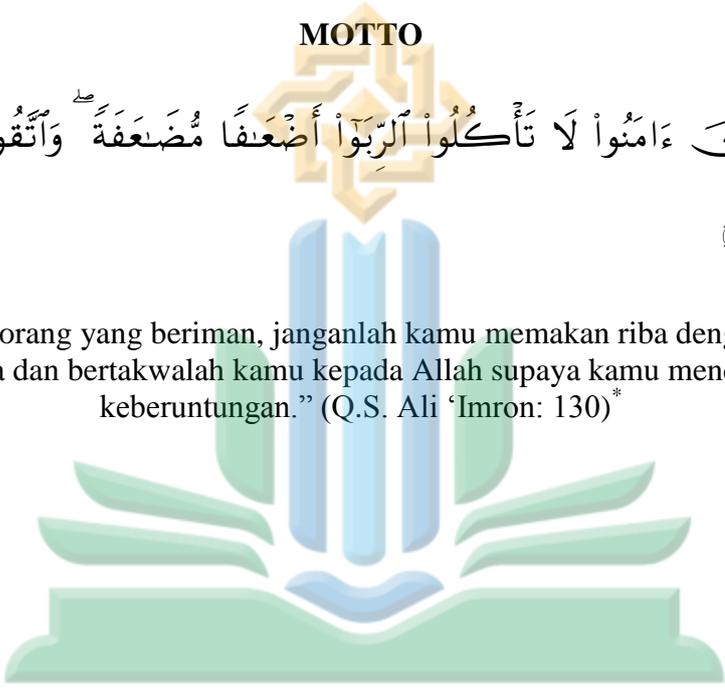
Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S. Ali ‘Imron: 130)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Al-Qur'an & Terjemahan, Surah Ali' Imron (3 : 130), Departemen Agama RI.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kusembahkan kepada Allah SWT. yang telah melancarkan dalam menyelesaikan karya sederhana ini yang masih terdapat kekurangan. Dan atas takdir dan Ridho Allah SWT. saya bisa menjadi pribadi yang berfikir dan berilmu InsyaAllah. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih masa depan yang baik. Oleh karena itu, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Ahmad Junaidi dan Ibu Farida yang selama ini sudah berjuang untuk kesuksesan saya dengan memberikan kasih sayang dan dukungan penuh untuk pendidikan saya hingga saat ini dan untuk kedepannya. Terimakasih untuk segalanya yang telah diupayakan demi kesuksesan saya dan saya memohon maaf atas semua kesalahan. Semoga Aba dan Umi selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Kepada suami tercinta Mohammad Holil Romadhon. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
3. Kepada anakku tercinta Muhammad Albian Al Akhtar, melihat senyumnya membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, lelah terasa hilang

setelah melihat canda tawanya. Terimakasih sudah menemani sampai skripsi ini terselesaikan.

4. Terimakasih kepada Bak Warda serta Adik tersayang Zairoh dan saudara-saudara yang sudah ikut mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga semuanya dalam lindungan Allah SWT.
5. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terimakasih atas wadah yang diberikan selama menimba ilmu.
6. Guru-guru yang telah mendidik, memberikan pengetahuan dan pengalaman dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta seluruh dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
7. Pimpinan Desa Dawuhanmangli yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Pihak terkait para pedagang sayur di Pasar Sore dan konsumen di Pasar Sore yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menggali informasi sebagai bahan pendukung penelitian.
9. Teman-teman Umaisaroh, Novi, dan Miswati yang penulis sayangi yang selalu memberi dukungan dan semangat hingga akhirnya terselesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah selalu ada untuk penulis dan saling melengkapi kekurangan kita bersama.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur *Alhamdulillah* puja dan puji bagi Allah SWT. atas berkat, nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dalam studi di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada manusia paling mulia yang telah diutus menjadi Rasul, penutup para *Anbiya'* serta yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mengalami masalah, hambatan dan berbagai kesulitan. Namun, penulis tidak bisa mengingkari adanya bantuan dari beberapa pihak yang ikut serta membantu, memberi jalan keluar dan memotivasi hingga pada garis akhir penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga jasa yang telah disumbangkan demi selesainya skripsi ini dibalas kebaikannya oleh Allah SWT. Mendahului itu semua, tidak lupa penulis haturkan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah. M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- 
4. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 5. Ibu Dr. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 6. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih selalu membimbing serta mengayomi kami dengan penuh kesabaran, ketulusan serta keikhlasan dalam membimbing mulai awal hingga akhir.
 7. Ibu Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi masukan, saran serta nasihat kepada mahasiswa yang dibimbingnya.
 8. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan dalam sistem belajar mengajar atau administrasi akademik lainnya.

Akhirnya terselesaikannya skripsi ini, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun kepada pembaca agar kedepannya bisa lebih baik lagi. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca khususnya bagi penulis, Aamiin.

Jember, 24 Februari 2025

Siti Rofikotul Hasanah
NIM. E20192172

ABSTRAK

Siti Rofikotul Hasanah, Dr. Nikmatul Masrurroh, S.H.I., M.E.I.:

Strategi Pengembangan Usaha Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan Usaha, Perspektif Ekonomi Islam, Pasar Sore*

Strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang. Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan usaha, yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan), dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil).

Fokus penelitian yang terdapat dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono? 2) Bagaimana strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono? 3) Bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono?

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Untuk mendeskripsikan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono. 2) Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono. 3) Untuk mendeskripsikan inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono.

Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut peneliti menggunakan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Adapun keabsahan data di sini menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini adalah: a) Pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam menggunakan fungsi pengelolaan usaha. b) Pengorganisasian usaha yang dilakukan pedagang sayur di Pasar Sore melakukan pemilahan sayur yang di jual serta menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya. c) Penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan. d) Pengawasan dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore menjalankan pendaftaran Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT). Strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam terdiri dari: a) Strategi produk pedagang sayur di Pasar Sore dengan menyetok sayur-sayuran beragam. b) Strategi harga pedagang sayur di Pasar Sore pedagang menetapkan harga dengan cara melihat harga pokok terlebih dahulu. c) Strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore pedagang memperlihatkan keramahan kepada pembeli. d) Strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore dengan banyak menempatkan produk (sayur) ke banyak pengecer. Inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam terdapat tiga indikator yaitu: a) Fitur produk pedagang sayur di Pasar Sore meliputi adanya layanan pembayaran tunai, paket sayuran siap masak, dan adanya pemesanan online. b) Desain produk pedagang sayuran di Pasar Sore dengan menjual sayuran yang bentuknya bagus berkualitas. c) Kualitas produk sayuran yang ada di Pasar Sore adalah sayuran yang fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERSTUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	25
1. Strategi Pengembangan Usaha.....	25
2. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam	35

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian	42
C. Subjek Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Analisis Data	46
F. Keabsahan Data	48
G. Tahap-tahap Penelitian	49
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Objek Penelitian	52
B. Penyajian Data dan Analisis	58
C. Pembahasan Temuan	76
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
Lampiran-lampiran	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman wawancara	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Salesai Penelitian	
6. Jurnal Penelitian	
7. Surat Plagiasi	
8. Surat keterangan Selesai Bimbingan	
9. Foto Dokumentasi	
10. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Di Pasar Sore.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Umur Pedagang Sayur Di Pasar Sore	55
Tabel 4.2 Pengalaman Berdagang Pedagang Sayur Di Pasar Sore	55
Tabel 4.3 Modal Pedagang Sayur Di Pasar Sore	56
Tabel 4.4 Jumlah Sayur Yang Dijual	56
Tabel 4.5 Persamaan Hasil Temuan.....	86



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Selain berfungsi sebagai tempat utama masyarakat membeli kebutuhan pokok di Indonesia, pasar juga berfungsi sebagai tempat penjualan barang-barang ekonomi oleh perorangan termasuk petani, nelayan, pengrajin, dan industri rumah tangga.¹ Seiring dengan meningkatnya perekonomian secara global memaksa Indonesia untuk ikut meningkatkan perekonomiannya. Salah satu yang ditingkatkan dalam membantu perekonomian Indonesia adalah pasar. Pasar termasuk salah satu hal yang sangat berdampak pada perekonomian karena sebagian besar bahkan semua masyarakatnya cenderung lebih suka melakukan kegiatan dipasar, baik itu berbelanja, berbisnis, berjualan atau sebatas mencari tempat untuk makan dan bersantai. Pasar di era globalisasi ini menjadi hal yang sangat penting karena semakin banyaknya perdagangan secara global dengan negara-negara lain.

Pada mulanya, pasar berfungsi sebagai tempat pertukaran barang antara pembeli dan penjual.² Saat pelanggan mengunjungi pasar untuk berbelanja, pedagang menyajikan dagangannya dengan harapan dapat melakukan penjualan. Pasar adalah tempat penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar produk dan jasa. Pasar adalah lokasi yang paling sering

¹ Wahyu Hidayat, "Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen," Universitas Diponegoro: *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, no. 2, (2018): 113.

² Triana Rosalina Noor, "Fungsi Sosial Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya)," STAI An Najah Indonesia Mandiri: *Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 5, no. 1, (2017): 2.

dikunjungi semua orang. Transaksi jual beli merupakan aktivitas utama yang terjadi di pasar, baik pasar konvensional maupun modern, serta pasar tradisional dimana produsen dan konsumen harus melakukan aktivitas transaksi.

Selama ini kehadiran pasar modern selalu dipertentangkan dengan keberadaan pasar tradisional sebagai dua kutub yang berbeda. Asal tradisional masih dihadapkan dengan ketidaknyamanan berbelanja. Hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ekapribadi dengan judul menyebutkan ada beberapa kelemahan yang dimiliki pasar tradisional. Kelemahan tersebut telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit di ubah. Faktor desain dan tampilan pasar, atmosfir, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi pengeluaran, jam operasional pasar yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual merupakan kelemahan terbesar pasar tradisional dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern.

Suatu usaha atau bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Perdagangan dalam Islam adalah salah satu bentuk karunia dari Allah yang tujuannya untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi pelakunya, serta keutamaan mulianya profesi berniaga. Seperti pada surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ
 عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ
 كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ﴿١٧٨﴾

Artinya: “Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam. Dan Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang yang tidak tahu.”³

Ayat di atas menjelaskan, Allah memberikan kebebasan (tidak dosa) kepada setiap hamba-Nya yang melakukan perniagaan atau perdagangan sebagai pekerjaan. Dengan tujuan untuk mendapatkan rezeki dan untuk memenuhi kebutuhan keluarga serta diniatkan untuk mencari karunia Allah SWT. Usaha berdagang merupakan salah satu alternatif lapangan kerja informal, yang ternyata banyak menyerap tenaga kerja, seperti pedagang di pasar tradisional.⁴ Salah satu pedagang pasar tradisional tersebut ialah pedagang sayur. Pedagang sayur yang dimaksud dalam hal ini ialah pedagang yang berjualan sayuran seperti bayam, kangkung, kacang panjang, timun, sawi dan berbagai macam sayur mayur lainnya. Pedagang sayur yang berdagang di pasar juga bervariasi mulai dari anak muda sampai orang tua, laki-laki ataupun juga wanita. Kegiatan perdagangan yang dilakukan ini tak lain ialah usaha untuk dapat menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Pendapatan adalah sesuatu yang diterima seseorang sebagai hasil kerja (usaha).

³ Al-Qur'an & Terjemahan, Surah Al-Baqarah (2 : 198), Departemen Agama RI.

⁴ Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi* (Surakarta: PT. Aksara Sinergi Media, 2012), 229.

Peneliti mengunjungi Pasar Sore Desa Dawuhanmangli yang memiliki beragam penjual, termasuk penjual sayur. Diketahui bahwa kegiatan perdagangan sayur dengan strategi yang telah diterapkan masing masing pedagang ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mencari atau mengusahakan agar ada pembeli atau permintaan pasar yang cukup baik atau banyak terhadap barang dan jasa yang dipasarkan pada tingkat harga yang menguntungkan. Pasar Sore Desa Dawuhanmangli memiliki beberapa keunggulan dalam pelayanan bersaing secara alamiah seperti lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli yang merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional.

Strategi usaha yang diterapkan inilah yang membuat pendapatan yang diterima setiap pedagang sayur dalam berdagang relatif berbeda dengan pedagang sayur lainnya. Dalam hal ini kegiatan penjualan sayur merujuk pada kegiatan pedagang sayur yang berada di pasar dan memiliki kios sendiri. Pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat dan merupakan tempat terjadi transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli. Dari 98 pedagang yang berjualan, 45 diantaranya merupakan pedagang sayur yang mempunyai lapak sendiri.⁵ Dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

⁵ Dokumentasi di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, 15 Juli 2024.

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang di Pasar Sore

No	Pedagang	Jumlah Pedagang
1	Pedagang Daging Ayam	5
2	Pedagang Kerupuk	10
3	Pedagang Sayur	45
5	Pedagang Bahan-bahan Sembako	36
6	Pedagang Ikan Laut	2

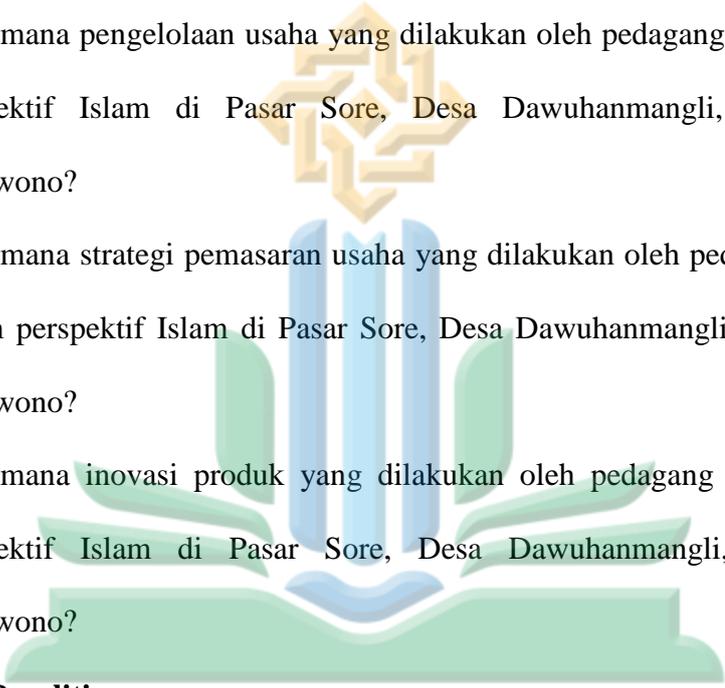
Sumber: Dokumentasi di Pasar Sore

Seperti terlihat pada Tabel 1.1 banyaknya pedagang sayur yang berada di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono ini menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan yang diterima para pedagang dalam menjajakan dagangannya sehingga terjadinya perbedaan pendapatan antar pedagang. Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik internal maupun eksternal menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda pula, mulai dari penentuan harga, cara mempromosikan barang, memberikan harga diskon, dan lain sebagainya menyebabkan adanya perbedaan pendapatan para pedagang sayur tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam terkait pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur serta strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dan inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

- 
1. Bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono?
 2. Bagaimana strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono?
 3. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, kecamatan Sukowono?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono
2. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.
3. Untuk mendeskripsikan inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif Islam di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat secara teori

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak-pihak terkait dalam mempelajari strategi pengembangan usaha khususnya untuk para pedagang.
- b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang.

2. Manfaat secara praktis

Adapun manfaat secara praktis bagi peneliti yaitu untuk peneliti dapat menambah pengalaman dan juga wawasan dalam membuat karya tulis ilmiah baik secara teori maupun praktek, serta menambah bekal peneliti untuk membuat penelitian selanjutnya. Sedangkan bagi masyarakat, peneliti berharap agar dapat memberikan informasi bacaan dan pengetahuan secara akademis mengenai strategi pemasaran usaha yang dilakukan pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, serta memberikan informasi lebih lanjut tentang strategi pengembangan usaha. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta bisa menjadi literatur dalam pengerjaan karya ilmiah khususnya untuk menambah literatur pada perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

E. Definisi Istilah

Pada penelitian ini, agar tidak terjadi kerancuan istilah, oleh karena itu penelitian ini memaparkan tentang istilah yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu :

1. Strategi Pengembangan Usaha

Merupakan suatu proses atau cara yang merangsang tubuh, pikiran, dan tenaga dalam rangka mengembangkan usaha, meningkatkan jumlah dan kualitas hasil kegiatan perekonomian, serta memperluas lapangan kerja baik saat ini maupun di masa yang akan datang.⁶

2. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam adalah strategi pengembangan usaha yang harus dikembangkan sesuai dengan aturan-aturan Islam. Aturan ini tidak boleh mengandung unsur *Dharar* (bahaya), *Jahalah* (ketidakjelasan), atau *Zhulm* (merusak atau tidak adil).⁷

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Topik kajian yang disampaikan secara garis besar sehingga nampak alur penelitian yang dilakukan dari awal sampai akhir. Hal ini dikemukakan gambaran umum secara singkat dari pembahasan skripsi.

⁶ John A. Pearce II, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7.

⁷ Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2, no. 2 (2016): 112.

Bab I Pendahuluan, memuat komponen dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan

Bab II Kajian kepustakaan, pada bab ini dipaparkan mengenai penelitian terdahulu dan mengenai penelitian sejenis yang diteliti sebelumnya dan dilanjutkan dengan kajian teori.

Bab III Metode penelitian, dalam hal ini membahas tentang metode yang digunakan peneliti, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis, bab ini berisi penyajian dan analisis data, gambaran objek penelitian, serta pembahasan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan dari pembahasan yang diuraikan dalam bab sebelumnya dan saran bagi pihak-pihak terkait.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk menjaga keabsahan penelitian yang telah dilakukan, penulis merangkum temuan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang telah dilakukan.⁸

1. Penelitian dilaksanakan oleh Mellisa Magdalena Yudha dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Business Model Canvas.” Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis model bisnis Restoran Ayam Panggang X di Depok dan merancang model bisnis baru dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian model eksploratoris sekuensial, yang terdiri dari metode kualitatif sebagai metode utama dan kuantitatif sebagai metode tambahan. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner, dan triangulasi.

Hasil analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) menghasilkan delapan alternatif strategi, di antaranya adalah fokus pada *value* sebagai *fnb tech*, riset pasar digital secara berkesinambungan, evaluasi terhadap strategi pemasaran, perluasan relasi bisnis, promosi yang lebih menarik, penambahan karyawan baru,

⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember : IAIN Jember, 2019), 46.

peningkatan alokasi biaya pemasaran, dan membuat peraturan yang lebih tegas bagi karyawan yang melanggar *Standard Operating Procedure* (SOP). Berdasarkan hasil perhitungan. *Quantitative Strategic Planning Matrikx* (QSPM), strategi riset pasar digital secara berkesinambungan menjadi prioritas tertinggi dengan nilai 13,87.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian serta metode yang digunakan dan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak fokus dan tujuan penelitian.

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Fadhil Ramadhan dengan judul “Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan BMC pada Nos Jeans.” Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui potensi bisnis yang dimiliki oleh *NOS Jeans* saat ini dan membuat rancangan strategi pengembangan usaha yang harus dilakukan oleh *NOS Jeans* berdasarkan hasil dari metode *Business Model Canvas*. Perancangan strategi dilakukan dengan menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) berupa identifikasi faktor-faktor lingkungan, perhitungan matriks IFE dan EFE, membuat matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT), dan penentuan kuadran *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Penelitian ini menunjukkan kondisi *NOS Jeans* berada pada kuadran 1, perlu menyusun strategi tepat untuk *NOS Jeans*. Penyusunan

¹⁰ Mellisa Magdalena Yudha, Lis Mariam dan Erlyn Rosalina “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Business Model Canvas,” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22, no. 1 (Juni, 2023): 19.

strategi yang cocok untuk *NOS Jeans* dengan membentuk tim digital marketing untuk membangun strategi pemasaran secara online agar pemasaran bisa lebih luas jangkauannya, melakukan pembelian mesin otomatis untuk proses produksi agar bisa meminimalisir pengeluaran, dan memperluas target pasar.¹¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak ada variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan, fokus dan tujuan penelitian.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Mutiara Daviena Dwi Putri dengan judul “Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Aksesoris Tjorak Mootera di Bandung.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan dan pengembangan usaha aksesoris Tjorak Mootera. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan *case study* dengan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada calon konsumen dan konsumen Tjorak Mootera, sedangkan observasi dan dokumentasi dilakukan kepada bisnis Tjorak Mootera. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam pengembangan usahanya, Tjorak Mootera perlu menambah tenaga kerja, meningkatkan jumlah stock

¹¹ Muhammad Fadhil Ramadhan, “Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan BMC pada Nos Jeans,” *Jurnal Riset Teknik Industri Unisba Press*, 3, no. 1 (Juli,2023): 52.

produk, memaksimalkan kegiatan promosi, membuat laporan keuangan, pendaftaran HAKI, dan bekerja sama dengan berbagai pihak.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian serta metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian.

4. Penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Afridhal dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.” Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha, Roti Tanjong di kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah..¹³

¹² Mutiara Daviena Dwi Putri dan Moch Malik Akbar Rohandi, “Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Aksesoris Tjorak Mootera di Bandung,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3, no. 1 (Juli, 2023): 27.

¹³ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen,” *Jurnal S. Pertanian*, 1, no. 3 (2017): 223.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan metode penelitian.

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Teti Cndrayati dengan judul "Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif Di Sumatera Barat Dengan Pendekatan Terintegrasi Zaman Now." Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui model pengembangan usaha kecil menengah kreatif yang ada di Sumatera Barat melalui pendekatan terintegrasi zaman now. Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UKM kreatif di Sumatera Barat pada era digital masih banyak menemui kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Hal ini dapat dilihat dari minimnya jumlah UKM kreatif yang menerapkan informasi teknologi dalam pengelolaan usahanya. Pada era digital di mana ketersediaan dan kemudahan akses informasi sangat tinggi dan cepat, UKM kreatif memiliki peluang untuk meningkatkan produktifitas dan daya saing sehingga produk/jasa yang dihasilkan lebih unggul dan dapat diserap oleh pasar. Faktor SDM harus dipersiapkan untuk mampu mengikuti perkembangan dan mengadopsi informasi teknologi. Pengembangan UKM kreatif di Sumatera Barat juga harus dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan melibatkan semua unsur/elemen dalam lingkungan usahanya, sehingga eksistensi UKM kreatif akan terus bertambah baik secara jumlah

dan kualitas. Produk/jasa yang dihasilkan bersifat multi dimensi fungsi yang seharusnya di atas ekspektasi konsumen, hal itu dimungkinkan dengan penggunaan teknologi informasi. Dalam jangka panjang keberadaan UKM kreatif akan lebih berkembang melalui program kepedulian UKM terhadap masyarakat dan produk/jasa yang dihasilkan adalah ramah lingkungan.¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan penelitian.

6. Penelitian dilaksanakan oleh Wahyu Hidayat dengan judul “Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk model pengembangan pasar tradisional berbasis pada perilaku konsumen. Penelitian dilakukan di Pasar Peterongan di Kota Semarang dengan mengambil sampel sebanyak 100 pedagang dengan teknik pengambilan sampel *Cluster Purposive Sampling* dan 100 orang pembeli dengan teknik pengambilan sampel *Acidental Sampling*. Adapun untuk mengetahui pengembangan pasar tradisional, maka data diambil dengan menggunakan wawancara.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pembangunan Pasar Peterongan harus berbasis dari perilaku konsumen, di samping berbasis peraturan daerah Kota Semarang. Melalui perilaku konsumen dapat diketahui bagaimana keinginan para konsumen di Pasar Peterongan yang menjadi

¹⁴ Teti Chandrayati, “Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kreatif Di Sumatera Barat Dengan Pendekatan Terintegrasi Zaman Now,” *Jurnal Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers*, 1, no. 1 (2018): 60.

pemacu pedagang untuk terus mengembangkan usahanya demi memenuhi kebutuhan konsumen. Pedagang membutuhkan tempat atau sarana bertransaksi dengan konsumen secara nyaman, bersih dan teratur. Untuk itu pemerintah memiliki peran besar untuk memfasilitasi kebutuhan pedagang dan konsumen dengan membangun bangunan pasar yang bersih, nyaman, tertib, dan teratur.¹⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dan metode penelitian.

7. Penelitian dilaksanakan oleh Hera Emelya dengan judul “Strategi Pedagang Sayur Dalam Pengembangan Usaha Di Pasar Korpri Bandar Lampung.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kenyataan seperti apa yang nampak pada pedagang sayur dalam pengembangan usaha. Penelitian dilakukan di Pasar Korpri Bandar Lampung mengambil sampel sebanyak 8 orang. Adapun untuk mengetahui pengembangan pasar, maka data diambil dengan menggunakan wawancara.¹⁶

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran pedagang sayur dalam pengembangan usaha di pasar korpri Bandar Lampung adalah menggunakan teknik promosi. Metode promosi yang digunakan dengan memberikan diskon kepada konsumen.

¹⁵ Wahyu Hidayat, Widiartanto, Apriatni Endang Prihartini dan Reni Shinta Dewi, “Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, no. 2 (September, 2018): 113.

¹⁶ Hera Emelya, “Strategi Pedagang Sayur Dalam Pengembangan Usaha Di Pasar Korpri Bandar Lampung” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2019), 11.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dan metode penelitian.

8. Penelitian dilaksanakan oleh Mariatul Jannah dengan judul “Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha.” Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi pedagang dalam mempertahankan usaha pasca kebakaran yang terjadi tahun 2016 di pasar baru A kota Palangka Raya. Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan metode studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, pedagang pasar baru A dapat mempertahankan usaha dengan menerapkan strategi manajemen pemasaran berupa menjual produk yang beragam, harga terjangkau, tempat yang lebih nyaman dan melakukan berbagai promosi. Dalam strategi manajemen resiko para pedagang cepat beradaptasi dengan keadaan, melakukan berbagai tindakan antisipasi kebakaran dan mengelolah keuangan usaha dengan cermat. Kemudian yang kedua, strategi yang dilakukan pedagang pasar baru A pasca kebakaran di tinjau dari perspektif ekonomi islam telah sesuai dengan strategi manajemen pemasaran dalam islam dengan bersifat jujur pada produk, bersifat adil dalam penetapan harga, tempat lebih rapi dan jujur dalam promosi. Dalam strategi manajemen resiko telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam

dengan tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak serta melakukan perencanaan usaha dengan lebih baik.¹⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan penelitian.

9. Penelitian yang dilaksanakan oleh Retno Putriani dengan judul “Strategi Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Pasar Wage Nganjuk.” Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi yang digunakan pedagang muslim dalam menghadapi persaingan antar pedagang di pasar wage Nganjuk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pedagang muslim dalam menghadapi persaingan bisnis di pasar wage Nganjuk meliputi pedagang memberikan pelayanan prima kepada konsumen sesuai syariat Islam. Pedagang menyediakan produk yang berkualitas dan memperhatikan produk yang disyariatkan islam, memberi promosi yang jujur dan menetapkan harga berdasarkan kesepakatan penjual dan pembeli. Sesuai keseluruhan strategi yang dilakukan pedagang muslim telah sesuai dengan ajaran islam dalam menjalankan usaha.¹⁸

¹⁷ Mariatul Jannah, “Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2020), 53.

¹⁸ Retno Putriani, “Strategi Pedagang Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Pasar Wage Nganjuk” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung, 2020), 45.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan penelitian.

10. Penelitian yang dilaksanakan oleh Novia Sridewi dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat.” Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh rumah makan sukma rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan dan menggunakan konsep penjualan baru. Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi oleh rumah makan sukma rasa dalam mengembangkan usahanya yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia dan tekanan dari pesaing.¹⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada variabel penelitian serta metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian.

¹⁹ Novia Sridewi, “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2020), 53.

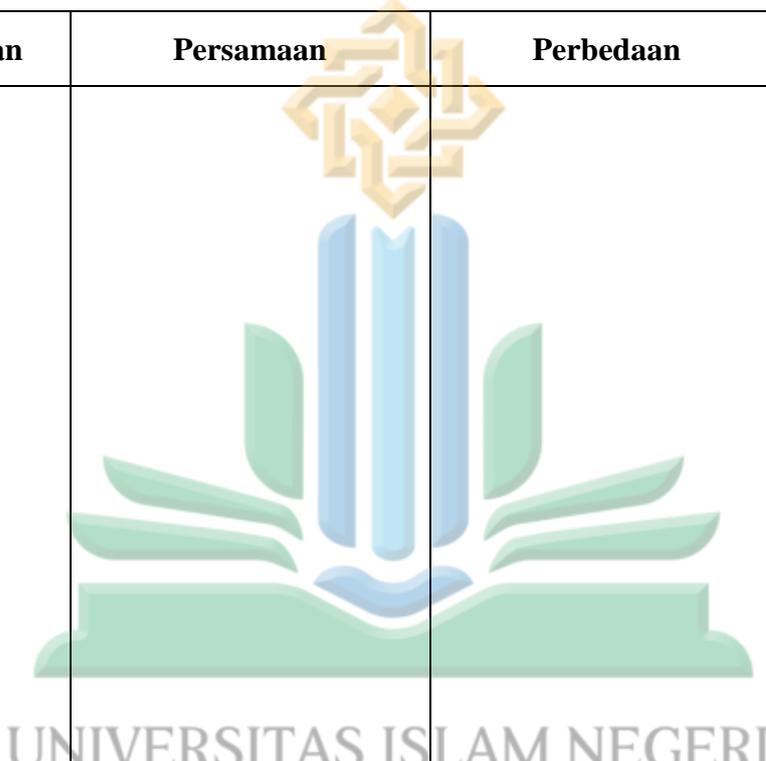
Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
1.	Mellisa Magdalena Yudha, (2023), <i>Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Business Model Canvas.</i>	a. Pembahasan penelitian b. Metode penelitian kualitatif c. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi	Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Business Model Canvas merupakan metode yang efektif dalam perumusan alternatif strategi dan penentuan strategi baru perusahaan.
2.	Muhammad Fadhil Ramadhan (2023), <i>Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan BMC pada Nos Jeans.</i>	Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan penelitian	a. Metode yang digunakan b. Fokus dan tujuan penelitian	Hasil penelitian menunjukkan potensi bisnis yang dimiliki oleh NOS Jeans terdiri dari beberapa faktor internal maupun faktor eksternal. Aspek yang paling mempengaruhi dari potensi bisnis NOS Jeans berdasarkan faktor internal adalah kualitas pembuatan celana jeans yang sudah cukup baik dan tepat waktu.
3.	Mutiara Daviena Dwi Putri (2023), <i>Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Aksesoris</i>	a. Pembahasan penelitian b. Metode penelitian kualitatif c. Teknik pengumpulan data observasi,	Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian	Pada kondisi usaha Tjorak Mootera saat ini, diperoleh pengelolaan usaha dengan

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
	<i>Tjorak Mooteradi Bandung.</i>	wawancara dan dokumentasi		sembilan blok Business Model Canvas. Pada blok customer segments, target konsumen Tjorak Mootera adalah orang-orang yang gemar menggunakan dan mengoleksi aksesoris.
4.	Muhammad Afridhal (2017), <i>Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen</i>	Pembahasan penelitian	<ul style="list-style-type: none"> a. Pada fokus dan tujuan penelitian b. Metode yang digunakan 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP.

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
5.	Teti Cndrayati (2018), <i>Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kreatif Di Sumatera Barat Dengan Pendekatan Terintegrasi Zaman Now</i>	a. Pembahasan penelitian b. Metode penelitian kualitatif	Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian	Penggunaan teknologi informasi pada era digital / zaman now dalam menjalankan usaha memberi peluang yang lebih besar kepada UKM kreatif di Propinsi Sumatera Barat untuk meningkatkan produktifitas dan daya saingnya. Oleh karena itu diperlukan suatu model pengembangan UKM kreatif melalui pendekatan yang terpadu dengan pemakaian teknologi informasi secara optimal.
6.	Wahyu Hidayat (2018), <i>Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen</i>	Persamaannya terletak pada pembahasan penelitian	a. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian b. Metode penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pembangunan Pasar Peterongan harus berbasis dari perilaku konsumen, disamping berbasis peraturan daerah Kota Semarang. Melalui perilaku

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
				<p>konsumen dapat diketahui bagaimana keinginan para konsumen di Pasar</p> <p>Peterongan yang menjadi pemacu pedagang untuk terus mengembangkan usahanya demi memenuhi kebutuhan konsumen.</p>
7.	<p>Hera Emelya (2019), <i>Strategi Pedagang Sayur Dalam Pengembangan Usaha Di Pasar Korpri Bandar Lampung</i></p>	<p>Persamaannya terletak pada pembahasan penelitian</p>	<p>a. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian</p> <p>b. Metode penelitian</p>	<p>Hasil dari penelitian adalah dalam menjalankan usahanya pedagang sayur memakai modal yang relatif sedikit untuk membeli berbagai macam sayuran untuk di pasarkan kembali. Dalam berdagang pedagang sayur memilih tempat yang strategis dan tempat tetap untuk memasarkan usahanya.</p>
8.	<p>Mariatul Jannah (2020), <i>Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha</i></p>	<p>a. Persamaannya terletak pada pembahasan penelitian</p> <p>b. Metode penelitian kualitatif</p>	<p>Perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan penelitian</p>	<p>Strategi pedagang dalam mempertahankan usaha pasca kebakaran tahun 2016 dilihat dari strategi</p>

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
				manajemen pemasaran dan strategi manajemen risiko. Strategi manajemen pemasaran yang diterapkan pedagang Pasar Baru A dengan menjual produk yang beragam, harga yang terjangkau, tempat yang nyaman dan melakukan beragam promosi.
9.	Retno Putriani (2020), <i>Strategi Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Pasar Wage Nganjuk</i>	Persamaannya terletak pada metode penelitian kualitatif	Perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi persaingan bisnis di Pasar Wage Nganjuk secara umum yang meliputi harga, produk, layanan, promosi, dan pemasaran berjalan dengan baik.
10.	Novia Sridewi (2020), <i>Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Persamaannya terletak pada pembahasan penelitian b. Metode penelitian kualitatif c. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan 	Perbedaannya terletak pada tujuan penelitian	Hasil penelitian dilapangan menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah

No	Keterangan	Persamaan	Perbedaan	Hasil dan Implikasi
	<i>Kabupaten Lombok Barat</i>	dokumentasi		varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru.

Sumber, Data Penelitian Terdahulu: diolah peneliti

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa persamaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada pembahasan penelitian tentang pengembangan usaha, metode yang digunakan kualitatif serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian peneliti, yaitu untuk mendeskripsikan pengelolaan usaha lalu mendeskripsikan strategi pemasaran dan untuk mendeskripsikan inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.

B. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan Usaha

a. Pengertian Strategi pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, setiap orang memiliki definisi berbeda mengenai konsep tentang strategi. Dalam pengembangannya strategi harus terus memiliki perkembangan.

Strategi dibutuhkan untuk mencapai visi, misi, dan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dalam suatu perusahaan.²⁰ Secara komprehensif strategi didefinisikan sebagai suatu rencana dan tindakan yang menguraikan alokasi sumber daya dan kegiatan lain yang ramah lingkungan dan membantu organisasi mencapai tujuannya.²¹

Pengembangan adalah upaya terstruktur oleh organisasi yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya. Usaha adalah pengejaran terus menerus dari kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh orang perseorangan maupun orang perseorangan atau dalam bentuk badan hukum.

Dari uraian sebelumnya sudah jelas bahwa rencana pengembangan usaha adalah suatu proses atau cara yang merangsang tubuh, pikiran, dan tenaga dalam rangka mengembangkan usaha, meningkatkan jumlah dan kualitas hasil kegiatan perekonomian, serta memperluas lapangan kerja baik saat ini maupun di masa yang akan datang.²²

b. Bagian-bagian Strategi Pengembangan Usaha

Adapun strategi pengembangan usaha dibagi menjadi beberapa bagian. Berikut penjelasannya:²³

²⁰ Heru S, *Analisis SWOT Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 12.

²¹ Lawrence R, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 2010), 12.

²² John A. Pearce II, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7.

²³ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2009), 110.

1) Pengelolaan Usaha

Dalam ilmu manajemen digunakan kata manajemen bisnis. Menurut etimologinya, kata manajemen berasal dari kata kerja (*manage*) yang berarti mengelola. Ini biasanya menggambarkan tindakan menangani atau mengelola sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen bisnis adalah cabang ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses penanganan dan pengelolaan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.

Pengelolaan usaha dapat diartikan sebagai suatu proses yang menggabungkan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan menggunakan seni dan ilmu pengetahuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.²⁴ Adapun fungsi pengelolaan suatu usaha terdapat tahapan-tahapan dalam melakukan pengelolaan yaitu:²⁵

a) Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal dalam melaksanakan pekerjaan, baik konsep maupun kerangka kerjanya, guna mencapai hasil terbaik dari tujuan yang ingin dicapai. Karena fungsi manajemen lainnya tidak dapat berjalan

²⁴ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2009), 110.

²⁵ Fathurrahman, *Bunga Rampai Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Qur'an Dan Hadis* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 17.

tanpa perencanaan, maka perencanaan merupakan proses manajemen yang penting.

b) Pengorganisasian

Proses menetapkan, menugaskan, dan mendistribusikan tugas, kekuasaan, dan sumber daya di antara anggota organisasi dikenal sebagai pengorganisasian. Menetapkan tugas, menyediakan kebutuhan, dan mempunyai wewenang untuk melaksanakan tugas, semuanya merupakan bagian dari organisasi itu sendiri.

c) Penggerakan

Agar pekerjaan atau kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan, maka mobilisasi berarti menggerakkan organisasi agar beroperasi sesuai dengan pembagian kerja masing-masing orang dan memobilisasi seluruh sumber daya yang telah ada.

d) Pengawasan

Tujuan pengawasan adalah untuk mengawasi apakah tindakan organisasi ini sesuai dengan rencana atau tidak. Selain itu, mengawasi bagaimana sumber daya organisasi digunakan untuk memastikan bahwa sumber daya tersebut digunakan secara efektif dan efisien tanpa bertentangan dengan rencana.

2) Pemasaran

Proses memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada ke pasar baru dikenal sebagai pemasaran. Strategi ini berfokus pada pemasaran produk, yang kini dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mengoperasikannya baik bagi pelanggan baru maupun lama.²⁶ Dalam pengembangan pasar di bidang pemasaran yang dijadikan sebagai alat pemasaran taktis untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran di antaranya:²⁷

a) Strategi produk

Segala sesuatu yang dapat disediakan ke pasar untuk memenuhi suatu kebutuhan disebut produk. Strategi produk adalah proses menawarkan produk dan mencari pendekatan terbaik untuk target pasar. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan atau mengubah produk untuk memuaskan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Bisnis tidak hanya mengandalkan produknya saat ini tanpa melakukan upaya pengembangan ekstra ketika ada persaingan yang ketat. Elemen yang paling penting adalah strategi produk karena dapat mempengaruhi taktik pemasaran lainnya.

²⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2009), 14.

²⁷ Makmur, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3, no. 1 (Januari, 2015): 45.

b) Strategi harga

Harga adalah komponen penting dari strategi pemasaran, dan harus selalu dipertimbangkan dalam kerangka tersebut. Penetapan harga adalah salah satu keputusan tersulit yang harus diambil perusahaan. Penetapan harga yang adil adalah penetapan harga yang memenuhi kepuasan konsumen dan sejalan dengan kualitas produk. Namun, penyesuaian harga juga harus dilakukan ketika keadaan mengharuskan kenaikan atau penurunan harga sesuai dengan pangsa pasar.

c) Strategi promosi

Detail tentang produk atau barang yang dimaksudkan untuk meningkatkan nilainya. Kebutuhan dan aspirasi pelanggan dapat dipahami dan dipengaruhi oleh informasi yang diberikan, meliputi jenis produk, harga, dan detail lainnya. Hal ini mengarah pada pertukaran yang memuaskan. Mempertahankan preferensi konsumen terhadap produk sama pentingnya dengan keuntungan promosi dalam hal peluncuran produk.

d) Strategi distribusi

Tindakan mentransmisikan atau mendistribusikan ke individu atau beberapa lokasi dikenal sebagai distribusi. Mengirimkan barang atau jasa kepada pelanggan pada saat yang tepat dikenal dengan strategi distribusi. Ketika memutuskan

bagaimana menjangkau target pasar atau klien dan bagaimana menjalankan fungsi distribusi di berbagai perusahaan, strategi distribusi suatu perusahaan sangatlah penting.

3) Inovasi produk

Proses atau hasil perolehan atau penerapan pengetahuan dan keahlian untuk menghasilkan atau menyempurnakan produk (barang atau jasa), prosedur, atau sistem baru yang menawarkan nilai besar dikenal sebagai inovasi produk.²⁸ Inovasi produk mencakup lebih dari sekedar pengembangan produk hal ini juga dapat melibatkan pengenalan produk baru atau penataan ulang produk untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa yang diproduksi.²⁹

Inovasi produk memegang peran yang sangat penting dalam sebuah usaha, terutama dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang dari pesaing dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah.³⁰ Terdapat tiga indikator inovasi produk yaitu:³¹

a) Fitur Produk

Variasi produk dapat dipandang sebagai tujuan kompetitif dan cara agar produk seorang wirausahawan

²⁸ Riki Satia Muharam, "Inovasi Pelayanan Publik Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Di Kota Bandung," *Jurnal Administrasi Publik*, 1, no. 1 (Maret, 2019): 42.

²⁹ Siti Viona, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Terkat Tiga Dara Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1, no. 2 (Oktober, 2021): 62.

³⁰ Ni Putu Wanggy Ariastini, "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Tenun Songket," *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4, no. 7 (Juli, 2024): 1440.

³¹ Roberto Junianto Cahyo, "Analisa Inovasi Produk Pada Sektor Usaha Formal Dan Informal Di Jawa Timur," *Agora*, 1, no. 3, (2013): 221.

menonjol dari produk para pesaingnya. Kemampuan suatu produk bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen bergantung pada fitur-fiturnya. Yang dimaksud dengan fitur suatu produk adalah sesuatu yang istimewa, unik, dan berbeda yang berfungsi sebagai faktor penjualan tambahan bagi produk tersebut. Kualitas produk yang sempurna adalah hasil pengembangan dan penyempurnaan yang terus-menerus.

b) Desain produk

Strategi lain untuk meningkatkan persepsi nilai produk di mata pengguna adalah melalui desain produk. Desain adalah suatu konsep atau metode yang dapat digunakan untuk menggambarkan dan menggambarkan suatu produk. Desain meningkatkan kegunaan produk selain keterampilan. Produk dibuat untuk menarik pelanggan. Hal ini juga dapat digunakan sebagai cara untuk mengurangi biaya produksi atau memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis.

c) Kualitas produk

Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsinya seefektif mungkin. Presisi produk, keandalan, dan daya tahan adalah beberapa fungsi yang dipertanyakan. Keandalan, di sisi lain, mengacu pada produk yang bebas dari kesalahan, berfungsi sebagaimana mestinya, dan memiliki kemampuan yang konsisten sesuai dengan

tujuannya. Mempertahankan kualitas produk bermanfaat lebih dari sekadar mendapatkan kembali kepercayaan pelanggan saat ini. Namun permasalahan yang sering muncul dalam dunia bisnis muncul ketika suatu produk bagus dan berkualitas, namun harganya cukup mahal.

c. Faktor-Faktor Yang Menentukan Pengembangan Usaha

Faktor-faktor yang terdapat dalam pengembangan strategi pengembangan usaha ini terbagi ke dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut ulasan faktor-faktor strategi pengembangan diantaranya sebagai berikut :³²

1) Faktor Internal

- a) Manajemen suatu proses cara kerja sama tim yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan organisasi.
- b) Pemasaran berarti proses penciptaan, pendefinisian, pengantisipasi, dan pemenuhan keinginan dan juga kebutuhan produk dan jasa oleh konsumen.
- c) Keuangan merupakan bagaimana individu belajar bisnis dan meningkatkan organisasi serta mengalokasikan dan menggunakan sumber daya moneter serta menghitung rasio ketika menjalankan sebuah proyek sejalan dengan waktu.

³² Daryanto, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah* (Bandung : Satu Nusa, 2011), 32.

- d) Produksi suatu proses kegiatan untuk menghasilkan atau menciptakan suatu barang guna menambah nilai guna barang atau jasa agar untuk memenuhi kebutuhan manusia.

2) Faktor Eksternal³³

a) Ekonomi

Ilmu sosial ekonomi mengkaji bagaimana orang memproduksi, mengkonsumsi, dan mendistribusikan produk dan jasa untuk memuaskan keinginan mereka.

b) Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Ilmu yang mempelajari tentang manusia dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain disebut ilmu sosial. Sekelompok cara hidup bersama yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya disebut kebudayaan. Sebaliknya, lingkungan adalah keadaan fisik institusi dan sumber daya alam.

c) Pemerintah

Suatu entitas yang mempunyai hak dan kemampuan untuk menyusun dan melaksanakan peraturan perundang-undangan setempat.

³³ Daryanto, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah* (Bandung : Satu Nusa, 2011), 33.

d) Teknologi

Teknologi merupakan sarana prasarana yang digunakan agar menghasilkan barang demi untuk keberlangsungan hidup manusia.

e) Kompetitif

Suatu kemampuan karakteristik yang diperoleh dari sumber daya suatu perusahaan guna memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing pada industri yang sama.

2. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Untuk mencapai tujuan perusahaan, termasuk keberlanjutan, pengembangan bisnis sangatlah penting. Pengembangan adalah suatu perbuatan, proses, atau cara. Selain itu, bisnis adalah aktivitas bisnis terorganisir yang bertujuan untuk memenuhi permintaan masyarakat dengan memproduksi (menguntungkan) atau menjual komoditas dan jasa.³⁴ Teknik yang digunakan suatu perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif di setiap perusahaannya disebut sebagai strategi bisnis. Untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, strategi perusahaan menawarkan orientasi yang konsisten dan stabilitas terarah. Islam memiliki aturan tentang bagaimana bisnis harus dikembangkan. Aturan-aturan ini menyatakan bahwa mereka tidak boleh mengandung unsur *Dharar* (bahaya), *Jahalah* (ketidakjelasan), atau *Zhulm* (merusak

³⁴ Sutrimono, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Sewa Mobil Di Rental Restu Kabupaten Biak Numfor," *Jurnal Gema Kampus*, 13, no. 2 (2018): 56.

atau tidak adil). Usaha juga harus terbebas dari unsur MAGHRIB, yakni singkatan dari lima unsur. Antara lain sebagai berikut :³⁵

1) *Maysir* (Judi)

Maysir berasal dari kata *al-yurs* yang artinya mudah, suatu bentuk kegiatan yang mengandung unsur taruhan atau perjudian.³⁶ Menurut istilah, berarti menghasilkan uang tanpa bekerja atau memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa mengeluarkan usaha apa pun. *Maysir* sebagai sesuatu yang mengandung banyak perjudian atau spekulasi.³⁷

Perilaku *Maysir* dalam pengembangan usaha dilarang keras di dalam Al-Qur'an, Allah SWT. berfirman dalam surah Al-Maidah ayat 90 yang berbunyi :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رَجَسٌ مِّنْ
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”

Dalam ayat tersebut jelas bahwa semua bentuk perjudian dilarang dan dianggap perbuatan yang zalim dan sangat dibenci.

³⁵ Tira Nur Fitria, “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2, no. 2 (2016): 112.

³⁶ Ghufron Ajib, *Fiqh Muamalah II : Kontemporer Indonesia* (Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015), 33.

³⁷ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 107-108.

2) *Aniaya (Zhulm)*

Secara bahasa, kata *Zhulm* mempunyai arti mengurangi, menyimpang, menindas, bertindak sewenang-wenang, dan tidak adil. Sedangkan secara istilah, artinya transaksi yang menimbulkan ketidakadilan pada orang lain³⁸

Menurut QS. An-Nisa: 29 yang menyatakan bahwa memakan uang orang lain secara zalim adalah kezaliman dan menganiaya orang lain dalam bidang ekonomi berarti menghancurkan dan membunuh nyawanya, konsep *zhulm* erat kaitannya dengan kesia-siaan dalam dunia ekonomi. Oleh karena itu, Allah melarang melakukan perdagangan yang tidak jujur.³⁹

3) *Gharar (Penipuan)*

Kata *gharar* mengandung arti penipuan atau penyesatan.⁴⁰ Sebaliknya, kecuali ditentukan lain dalam syariah, *gharar* diartikan sebagai suatu transaksi yang bendanya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat dialihkan pada saat terjadinya transaksi.⁴¹ Larangan *gharar* disamping mengandung pertaruhan atau ketidakpastian hasil, juga dimaksudkan untuk menjaga harta agar tidak hilang dan menjaga terjadinya bisnis yang tidak jelas.

³⁸ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 113.

³⁹ Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 40.

⁴⁰ Aksamawanti, "Gharar Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad," *Jurnal Hukum*, 5, no.1 (Mei, 2019): 44.

⁴¹ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 104

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: “Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar” (HR. Muslim)

Hadist tersebut dengan jelas menerangkan bahwa dalam sistem jual beli gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil.

4) *Haram*

Allah dan Rasul-Nya melarang praktek haram. Hal ini dilarang untuk dilakukan. Secara umum, haram ada dua macam, yaitu haram secara substansi dan haram karena cara perolehannya. Penjualan barang-barang terlarang seperti daging, berhala, bangkai, dan khamar (minuman yang mengandung alkohol) adalah haramme.⁴² Barang yang diharamkan dilarang di perjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamar (minuman yang memabukkan).⁴³ Hal tersebut terlihat jelas dalam firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 173 yang berbunyi:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ
فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah, tetapi Barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa

⁴² Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum* (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2010), 80.

⁴³ Abdul Rahman, dkk, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 80.

baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

5) *Riba* (Tambahan)

Riba secara etimologi berasal dari kata *rabaa-yarbuu* yang berarti pertumbuhan atau *ziyadah*. Sebaliknya *riba* semakin meningkat atau numuww dan semakin besar dan tinggi secara *irtifaa'*.⁴⁴

Sesuatu yang mengandung *riba*, dilarang keras dalam Islam, karena akan merugikan salah satu pihak, yaitu peminjam.⁴⁵ Dengan itu Allah SWT. memperjelas hukum *riba* dengan firman-Nya di dalam surah Ali-Imran ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan *Riba* dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”

6) *Ihtikar* (Penimbunan)

Al-Ihtikar secara harafiah berarti menahan sesuatu untuk mengantisipasi kenaikan harga. *Ihtikar* juga berarti menahan dan mengumpulkan (sesuatu). *Ihtikar* identik dengan perbuatan zalim (penganiayaan) dan rusaknya hubungan. menimbun kebutuhan pokok manusia guna menaikkan harga dan keuntungan. Upaya

⁴⁴ Hamdiah Latif, “Bahaya *Riba* Dalam Perspektif Hadist,” *Jurnal Ilmiah Al Mu’Ashira*, 17, no. 2 (Juli, 2020): 177.

⁴⁵ Mohammad Topang Ramadan Hizbun Nasyeer, “Analisis Respon Masyarakat Muslim Dalam Menggunakan Jasa “Bank Emok” Di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6, no.1 (Juni, 2024): 97.

mengakumulasi barang untuk mengantisipasi kenaikan harga.⁴⁶

Adapun hadist yang berhubungan dengan persoalan *ihthikar* yaitu:

عَنْ مَعْمَرٍ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَحْدُكِرُ إِلَّا خَاطِيءٌ (راوه مسلم)

Artinya: Dari Ma'mar bin Abdullah, Rasulullah SAW. bersabda: "tidaklah seseorang menimbun (makanan pokok) melainkan ia berdosa." (H.R. Muslim)⁴⁷

7) *Batil*

Batil atau batal yang berarti tidak terpakai, tidak berfaedah, rusak, sia-sia.⁴⁸ Seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya tidak diperbolehkan melakukan hal-hal yang mengandung unsur batil, hal ini dijelaskan pada firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Ayat ini memperjelas bahwa umat Islam dilarang oleh Allah

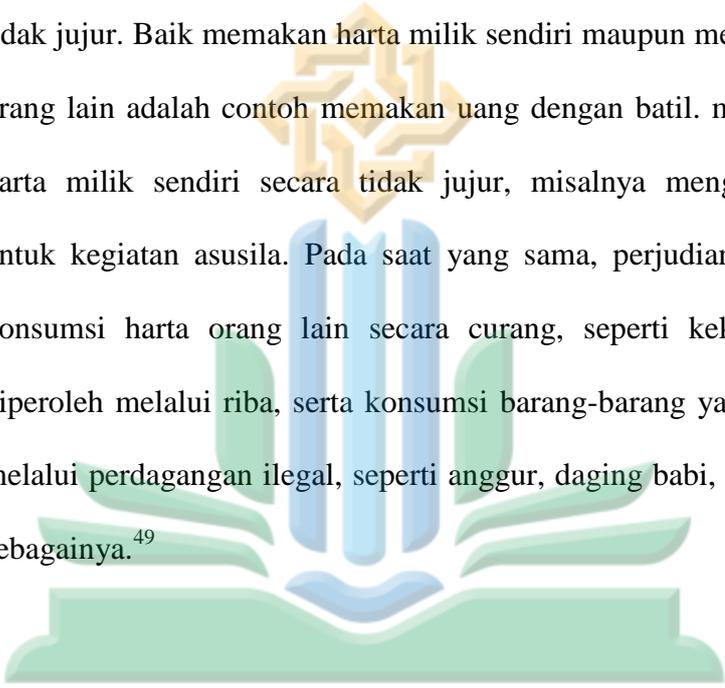
SWT untuk menghambur-hamburkan kekayaannya dengan cara yang

⁴⁶ Saleh Sitompul, *Konsep Dasar Penerapan Ekonomi Menurut perspektif Islam* (Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, 2020), 152.

⁴⁷ Junaid Bin Junaid, "Perspektif Hadis Tentang *Ihthikar*," *Jurnal Ekonomi*, 12, no. 1 (Januari-Juni, 2021): 38.

⁴⁸ Siti Fatimatuz Zahro, "Transaksi Terlarang Dalam Ekonomi Syariah," *Jurnal Keadaban*, 3, no. 2 (2021): 32.

tidak jujur. Baik memakan harta milik sendiri maupun memakan harta orang lain adalah contoh memakan uang dengan batil. menggunakan harta milik sendiri secara tidak jujur, misalnya menggunakannya untuk kegiatan asusila. Pada saat yang sama, perjudian melibatkan konsumsi harta orang lain secara curang, seperti kekayaan yang diperoleh melalui riba, serta konsumsi barang-barang yang diperoleh melalui perdagangan ilegal, seperti anggur, daging babi, bangkai, dan sebagainya.⁴⁹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁹ Rosihon Anwar, "Akad Mudharabah Dan Relevansinya Dengan Tafsir Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 29 Tentang Larangan Mencari Harta Yang Bathil," *Joernal Of Islamic*, no. 1 (Juli-Desember 2023): 32.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan. Dimana tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, serta menghasilkan gambaran akurat serta pengetahuan yang dapat digunakan dalam mendeskripsikan tentang suatu gejala atau fenomena yang terjadi di lapangan.⁵⁰ Pendekatan kualitatif ini dipilih oleh penulis karena dapat mengungkap data secara mendalam tentang strategi pengembangan usaha pedagang sayur di Pasar Sore Kecamatan Sukowono. Jenis penelitian ini adalah *field reseach* yang artinya penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau langsung pada informan.⁵¹

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember . Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan:

1. Pasar Sore Desa Dawuhanmangli memiliki beberapa keunggulan dalam pelayanan bersaing secara alamiah seperti lokasi yang strategis, area, penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah,

⁵⁰ Mohammad Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Kuantitaif* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 9.

⁵¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006), 5.

- sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli yang merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional.
2. Strategi usaha yang diterapkan membuat pendapatan yang diterima setiap pedagang sayur dalam berdagang relatif berbeda dengan pedagang sayur lainnya. Hal itu bisa disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya perbedaan dalam strategi pemasaran yang diterapkan.

C. Subjek Penelitian

Dalam menentukan objek dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang pada mulanya jumlahnya kecil tetapi makin lama makin banyak berhenti sampai informasi yang didapatkan dinilai cukup.⁵² Teknik *snowball sampling* digunakan untuk mengarahkan informan mengambil data pedagang sayur di Pasar Sore yang sudah di rekomendasikan. Peneliti juga menggunakan teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah punya target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Teknik *purposive* digunakan untuk mewawancara Bapak Tanwirul Hayatuddin selaku Sekretaris Desa dan para konsumen Pasar Sore. Data yang didapat peneliti di sini adalah pendapat dan pengetahuan terkait strategi pengembangan usaha pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono. Informan dalam penelitian ini adalah:

1. Bapak Tanwirul Hayatuddin selaku Sekretaris Desa.
2. Bapak Supandi selaku Ketua Pasar Sore.

⁵² Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Prenadamia Group, 2011), 156.

3. Bapak Ikrom, Ibu Inna, Ibu Wasilah, Ibu Halimatus, Bapak Dwi Agus selaku Pedagang Sayur Pasar Sore.
4. Ibu Sri, Ibu Karomah, Ibu Mala selaku Konsumen Pasar Sore.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya pengumpulan data bagi suatu penelitian diperlukan suatu cara yang dapat menjangkau data dengan tepat sehingga data-data yang diperoleh termasuk data-data yang valid dan akurat yang dapat dipertanggungjawabkan. Adapun teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Metode Observasi

Metode observasi menurut Winarno yang dikutip oleh Suharsimi Arikunto adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala subyek yang diteliti baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi sebenarnya maupun dalam situasi yang khusus diadakan.⁵³

Dalam teknik observasi ini peneliti menggunakan teknik observasi non partisipan, karena peneliti tidak terlihat secara langsung dengan objek yang menjadi kajian peneliti. Data yang dicari peneliti dari teknik-teknik observasi non partisipan ini adalah menyesuaikan atau membuktikan secara langsung tentang data Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, baik dari hasil wawancara dengan penjual maupun data-data pendukung lainnya.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 148.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian dengan jalan mengadakan dialog dengan informan. Sementara itu, dalam buku Burhan mengatakan bahwa wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur dalam proses pengumpulan data. Karena peneliti terlebih dahulu memilih responden atau informan sebagai kuncinya. Dan pertanyaan yang diajukan pun tidak selalu dalam urutan yang sama dengan daftar pertanyaan.

Data yang diperoleh peneliti dengan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara adalah pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur serta inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya

monumental seseorang.⁵⁴ Dokumentasi digunakan untuk lebih memperkuat data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, sehingga memungkinkan peneliti dapat menganalisis, memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Data yang diperoleh peneliti dari teknik pengumpulan data dokumentasi ini adalah gambaran umum Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, aktivitas transaksi pedagang sayur di Pasar Sore dan lain sebagainya.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai dengan pada tahap penulisan laporan.⁵⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana yang terdiri dari tiga langkah, yaitu: 1) pengumpulan data (*data collection*); 2) kondensasi data (*data condensation*); 3) penyajian data (*data display*); 4) menarik kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verivication*). Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplifiying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).⁵⁶

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 240.

⁵⁵ Hengki Wijaya dan Umriati, *Analisis Data Kualitatif* (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 155.

⁵⁶ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj. Tjetcep Rohidi (Jakarta: UI-Press, 2014), 15.

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Merupakan tahap pertama dalam analisis data. Dalam tahap ini, dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan aneka macam cara (observasi, wawancara, intidari dokumen, pita rekaman), dan yang biasanya “diproses” kira-kira sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih tulis).⁵⁷

2. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi, data aksi dari catatan lapangan, interview, transkrip, berbagai dokumen dan catatan lapangan. Dengan menggunakan data kondensasi data akan menjadi lebih mantap/kuat.⁵⁸

Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa tahapan yaitu:

a. Proses Pemilihan (*Selecting*)

Dalam proses ini peneliti memilih data yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu dari Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono dan hasil dari wawancara.

b. Pengerucutan (*Focusing*) dan Penyederhanaan (*Simplifying*)

Dalam tahap ini peneliti melakukan reduksi data hasil wawancara.

c. Peringkasan (*Abstracting*) dan Transformasi (*Transforming*)

⁵⁷ Matthew B. Miles Dan A. Michael Huberman, 16.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), 142.

Pada tahap ini peneliti melakukan pemaparan analisis data untuk mengetahui kekonsistenan berdasarkan fakta data dan hasil wawancara.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam hal ini, Miles, Huberman, dan Saldana menyatakan bahwa “*The most frequent form of display for qualitative data in the past has been extended text*”, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang diperluas (narasi).⁵⁹

4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan pada tahap awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan dirubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat terhadap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkam data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.⁶⁰

F. Keabsahan Data

Keabsahan data yang dimaksudkan adalah untuk mendapatkan tingkat kepercayaan yang berhubungan dengan seberapa jauh tingkat keberhasilan hasil penelitian, memperjelas dan mengungkapkan data menggunakan fakta

⁵⁹ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Model-Model Baru*, Terj. Tjetcep Rohidi, 18.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 252.

yang aktual di lapangan. Dalam penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan keabsahan data dengan menggunakan uji kredibilitas secara internal akan dilakukan untuk membuktikan apakah yang diamati benar-benar sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, yaitu dengan beberapa langkah salah satunya menggunakan triangulasi yang sebagaimana sangat penting untuk memeriksa keabsahan data, karena triangulasi sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Triangulasi sumber: peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain.
2. Triangulasi teknik: jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian.⁶¹

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian dan tahap penyelesaian.

Berikut penjelasannya:

1. Tahap pra lapangan

Tahap penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui oleh peneliti sendiri, adapun enam tahap tersebut yaitu:

⁶¹ Helaluddin Dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019), 135-136.

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matriks penelitian, selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing akademik (DPA).

b. Memilih objek penelitian

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Dan lapangan penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono.

c. Mengajukan judul yang diterima oleh DPA kepada Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah yang telah dilengkapi dengan latar belakang, fokus penelitian.

d. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu, yaitu dengan meminta surat permohonan bimbingan skripsi kepada pihak kampus, setelah itu menyerahkan surat tersebut kepada dosen pembimbing. Selain itu peneliti mengurus surat permohonan penelitian kepada pihak kampus, yang nantinya diserahkan kepada pihak Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah diperbolehkan melakukan penelitian atau tidak.

e. Meninjau kajian pustaka

Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.

f. Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing

g. Mempersiapkan penelitian lapangan.

2. Tahap pelaksanaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian dan mulai mengumpulkan data –data yang diperlukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan model pengembangan usaha pedagang sayur.

3. Tahap penyelesaian

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun laporan hasil penelitian dengan menganalisis data yang telah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena mungkin ada revisi untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal. Laporan yang sudah selesai dan siap dipertanggung jawabkan di depan penguji.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Dawuhan Mangli

a. Letak Geografis

Sebagai Desa yang terletak di Kecamatan Sukowono, Desa Dawuhanmangli mempunyai batas wilayah yaitu:

- 1) Sebelah utara perbatasan Desa Mengen
- 2) Sebelah selatan perbatasan Desa Sukosari
- 3) Sebelah barat perbatasan Desa Sukowono
- 4) Sebelah timur perbatasan Desa Sumber Danti

b. Luas Wilayah

Desa Dawuhanmangli merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sukowono dan terletak di Kabupaten Jember dengan jarak ke ibu kota yaitu 24,9kg. Desa Dawuhanmangli mempunyai luas wilayah 2.735 ha.

c. Letak Demografis

- 1) Keadaan dan Jumlah Penduduk

Penduduk Desa Dawuhanmangli dari tahun lalu ke tahun sekarang mengalami peningkatan jumlah penduduk yang di sebabkan oleh perpindahan tercatat tahun lalu 3.756 jiwa sedangkan tahun

sekarang 3.842 jiwa yang terdiri dari 1.890 orang laki-laki dan 1.952 orang perempuan.⁶²

2) Keadaan Ekonomi dan Mata Pencaharian

Mayoritas masyarakat Desa Dawuhanmangli mata pencahariannya dari pengrajin sangkar burung. Sedangkan warga lainnya bermata pencaharian sebagai petani dan pedagang.

Perekonomian Desa Dawuhanmangli sebagian besar bertumpu pada hasil sangkar burung, selain itu keadaan perekonomian masyarakat Desa Dawuhanmangli di dukung oleh sumber daya lainnya seperti petani, pedagang, PNS, peternak, guru, dan lainnya.

3) Agama dan Adat Istiadat

Masyarakat Desa Dawuhanmangli merupakan masyarakat etnis Jawa yang mempunyai corak budaya yang sama dengan masyarakat Jawa pada umumnya. Kebudayaan masyarakat Desa Dawuhanmangli sebagian besar dipengaruhi oleh ajaran islam, budaya tersebut dipertahankan oleh masyarakat Desa Dawuhanmangli dari zaman dahulu hingga saat ini:

- a) Yasinan, budaya ini diamalkan masyarakat seminggu sekali dengan membacakan surat yasin pada malam jumat.
- b) Hadrah, kegiatan kesenian ini bertujuan untuk memeriahkan acara pernikahan, khitanan, dan hari-hari penting Islam.

⁶² Tanwirul Hayatudin, Sekretaris Desa, diwawancara oleh Penulis, Jember, 20 Desember 2024.

c) Tahlil, apabila warga Desa Dawuhanmangli mempunyai hajat yaitu kematian, mereka melakukan kegiatan tahlil berupa pembacaan ayat toyyibah. Pembacaan tahlil tersebut dilakukan oleh bapak-bapak di rumah warga yang mempunyai hajat tersebuthajat.

Begitu pula dalam berbagai upacara adat yang ada di Desa Dawuhanmangli juga banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai ajaran Islam, seperti dalam acara penyambutan, upacara perkawinan, upacara sedekah desa dan lain-lain.

4) Keadaan Keagamaan

Baik dilakukan di masjid, musala, maupun di rumah, kegiatan keagamaan bagi umat Islam meliputi ibadah, mengaji, zikir hari besar Islam, silaturahmi, zakat, sedekah, infak, dan masih banyak lagi. Karena warga masyarakat Dawuhanmangli mayoritas beragama Islam, maka aktivitas masyarakat sangat terikat dengan nuansa Islami. Mengucapkan doa rutin untuk memperingati hari besar Islam dan acara lainnya adalah contoh tindakan yang menunjukkan hal tersebut. Selain itu, pembangunan masjid di setiap lingkungan dan mushollah di setiap RT menggambarkan keberagaman status masyarakat desa. Oleh karena itu, sangat bergantung pada masyarakat yang tinggal di Desa Dawuhanmangli untuk menjaga dan melestarikan keberagaman yang ada di sana.

2. Profil Singkat Pedagang Sayur

Pedagang sayur mengawali usahanya dengan membeli sayuran di Pasar Tanjung Jember atau membeli langsung ke petani. Setelah pembelian, pedagang sayur melanjutkan pengemasan untuk penjualan eceran. Setelah proses pengemasan pedagang sayur mulai siap-siap untuk berjualan di Pasar Sore.

Meningkatnya jumlah penduduk di Kecamatan Sukowono sehingga meningkatkan permintaan terhadap sayur-sayuran, memungkinkan tersedianya lapangan kerja bagi pedagang sayur. Alasan mereka menjual sayuran di Pasar Sore adalah untuk menghasilkan pendapatan guna menghidupi keluarga mereka sendiri.

Terdapat berbagai status sosial ekonomi dan latar belakang pendidikan di kalangan pedagang sayur di Pasar Sore ada yang laki-laki, ada yang perempuan, dan ada yang muda atau tua. Informasi yang dikumpulkan dari pedagang sayur dapat digunakan untuk menentukan kelompok usia, pengalaman berdagang, dan jumlah sayuran yang dijual.

a. Usia

Usia sangat mempengaruhi kinerja. Waktu produktif tentunya akan memudahkan berkembangnya perusahaan penjual sayur dan jumlah sayur mayur yang dapat dijual tentunya akan semakin berkurang seiring bertambahnya usia penjual sayur.

Tabel 3.1 menyajikan temuan wawancara yang dilakukan terhadap sepuluh pedagang sayur di Pasar Sore. Dari pedagang

tersebut, empat orang berusia antara 21 dan 28 tahun, dua orang berusia antara 34 dan 37 tahun, dua orang berusia antara 40 dan 44 tahun, dan dua orang berusia antara 48 dan 49 tahun.

Tabel 4.1 Umur Pedagang Sayur di Pasar Sore

No	Umur	Jumlah Pedagang
1	21-28 tahun	4 orang
2	34-37 tahun	2 orang
3	40-44 tahun	2 orang
4	48-49 tahun	2 orang
JUMLAH		10 orang

Sumber: Wawancara bersama pedagang sayur di Pasar Sore

b. Pengalaman berdagang

Pengalaman dapat berdampak pada strategi dan kemampuan seorang pedagang. Mengenai pengalaman pada pedagang sayur di Pasar Sore dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 4.2 Pengalaman Berdagang Pedagang Sayur di Pasar Sore

No	Pengalaman Berdagang	Jumlah Pedagang
1	1-2,5 tahun	4 orang
2	3-3,5 tahun	3 orang
3	5-6 tahun	3 orang
JUMLAH		10 orang

Sumber: Wawancara bersama pedagang sayur di Pasar Sore

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa pedagang sayur di Pasar Sore memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam berdagang. Pengalaman berdagang yang tinggi didominasi pada kisaran 1-2,5 tahun. Semakin matang pengalaman berdagang yang dimiliki maka akan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan.

c. Modal usaha

Tabel 4.3 Modal Pedagang Sayur di Pasar Sore

No	Modal (Rp)	Jumlah Pedagang
1	Rp1.000.000,00 - Rp1.500.000,00	3 orang
2	Rp1.800.000,00 - Rp2.500.000,00	2 orang
3	Rp2.700.000,00 - Rp3.000.000,00	5 orang
JUMLAH		10 orang

Sumber: Wawancara bersama pedagang sayur di Pasar Sore

Modal usaha dalam berdagang sayur adalah modal yang dipergunakan untuk membeli sayuran, pedagang sayur menjalankan usahanya dimana sebanyak 3 orang memiliki modal sebanyak Rp1.000.000,00 - Rp1.500.000,00 sebanyak 2 orang memiliki modal Rp1.800.000,00 – Rp2.500.000,00 dan 5 orang bermodal sebanyak Rp2.700.000,00 – Rp3.000.000,00.

d. Jumlah sayur yang di jual

Semakin banyak jenis sayuran yang dijual maka akan membuat pelanggan semakin banyak karena produk yang dijual lebih beragam.

Tabel 4.4 Jumlah Sayur yang dijual

No	Banyaknya Jenis Sayur	Jumlah Pedagang
1	10-20	3 orang
2	25-30	2 orang
3	35-45	5 orang
JUMLAH		10 orang

Sumber: Wawancara bersama pedagang sayur

Dari Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa pedagang sayur yang menjual jenis sayuran sebanyak 10-20 jenis sayuran sebanyak 3 orang,

sebanyak 25-30 jenis sayuran ada 2 orang, dan sebanyak 35-45 jenis sayuran ada 5 orang. Banyaknya jenis sayuran yang dijual dipengaruhi oleh banyaknya modal usaha yang dikeluarkan.

3. Profil Singkat Pasar Sore

Pasar Sore di Desa Dawuhanmangli terbentuk sejak adanya kebijakan pemerintah mengurangi bahkan menutup mobilitas di seluruh pasar yang ada di Indonesia untuk mengurangi dan mencegah penularan virus Covid'19. Kebijakan yang dikeluarkan pada bulan Mei tahun 2020 membuat ekonomi para pedagang kecil mati. Lain halnya dengan para pedagang didaerah sekitar Sukowono membuat inisiatif untuk kembali berjualan setelah seminggu adanya penutupan dengan berjualan dipinggir jalan raya. Pada awalnya mereka terbagi menjadi 3 kelompok yaitu di Desa Dawuhanmangli, Sukokerto dan daerah Kampung Tengah namun kemudian mereka memutuskan untuk menetap disatu tempat yaitu di Desa Dawuhanmangli. Dimana jumlah pedagang yang berada disana mencapai 75 lebih pedagang hampir 149 orang yang berada di pasar tersebut.

Pada saat awal membuka pasar disambut baik oleh masyarakat sekitar Desa Dawuhanmangli terutama masyarakat sekitar pasar tersebut. Pada awalnya pasar buka hanya ketika pagi yaitu setelah adzan subuh sampai hjam 06:30, setelah para remaja masjid ikut andil dalam pendirian pasar tersebut waktu untuk membuka pasar dirubah menjadi sore hari dari jam 15:00-22.00 dengan izin kepolisian sektor Sukowono dan

Kepala Desa Dawuhanmangli. Sekitar 1,5 tahun pasar dibuka dan ditangani oleh para remaja masjid dengan uang operasional yang diperuntukkan sebagai anggaran masjid di daerah Karang Duren sebanyak Rp2.000,00 sebagai uang listrik dan uang kebersihan pasar Rp3.000,00.

Setelah kurang lebih 1,5 tahun pasar ditangani oleh para remaja masjid kemudian para perangkat desa mengambil alih untuk memajukan keberadaan pasar. Kepala Desa membuat kebijakan baru dengan mengumpulkan uang Rp2.000,00 ditambah dengan dana desa yang diturunkan dengan tujuan membangun kembali pasar di tanah milik desa yang letaknya berada di sebelah selatan lapangan sepak bola Desa Dawuhanmangli dan di sebelah utara jalan Raya Mawar Jingga. Kepala Desa mengutus bapak Supandi selaku ketua pasar perencanaan untuk mengelola pasar dan juga sebagai petugas pemohon iuran.

B. Penyajian Data dan Analisis

Pada bagian ini akan menyajikan data yang diperoleh dari hasil penelitian sesuai dengan fokus masalah serta analisis data. Setiap penelitian haruslah disertai dengan metode analisis data yang digunakan, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan agar penyajian terarah, maka disesuaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

Dalam industri penjual sayur setidaknya ada manajemen bisnis di pasar penjualan sayuran yang dapat membantu mencapai tujuan. Manajemen bisnis harus terus ditinjau dan disesuaikan untuk mencerminkan perubahan di pasar. Oleh karena itu, manajer bisnis harus mampu memberikan gambaran yang jelas dan ringkas tentang apa yang dilakukan organisasi dengan memanfaatkan berbagai kemungkinan. Dari sudut pandang ekonomi syariah, penjual sayur mayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember, menjalankan usahanya melalui beberapa tahapan, antara lain pengorganisasian, perencanaan, pergerakan, dan pengawasan.

a. Perencanaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Supandi selaku Ketua Pasar Sore menjelaskan bahwa pedagang sayur di Pasar Sore melakukan pengelolaan usaha dagang dengan baik. Salah satunya adanya perencanaan. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, saya rasa sudah terkelola dengan baik ya mbak. Adanya tujuan yang mereka ingin capai, mungkin salah satunya mengais rejeki sebagai ladang penghasilan mereka. Selain itu pedagang saya rasa sudah menetapkan harga dengan adil. artinya tidak mencoba merugikan pembeli. Sayur yang dijual insyaAllah berkualitas.⁶³

⁶³ Bapak Supandi, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 15 Januari 2025.

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Wasilah selaku pedagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Kalau saya sendiri, perencanaan yang saya lakukan pertama kali dengan memastikan bahwa usaha yang saya jalankan ini halal mbak. Produk yang saya jual halal, cara mendapatkan uang pun saya pastikan dengan cara yang halal. Selain itu sayuran yang jual dipastikan bebas dari unsur ketidakadilan atau ketidak transparan antara penjual dan pembeli. Contohnya harga dan barang yang dibeli sesuai.⁶⁴

Ibu Halimatus juga menambahkan terkait perencanaan pengelolaan usaha dagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Perencanaan yang saya lakukan kurang lebih sama mbak dengan pedagang lainnya. Seperti penetapan harga, penentuan pemasarannya nanti akan seperti apa serta penetapan tujuan dalam berdagang seperti apa. Karena kalau berdagang hanya mencari untung tidak dilandasi dengan cara-cara atau prinsip syariah maka menurut saya kurang berkah nanti mbak.⁶⁵

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, kecamatan Sukowono meliputi penetapan tujuan, penetapan harga dan penentuan pemasaran.

b. Pengorganisasian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ikrom terkait pengorganisasian usaha yang dilakukan sebagai pedagang sayur di Pasar Sore, berikut petikan hasil wawancaranya: “Untuk pengorganisasian, saya melakukan pemilahan dari barang (sayur)

⁶⁴ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁶⁵ Ibu Halimatus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

yang saya jual mbak. Saya menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya, seperti sayuran hijau, umbi-umbian, dan buah-buahan.”⁶⁶

Bapak Dwi Agus juga menambahkan terkait pengorganisasian usaha sayuran yang dijalankan. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Kalau saya dalam mengorganisir sayuran yang dijual, saya menata sayuran dengan cara disusun miring bertingkat agar terlihat rapi dan menarik konsumen.”⁶⁷

Ibu Halimatus juga menambahkan terkait pengorganisasian sebagai pedagang sayur, berikut petikan hasil wawancaranya: “Dalam pembagian sayuran, saya membagi menjadi beberapa bagian. Mana yang jenis sayuran atau produk lain dibedakan mbak. Jadi tidak dijadikan satu.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk pengorganisasian dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Sore yaitu melakukan pemilahan dari barang (sayur) yang dijual serta menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya.

c. Penggerakan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Wasilah, berikut petikan hasil wawancaranya:

⁶⁶ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁶⁷ Bapak Dwi Agus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁶⁸ Ibu Halimatus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

Penggerakan dari usaha yang saya jalankan dalam berjualan yaitu mempertahankan harga yang wajar dan menjaga kualitas produk. Selain itu saya juga memilih partner kerja yang sama-sama mengerti nilai-nilai Islam serta menggerakkan usaha dengan memprioritaskan keadilan, transparansi dan tanggung jawab sosial.⁶⁹

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Inna selaku pedagang sayur di Pasar Sore. berikut petikan hasil wawancaranya:

Dalam menjalankan jual beli, pelaksanaan transaksi harus dilakukan dengan transparansi. Tidak boleh sewenang-wenang, atau tidak adil dalam memberikan pelayanan kepada pembeli. Disini saya juga mengguakan timbangan yang bisa diketahui oleh pembeli. Sehingga pembeli bisa mengetahui juga dari jumlah yang ingin dibeli dengan hasil sayur yang akan didapatkan.⁷⁰

Bapak ikrom juga menambahkan terkait penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Penggerakan dari usaha yang saya lakukan sebagai pedagang sayur di Pasar Sore ini yaitu dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Seperti penetapan harganya, penentuan promosinya pemasarannya seperti apa itu dijalankan mbak. Tidak kalah penting, adanya transaksi jual beli harus dilandasi dengan nilai-nilai Islam agar tidak ada penyimpangan atau kecurangan dalam menjalankan jual beli.⁷¹

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan sebelumnya seperti penentuan tujuan, penentuan harga, penetapan pemasaran

⁶⁹ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁷⁰ Ibu Inna, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁷¹ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

serta menggerakkan usaha dengan memprioritaskan keadilan, transparansi dan tanggung jawab sosial.

d. Pengawasan

Adapun terkait pengawasan dari usaha yang dilakukan pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dijelaskan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Tanwirul Hayatuddin selaku Sekretaris Desa. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk bentuk *controlling* di Pasar Sore, kami pemerintah desa menghimbau para pedagang untuk memperhatikan keamanan pangan. Ada beberapa pedagang yang sudah menjalankan Pendaftaran PSAT. Ada juga masih dalam proses. Nah pendaftaran PSAT ini menjadi upaya pemerintah untuk memberikan jaminan keamanan pangan bagi masyarakat khususnya Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT). Keamanan Pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi.⁷²

Bapak Supandi selaku ketua Pasar Sore juga menambahkan terkait pengawasan di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Tidak semua masyarakat bisa berjualan disini mbak. Jadi saya selaku yang mengkoordinir di Pasar Sore ini harus mengawasi dan mengecek para pedagang yang ingin berjualan di Pasar Sore ini. Pelaku usaha yang ingin memperoleh tempat berjualan di Pasar Sore juga harus memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis.⁷³

⁷² Bapak Tanwirul Hayatuddin, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁷³ Bapak Supandi, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

Ibu Wasilah selaku pedagang sayur di pasar Sore menjelaskan terkait bentuk pengawasan yang ada di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Kalau saya sendiri mbak, bentuk pengawasannya dengan memastikan usaha yang saya jalankan ini sudah terdaftar. Sehingga penjualan bisa sudah sesuai secara administratif dan prosedur yang sudah diberikan oleh Pemerintah Desa. Untuk saya pribadi, Saya melakukan pemantauan keuangan, operasional dan kualitas produk untuk memastikan kesesuaian dengan standar Islam.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa bentuk pengawasan dari usaha yang dikakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli meliputi menjalankan pendaftaran PSAT dengan memberikan jaminan keamanan pangan bagi masyarakat khususnya Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT), selain itu mengawasi dan mengecek para pedagang yang ingin berjualan di Pasar Sore. Pelaku usaha yang ingin memperoleh tempat berjualan di Pasar Sore juga harus memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis

2. Strategi Pemasaran Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

Adapun terkait strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono dijelaskan sebagai berikut:

⁷⁴ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

a. Strategi Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Supandi selaku Ketua Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk jualan di Pasar Sore, biasanya para pedagang sudah melakukan kulaan sayur. menyiapkan apa yang akan dijual. menurut saya semua pedagang pasti melakukan penyediaan produk mbak. Tentunya dalam hal ini saya berharap, semua pedagang sayur dipasar sore bisa menjual produk yang berkualitas. Walaupun itu hanya sayur-sayuran tetapi juga dikonsumsi jadi harus benar-benar menjual sayur yang bagus.⁷⁵

Hal lain disampaikan oleh Ibu Inna selaku pedagang sayur Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk menjual sayur di Pasar Sore, saya selaku penjual memastikan menjual sayur dalam keadaan fresh. Ini juga menjadi bagian dari strategi pemasaran saya mbak, karena kalau menjual sayur yang udah layu atau udah lama, pembeli biasanya tidak akan tertarik dengan sayur yang dijual.⁷⁶

Ibu Halimatus selaku pedagang sayur Pasar Sore juga turut menambahkan. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Kalau ditanya tentang strategi produk penjualan sayur saya, saya hanya menyajikan sayur-sayur yang bagus, yang masih fresh. Jadi saya tidak pernah menimbun produk (sayur), jadi dijamin sayur yang dijual itu baru mbak.”⁷⁷

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Wasilah selaku pedagang sayur Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Strategi produk yang saya lakukan menyetok sayur-sayuran dengan beragam.

⁷⁵ Bapak Supandi, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁷⁶ Ibu Inna, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁷⁷ Ibu Halimatus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

Hal ini ditujukan untuk memudahkan pembeli memenuhi kebutuhan sayuran yang ingin dibeli. Jadi semua jenis sayuran yang dibutuhkan saya usahakan ada di toko saya mbak.”⁷⁸

Bapak Ikrom juga menjelaskan terkait strategi produk yang dilakukan dalam menjual sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Menjadi pedagang sayur di Pasar Sore itu banyak pesaingnya mbak. Maksudnya banyak yang menjual sayur tidak hanya saya. Namun disini kalau ditanya terkait strategi produk, saya tidak banyak strategi mbak. Mungkin memastikan sayur yang saya jual adalah sayur yang masih *fresh* yang kualitasnya bagus.⁷⁹

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi produk pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono yaitu dengan menyetok sayur-sayuran beragam. Hal ini ditujukan untuk memudahkan pembeli memenuhi kebutuhan sayuran yang inginkan pembeli. Serta jaminan sayuran yang dijual dalam keadaan bagus atau fresh.

b. Strategi Harga

Strategi penetapan harga terhubung dengan strategi pemasaran berikut. Harga adalah komponen penting dari strategi pemasaran dan harus selalu dipertimbangkan sehubungan dengan itu. Keberhasilan masing-masing komponen dan bauran pemasaran secara keseluruhan ditentukan oleh bagaimana harga berinteraksi dengan komponen

⁷⁸ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

⁷⁹ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 18 Januari 2025.

lainnya. Tujuan yang mengarahkan strategi penetapan harga harus dimasukkan dalam tujuan yang mengarahkan strategi pemasaran secara keseluruhan. Mengingat bahwa harga merupakan komponen kunci dari bauran pemasaran, maka tidak benar bila dikatakan bahwa harga merupakan komponen yang berdiri sendiri.

Adapun strategi harga yang ada di Pasar Sore juga dijelaskan oleh para pedagang sayur. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ikrom selaku pedagang sayur Pasar Sore Desa Dawuhanmangli. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk strategi harga, saya menetapkan harga dengan cara melihat harga pokok terlebih dahulu agar bisa memberikan harga kepada pembeli. Dimana harga yang diberikan di toko saya itu terjangkau mbak dan tentunya saya juga masih bisa mendapatkan keuntungan.⁸⁰

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Wasilah selaku pedagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Untuk harga seperti pada umumnya sudah mbak. Harga pasar tidak bisa mahal-mahal nanti tidak laku. Jadi seperti sawi ada yang 2000an tidak bisa kalau dijual 4000an mbak. Orang di Desa pasti mencari harga yang murah yang bagus. Jadi untuk strategi harga saya yang sekiranya tidak merugikan saya mbak. Dapat keuntungan walaupun sedikit tidak masalah.⁸¹

Hal lain juga disampaikan oleh Ibu Inna selaku pedagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Kalau strategi harga dari sayur-sayuran yang saya jual yaitu menetapkan harga yang lebih rendah dari pedagang lain mbak. Hal ini saya tujukan untuk memudahkan menarik pelanggan baru. Yang penting sayuran yang saya jual laku

⁸⁰ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁸¹ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

walaupun untungnya sedikit. Karena kalau sayuran sudah layu atau lama tidak terjual emam mbak mau dijual lagi orang juga tidak akan mau pasti memilih sayur yang masih bagus.⁸²

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi Pasar Sore pada tanggal 19 Januari 2025. Diketahui bahwa Pasar Sore sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat Sukowono khususnya Desa Dawuhanmangli. Terlihat pembeli tawar menawar dengan penjual sayur. Ada juga pembeli yang langsung membeli banyak untuk dijual kembali.⁸³

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara langsung dengan pembeli pedagang sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya dengan Ibu Karomah: “Saya lebih suka belanja di pasar sore mbak karena secara harga juga lebih murah dibanding yang lainnya. Selain itu lokasinya dekat dengan rumah saya jadi butuh apa-apa untuk keperluan masak bisa langsung aja ke Pasar Sore.”⁸⁴

Ibu Sri juga menambahkan terkait membeli sayur di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Secara harga memang jauh lebih terjangkau di Pasar Sore mbak. Selain bisa tawar menawar juga beragam sayurinya. Saya juga punya langganan di Pasar Sore mbak. Karena sayur yang dijual juga pasti bagus dan terjangkau harganya. Itu sih mbak yang paling penting.⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa strategi harga pedagang sayur di Pasar Sore yaitu

⁸² Ibu Inna, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁸³ Observasi di Pasar Sore, 19 Januari 2025

⁸⁴ Ibu Karomah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁸⁵ Ibu Sri, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 20 Januari 2025.

pedagang menetapkan harga dengan cara melihat harga pokok terlebih dahulu agar bisa memberikan harga kepada pembeli dengan harga yang terjangkau sekaligus mendapatkan keuntungan.

c. Strategi Promosi

Kegiatan strategi promosi ini adalah tindakan awal dalam bidang pemasaran berupa interaksi atau komunikasi yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Inna selaku pedagang sayur di pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Dalam menjual sayuran, juga tidak terlepas dari adanya promosi yang dilakukan mbak. Kalau saya biasanya selalu menawarkan sayur-sayuran kepada pembeli dengan ramah. Dan biasanya saya juga memberikan bonus kepada pembeli.”⁸⁶

Ibu Halimatus juga ikut menambahkan terkait strategi promosi yang dilakukan dalam menjual sayuran. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Karena di Pasar Sore itu mayoritas pada jual sayuran, ada juga yang jual ikan gitu mbak. Jadi lumayan ada daya saingnya juga. Kalau strategi promosi yang saya lakukan, di toko saya memberikan pinjaman (utang) kepada pembeli sehingga memang ada beberapa orang yang merasa dimudahkan ketika berbelanja disini. Misalkan ketika membeli banyak, uangnya kurang, itu sudah biasa pembeli naruh bon di sini. Bayar nanti kalau sudah beli-beli lagi. Dan ini saya berikan kepada orang-orang yang memang saya kenal mbak. kalau orang baru tidak sembarangan saya memperbolehkan untuk utang.⁸⁷

⁸⁶ Ibu Inna, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁸⁷ Ibu Nadiroh, Pedagang sayur, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

Ibu Wasilah juga menambahkan terkait strategi promosi di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Untuk promosi, biasanya saya memberikan bonus atau kadang saya memberikan potongan harga kepada pembeli.”⁸⁸

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Ibu Mala selaku pembeli. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Kalau saya pasti cari pedagang yang ramah, yang tidak judes mbak dan lebih suka penjual yang ngejual sayurnya secara harga masih terjangkau tapi barangnya bagus.”⁸⁹

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono yaitu pedagang memperlihatkan keramahan kepada pembeli serta memberikan bonus kepada pembeli dan ada juga yang memperbolehkan hutang kepada pembeli sehingga tidak ada alasan buat pembeli tidak berbelanja di toko tersebut.

d. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah rencana penjual untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Strategi ini bertujuan untuk menentukan bagaimana dan di mana konsumen dapat membeli produk. Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Wasilah selaku

⁸⁸ Ibu Wasilah, Pedagang sayur, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 19 Januari 2025.

⁸⁹ Ibu Mala, Konsumen Pasar Sore, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 20 Januari 2025.

pedagang sayur di Pasar Sore Dawuhanmangli. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Dalam menjual sayuran agar cepat terjual, saya biasanya mengeraskan suara dengan menawarkan sayur yang saya jual dan terkadang saya menanyakan kepada pembeli apa yang dicari atau apa yang ingin dibeli. Hal ini saya lakukan, untuk memudahkan pembeli segera menemukan apa yang ingin dibeli.⁹⁰

Bapak Ikrom juga menambahkan terkait strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore: “Untuk distribusi sayur, saya banyak menempatkan produk di banyak pengecer. Dimana harga yang saya berikan juga lebih murah dibanding harga yang ada di pasar.”⁹¹

Bapak Dwi Agus juga menambahkan. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Saya menawarkan sayuran kepada pembeli dengan menawarkan harga yang terjangkau dan keadaan sayur yang berkualitas. Biasanya itu yang dicari oleh pembeli. Jadi saya tidak ragu menyampaikan barang (sayur) yang saya jual.”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi salah satu pedagang sayur di Pasar Sore pada tanggal 21 Januari 2025. Terlihat pedagang sayur menjual sayuran yang fresh dan masih baru serta beragam.⁹³

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli,

⁹⁰ Ibu Wasilah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

⁹¹ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

⁹² Bapak Dwi Agus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

⁹³ Observasi, Peneliti di Pasar Sore, 21 Januari 2025

Kecamatan Sukowono yaitu dengan banyak menempatkan produk (sayur) ke banyak pengecer. Selain itu, agar dagangan cepat laku, pedagang mengeraskan suara dengan menawarkan barang (sayur) kepada para pembeli .

3. Inovasi Produk Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

Inovasi produk penting dalam dunia bisnis karena dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya saing antar pedagang.

a. Fitur Produk

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Ikrom, berikut petikan hasil wawancaranya: “Sebenarnya kalau ditanya fitur produk dari pedagang sayur itu adanya layanan pembayaran tunai mbak. Semua pedagang sayur di Pasar Sore ini melakukan pembayaran tunai. Metode pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan uang kertas atau logam.”⁹⁴

Bapak Dwi Agus juga menambahkan terkait adanya fitur produk di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya:

Fitur produk di pasar Sore sepertinya adanya varian produk sayuran yang dianggap sebagai pembeda antara produk yang diciptakan oleh penjual kalau di saya selain varian sayuran yang beragam, saya juga menyediakan paket sayuran siap masak mbak. Jadi pembeli tidak repot-repot lagi saat belanja.⁹⁵

⁹⁴ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

⁹⁵ Bapak Dwi Agus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

Ibu Halimatus juga menambahkan, berikut petikan hasil wawancaranya:

Pedagang sayur juga harus bisa mengikuti trend sekarang mbak. Semuanya juga bisa serba online. Jadi yang membedakan ditempat saya dengan penjual lainnya, saya juga menerima pemesanan online. Jadi biasanya customer saya memesan di WhatsApp nanti ada suami saya yang mengantarkan ke rumahnya. Dimana nanti customer juga membayar uang tambahan sebagai ongkos kirimnya.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan fitur produk pedagang sayur di Pasar Sore meliputi adanya layanan pembayaran tunai, paket sayuran siap masak dan adanya pemesanan online.

b. Desain produk

Desain produk merupakan cara lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Inna, berikut petikan hasil wawancaranya: “Sayuran yang dijual harus fresh mbak. Kebersihannya juga bisa terjamin. Selain itu harga dari sayur yang dijual harus bisa cocok dengan pembeli, jadi harus terjangkau.”⁹⁷

Hal lain juga ditambahkan oleh Bapak Dwi Agus, berikut petikan hasil wawancaranya: “Kalau untuk desain produknya, karena saya juga menyediakan paket sayuran siap masak, jadi bentuknya itu

⁹⁶ Ibu Halimatus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 21 Januari 2025.

⁹⁷ Ibu Inna, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 22 Januari 2025.

yaa sayur saya kelompokkan lalu di packing dengan plastik dan di jadikan satu seperti sayur sop.”⁹⁸

Bapak Ikrom juga menambahkan terkait adanya desain produk pada sayuran. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Untuk desain produk pada sayuran, mungkin kalau saya sendiri hanya dengan menyediakan plastik saja untuk membungkus belanjaan pembeli mbak.”⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti membuktikan dengan melakukan dokumentasi pada tanggal 22 Januari 2025 dengan mengunjungi Pasar Sore Desa Dawuhanmangli. Diketahui bahwa adanya paket sayur siap masak yang udah terbungkus dengan rapi.¹⁰⁰

Berikut dokumentasinya:

Gambar 4.2
Desain Produk Paket Sayur



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa desain produk pedagang sayuran di Pasar Sore, Desa

⁹⁸ Bapak Dwi Agus, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 22 Januari 2025.

⁹⁹ Bapak Ikrom, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 22 Januari 2025.

¹⁰⁰ Dokumentasi di Pasar Sore, 22 Januari 2025

Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono dengan menjual sayuran yang bentuknya bagus berkualitas, sayuran yang dibeli nantinya akan mendapatkan plastik dari penjual serta tersedianya sayuran yang sudah terbungkus rapi untuk menjaga kehygienisan sayuran.

c. Kualitas produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri terkait kualitas produk sayuran di Pasar Sore. Berikut petikan hasil wawancaranya: “Untuk kualitas sayuran yang ada di Pasar Sore menurut saya sudah sesuai dengan harapan masyarakat mbak. Sayurannya fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk.”¹⁰¹

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Mala, berikut petikan hasil wawancaranya: “Sepengalaman saya belanja di Pasar Sore, selalu mendapatkan sayuran yang bagus, yang segar mbak. Sayuran yang di jual juga tidak sampai yang layu.”¹⁰²

Hal lain juga ditambahkan oleh Ibu Karomah, berikut petikan hasil wawancaranya: “Kualitas sayuran yang ada di Pasar Sore bagus-bagus. mangkanya tiap sore sudah penuh pelanggan buat belanja.”¹⁰³

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk sayuran yang ada di Pasar Sore adalah sayuran yang fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk.

¹⁰¹ Ibu Sri, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 20 Januari 2025.

¹⁰² Ibu Mala, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 20 Januari 2025.

¹⁰³ Ibu Karomah, diwawancara oleh penulis, Pasar Sore, 20 Januari 2025.

C. Pembahasan Temuan

1. Pengelolaan Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

Dalam ilmu manajemen digunakan kata manajemen bisnis. Menurut etimologinya, kata manajemen berasal dari kata kerja (*manage*) yang berarti mengelola. Ini biasanya menggambarkan tindakan menangani atau mengelola sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, manajemen bisnis merupakan salah satu cabang ilmu manajemen yang mempelajari proses penanganan dan pengelolaan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁰⁴

Manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang menggabungkan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian dengan menggunakan seni dan ilmu pengetahuan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹⁰⁵ Adapun fungsi pengelolaan suatu usaha terdapat tahapan-tahapan dalam melakukan pengelolaan yaitu:

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan langkah awal dalam melaksanakan pekerjaan, baik konsep maupun kerangka kerjanya, guna mencapai hasil terbaik dari tujuan yang ingin dicapai. Karena fungsi

¹⁰⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 199.

¹⁰⁵ George R Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2009), 110.

manajemen lainnya tidak dapat berjalan tanpa perencanaan, maka perencanaan merupakan proses manajemen yang penting.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Perencanaan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono meliputi penetapan tujuan, penetapan harga dan penentuan pemasaran.

b. Pengorganisasian

Proses menetapkan, menugaskan, dan mendistribusikan tugas, kekuasaan, dan sumber daya di antara anggota organisasi dikenal sebagai pengorganisasian. Menetapkan tugas, menyediakan kebutuhan, dan mempunyai wewenang untuk melaksanakan tugas, semuanya merupakan bagian dari organisasi itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa bentuk pengorganisasian dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Sore yaitu melakukan pemilahan dari barang (sayur) yang dijual serta menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya.

c. Penggerakan

Agar pekerjaan atau kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan, maka mobilisasi berarti menggerakkan organisasi agar beroperasi sesuai dengan pembagian kerja masing-masing orang dan memobilisasi seluruh sumber daya yang telah ada.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan sebelumnya seperti penentuan tujuan, penentuan harga, penetapan pemasaran serta menggerakkan usaha dengan memprioritaskan keadilan, transparansi dan tanggung jawab sosial.

d. Pengawasan

Tujuan pengawasan adalah untuk mengawasi apakah tindakan organisasi ini sesuai dengan rencana atau tidak. Selain itu, perhatikan bagaimana sumber daya organisasi digunakan untuk memastikan bahwa sumber daya tersebut digunakan secara efektif dan efisien tanpa bertentangan dengan strategi.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa bentuk pengawasan dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di pasar Sore Dawuhanmanglimeliputi menjalankan Pendaftaran PSAT dengan memberikan jaminan keamanan pangan bagi masyarakat khususnya Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT), selain itu mengawasi dan mengecek para pedagang yang ingin berjualan di Pasar Sore. Pelaku usaha yang ingin memperoleh tempat berjualan di Pasar Sore juga harus memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis.

¹⁰⁶ Fathurrahman, *Bunga Rampai Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Qur'an Dan Hadis* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 17.

2. Strategi Pemasaran Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

a. Strategi Produk

Segala sesuatu yang dapat disediakan ke pasar untuk memenuhi suatu kebutuhan disebut produk. Strategi produk adalah proses menawarkan produk dan mencari pendekatan terbaik untuk target pasar. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan atau mengubah produk untuk memuaskan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Bisnis tidak hanya mengandalkan produknya saat ini tanpa melakukan upaya pengembangan ekstra ketika ada persaingan yang ketat. Karena dapat mempengaruhi taktik pemasaran lainnya, strategi produk adalah komponen yang paling penting.

Penjelasan konsep diatas memperkuat hasil penelitian peneliti dimana diketahui strategi produk pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono yaitu dengan menyetok sayur-sayuran beragam. Hal ini ditujukan untuk memudahkan pembeli memenuhi kebutuhan sayuran yang inginkan pembeli. Serta jaminan sayuran yang dijual dalam keadaan bagus dan segar.

b. Strategi Harga

Ketika bersaing atau menghadapi perubahan kondisi lingkungan yang terus-menerus, pengembangan strategi sangatlah penting. Fase krusial dalam pemasaran efektif suatu produk atau jasa adalah strategi penetapan harga, yang merupakan salah satu komponen strategi pemasaran.

Berdasarkan temuan penelitian, strategi harga yang digunakan oleh pedagang sayur di Pasar Sore adalah menentukan harga dengan terlebih dahulu mengkaji harga dasar agar dapat menawarkan harga yang wajar kepada pelanggan dengan tetap menghasilkan keuntungan tanpa mengambil keuntungan lebih dari harga kulaan.

Strategi pemasaran harus selalu mempertimbangkan harga karena ini adalah bagian yang penting. Penetapan harga adalah salah satu keputusan tersulit yang harus diambil perusahaan. Penetapan harga yang adil adalah penetapan harga yang memenuhi kepuasan konsumen dan sejalan dengan kualitas produk. Namun, penyesuaian harga juga harus dilakukan ketika keadaan mengharuskan kenaikan atau penurunan harga sesuai dengan pangsa pasar.

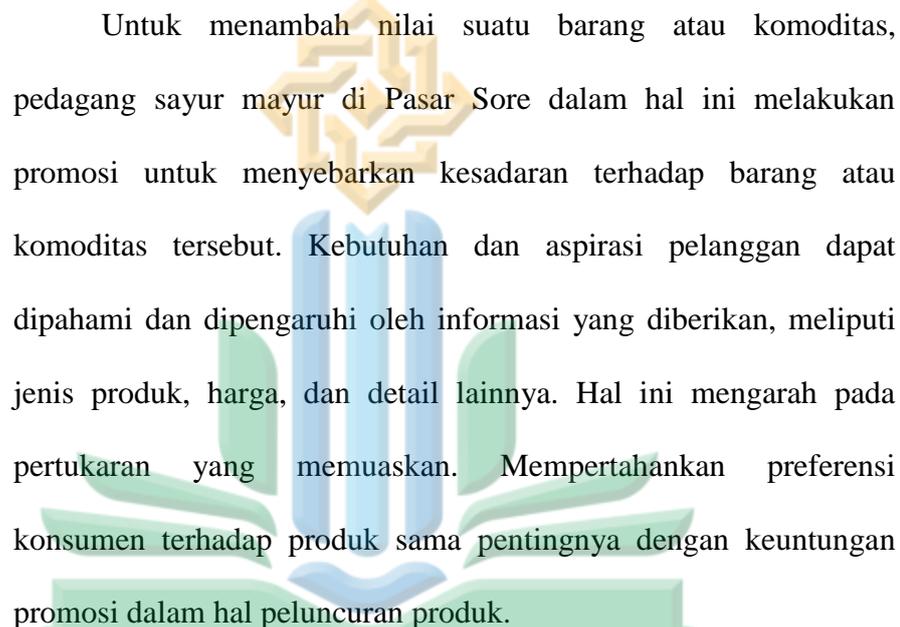
Satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi pedagang adalah harga. Harga didefinisikan dari sudut pandang pemasaran sebagai satuan moneter

atau ukuran lain (termasuk komoditas dan jasa lainnya) yang diperdagangkan untuk memperoleh hak memanfaatkan suatu barang atau jasa. Pemahaman ini sejalan dengan gagasan pemasaran tentang pertukaran. Salah satu elemen yang secara langsung mempengaruhi profitabilitas pedagang adalah harga. Banyaknya barang yang terjual dipengaruhi oleh tingkat harga yang dipilih. Selain itu, karena kuantitas yang terjual mempengaruhi biaya-biaya yang berkaitan dengan efisiensi produksi, maka harga juga mempunyai dampak tidak langsung terhadap biaya. Karena harga berdampak pada total pendapatan dan total biaya, strategi dan keputusan penetapan harga sangat penting bagi bisnis apa pun.

c. Strategi Promosi

Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dijelaskan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono yaitu pedagang memperlihatkan keramahan kepada pembeli serta memberikan bonus kepada pembeli dan ada juga yang memperbolehkan hutang kepada pembeli sehingga tidak ada alasan buat pembeli tidak berbelanja di toko tersebut.



Untuk menambah nilai suatu barang atau komoditas, pedagang sayur mayur di Pasar Sore dalam hal ini melakukan promosi untuk menyebarkan kesadaran terhadap barang atau komoditas tersebut. Kebutuhan dan aspirasi pelanggan dapat dipahami dan dipengaruhi oleh informasi yang diberikan, meliputi jenis produk, harga, dan detail lainnya. Hal ini mengarah pada pertukaran yang memuaskan. Mempertahankan preferensi konsumen terhadap produk sama pentingnya dengan keuntungan promosi dalam hal peluncuran produk.

d. Strategi Distribusi

Strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono yaitu dengan banyak menempatkan produk (sayur) ke banyak pengecer. Selain itu agar dagangan cepat laku, pedagang mengeraskan suara dengan menawarkan barang (sayur) kepada para pembeli.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pengertian yang mendefinisikan distribusi sebagai tindakan mentransmisikan sesuatu kepada sejumlah orang atau lokasi. Mengirimkan barang atau jasa kepada pelanggan pada saat yang tepat dikenal dengan strategi distribusi. Ketika memutuskan bagaimana menjangkau target pasar

atau klien dan bagaimana menjalankan fungsi distribusi di berbagai perusahaan, strategi distribusi suatu perusahaan sangatlah penting.¹⁰⁷

Kesimpulan peneliti dalam penelitian ini menjelaskan bahwa para pedagang sayur di Pasar Sore tidak ada unsur yang di larang oleh aturan-aturan Islam seperti judi, aniaya, penipuan, haram, riba, penimbunan dan batil.

3. Inovasi Produk Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono

a. Fitur Produk

Berdasarkan temuan penelitian, layanan pembayaran tunai, paket sayur siap masak, dan pemesanan online merupakan beberapa fitur produk yang ditawarkan oleh pedagang sayur di Pasar Sore. Variasi produk dapat dipandang sebagai tujuan kompetitif dan cara agar produk seorang wirausahawan menonjol dari produk para pesaingnya.

Hal ini mendukung gagasan bahwa kualitas suatu produk adalah aset paling berharga untuk bersaing mendapatkan perhatian pelanggan. Fitur produk adalah segala sesuatu yang luar biasa, berbeda, dan berbeda yang berfungsi sebagai nilai jual tambahan bagi produk tersebut. Pengembangan dan peningkatan berkelanjutan mengarah pada penciptaan produk konsumen yang sempurna.

¹⁰⁷ Makmur Saprijal, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3, no. 1 (Januari, 2015): 45.

b. Desain Produk

Temuan penyajian data di atas menunjukkan bahwa para pedagang sayur di Pasar Sore Desa Dawuhan mangli Sukowono menawarkan produk yang berkualitas tinggi, sayuran yang mereka jual kemudian dibungkus dengan plastik untuk menjaga kualitas higienisnya, dan sayuran yang mereka jual tersedia.

Hal ini sejalan dengan anggapan bahwa desain produk merupakan cara ekstra untuk meningkatkan persepsi nilai suatu produk di mata penggunanya. Desain adalah suatu konsep atau metode yang dapat digunakan untuk menggambarkan dan menggambarkan suatu produk. Desain meningkatkan kegunaan produk selain keterampilan. Produk dibuat untuk menarik pelanggan. Hal ini juga dapat digunakan sebagai cara untuk mengurangi biaya produksi atau memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis.

c. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk sayuran yang ada di Pasar Sore adalah sayuran yang fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk.

Hal ini sesuai dengan pandangan yang menyatakan bahwa kualitas suatu produk ditentukan oleh seberapa baik produk tersebut dapat menjalankan fungsi yang dimaksudkan. Presisi produk, keandalan, dan daya tahan adalah beberapa fungsi yang

dipertanyakan. Keandalan, di sisi lain, mengacu pada produk yang bebas dari kesalahan, berfungsi sebagaimana mestinya, dan memiliki kemampuan yang konsisten sesuai dengan tujuannya.

Teori tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk dapat dipahami sebagai proses atau hasil memperoleh atau memanfaatkan keterampilan dan keahlian untuk menciptakan atau meningkatkan produk (barang atau jasa), proses, atau sistem baru yang memberikan nilai besar. Teori ini mendukung pernyataan di atas. Inovasi produk mencakup lebih dari sekedar pengembangan produk; hal ini juga dapat melibatkan pengenalan produk baru atau penataan ulang produk untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa yang diproduksi.¹⁰⁸

Dalam hal ini Pasar Sore Desa Dawuhanmangli menjaga kualitas produk untuk membangun kepercayaan konsumen yang sudah dimiliki sebelumnya. Di mana sebuah produk sayuran yang memiliki kualitas yang baik dan bagus, tapi harga yang ditawarkan sangat terjangkau.

Kesimpulan peneliti dalam penelitian ini menjelaskan bahwa para pedagang sayur di Pasar Sore tidak ada unsur yang di larang oleh aturan-aturan Islam seperti judi, aniaya, penipuan, haram, riba, penimbunan dan batil.

¹⁰⁸ Siti Viona, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Terkat Tiga Dara Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1, no. 2 (Oktober, 2021): 62.

Tabel 4.5

Persamaan Hasil Temuan Dengan Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu

No	Hasil Temuan	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
1	<p>Pengelolaan Usaha</p> <p>a. Perencanaan Perencanaan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono meliputi penetapan tujuan, penetapan harga dan penentuan pemasaran.</p> <p>b. Pengorganisasian Bentuk pengorganisasian dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Sore yaitu melakukan pemilahan dari barang (sayur) yang dijual serta menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya.</p> <p>c. Penggerakan Penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan sebelumnya seperti penentuan tujuan, penentuan harga, penetapan pemasaran serta menggerakkan usaha dengan memprioritaskan keadilan, transparansi dan tanggung jawab sosial.</p> <p>d. Pengawasan Pengawasan dari usaha</p>	<p>Pengelolaan Usaha</p> <p>a. Perencanaan Perencanaan merupakan langkah awal dalam melaksanakan pekerjaan, baik konsep maupun kerangka kerjanya, guna mencapai hasil terbaik dari tujuan yang ingin dicapai.</p> <p>Karena fungsi manajemen lainnya tidak dapat berjalan tanpa perencanaan, maka perencanaan merupakan proses manajemen yang penting.</p> <p>b. Pengorganisasian Proses menetapkan, menugaskan, dan mendistribusikan tugas, kekuasaan, dan sumber daya di antara anggota organisasi dikenal sebagai pengorganisasian. Menetapkan tugas, menyediakan kebutuhan, dan mempunyai wewenang untuk melaksanakan tugas, semuanya merupakan bagian dari organisasi itu sendiri.</p>	<p>Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Hidayat menunjukkan bahwa Pembangunan Pasar Peterongan harus berbasis dari perilaku konsumen, disamping berbasis peraturan daerah Kota Semarang. Melalui perilaku konsumen dapat diketahui bagaimana keinginan para konsumen di Pasar Peterongan yang menjadi pemacu pedagang untuk terus mengembangkan usahanya demi memenuhi kebutuhan konsumen.</p>

No	Hasil Temuan	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
	<p>yang dikakukan oleh pedagang sayur di pasar Sore Dawuhanmangli meliputi menjalankan Pendaftaran PSAT dengan memberikan jaminan keamanan pangan bagi masyarakat khususnya Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT), selain itu mengawasi dan mengecek para pedagang yang ingin berjualan di Pasar Sore. Pelaku usaha yang ingin memperoleh tempat berjualan di Pasar Sore juga harus memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis.</p>	<p>c. Penggerakan Agar pekerjaan atau kegiatan yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan, maka mobilisasi berarti menggerakkan organisasi agar beroperasi sesuai dengan pembagian kerja masing-masing orang dan memobilisasi seluruh sumber daya yang telah ada.</p> <p>d. Pengawasan Tujuan pengawasan adalah untuk mengawasi apakah tindakan organisasi ini sesuai dengan rencana atau tidak. Selain itu, mengawasi bagaimana sumber daya organisasi digunakan untuk memastikan bahwa sumber daya tersebut digunakan secara efektif dan efisien tanpa bertentangan dengan rencana.¹⁰⁹</p>	
2	<p>Strategi Pemasaran a. Strategi Produk Strategi produk pedagang sayur di Pasar Sore, Desa</p>	<p>Strategi Pemasaran a. Strategi Produk Strategi produk adalah proses</p>	<p>Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang</p>

¹⁰⁹ Fathurrahman, *Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Qur'an Dan Hadis* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 17.

No	Hasil Temuan	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
	<p>Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono yaitu dengan menyetok sayur-sayuran beragam. Hal ini ditujukan untuk memudahkan pembeli memenuhi kebutuhan sayuran yang inginkan pembeli. Serta jaminan sayuran yang dijual dalam keadaan bagus dan segar.</p> <p>b. Strategi Harga Strategi harga yang digunakan oleh pedagang sayur di Pasar Sore adalah menentukan harga dengan terlebih dahulu mengkaji harga dasar agar dapat menawarkan harga yang wajar kepada pelanggan dengan tetap menghasilkan keuntungan tanpa mengambil keuntungan lebih dari harga kulaan.</p> <p>c. Strategi Promosi Strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono yaitu pedagang memperlihatkan keramahan kepada pembeli serta memberikan bonus kepada pembeli dan ada juga yang memperbolehkan hutang</p>	<p>menawarkan produk dan mencari pendekatan terbaik untuk target pasar.</p> <p>b. Strategi Harga Harga adalah komponen penting dari strategi pemasaran, dan harus selalu dipertimbangkan dalam kerangka tersebut. Penetapan harga adalah salah satu keputusan tersulit yang harus diambil perusahaan.</p> <p>c. Strategi Promosi Mempertahankan preferensi konsumen terhadap produk sama pentingnya dengan keuntungan promosi dalam hal peluncuran produk.</p> <p>d. Strategi Distribusi Ketika memutuskan bagaimana menjangkau target pasar atau klien dan bagaimana menjalankan fungsi distribusi di berbagai perusahaan, strategi distribusi suatu perusahaan sangatlah penting.¹¹⁰</p>	<p>dilakukan oleh Hera Emelya bahwa dalam menjalankan usahanya pedagang sayur memakai modal yang relatif sedikit untuk membeli berbagai macam sayuran untuk di pasarkan kembali. Dalam berdagang pedagang sayur memilih tempat yang strategis dan tempat tetap untuk memasarkan usahanya.</p>

¹¹⁰ Makmur, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3, no. 1 (Januari, 2015): 45.

No	Hasil Temuan	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
	<p>kepada pembeli sehingga tidak ada alasan buat pembeli tidak berbelanja di toko tersebut.</p> <p>d. Strategi Distribusi Strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono yaitu dengan banyak menempatkan produk (sayur) ke banyak pengecer. Selain itu agar dagangan cepat laku, pedagang mengeraskan suara dengan menawarkan barang (sayur) kepada para pembeli.</p>		
3	<p>Inovasi Produk</p> <p>a. Fitur Produk Layanan pembayaran tunai, paket sayur siap masak, dan pemesanan online merupakan beberapa fitur produk yang ditawarkan oleh pedagang sayur di Pasar Sore. Variasi produk dapat dipandang sebagai tujuan kompetitif dan cara agar produk seorang wirausahawan menonjol dari produk para pesaingnya.</p> <p>b. Desain Produk Pedagang sayur di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli menawarkan produk yang berkualitas tinggi, sayuran yang mereka jual</p>	<p>Inovasi Produk</p> <p>a. Fitur Produk fitur suatu produk adalah sesuatu yang istimewa, unik, dan berbeda yang berfungsi sebagai faktor penjualan tambahan bagi produk tersebut. Kualitas produk yang sempurna adalah hasil pengembangan dan penyempurnaan yang terus-menerus.</p> <p>b. Desain Produk Desain adalah suatu konsep atau metode yang dapat digunakan untuk menggambarkan dan menggambarkan suatu produk. Desain</p>	<p>Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novia Sridewi strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Sukma Rasa yaitu menambah varian produk, meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), meningkatkan kualitas pelayanan, dan menggunakan konsep penjualan baru.</p>

No	Hasil Temuan	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
	<p>kemudian dibungkus dengan plastik untuk menjaga kualitas higienisnya, dan sayuran yang mereka jual tersedia.</p> <p>c. Kualitas Produk Kualitas produk sayuran yang ada di Pasar Sore adalah sayuran yang fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk.</p>	<p>meningkatkan kegunaan produk selain keterampilan. Produk dibuat untuk menarik pelanggan.</p> <p>c. Kualitas Produk Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsinya seefektif mungkin. Presisi produk, keandalan, dan daya tahan adalah beberapa fungsi yang dipertanyakan. Keandalan, di sisi lain, mengacu pada produk yang bebas dari kesalahan, berfungsi sebagaimana mestinya, dan memiliki kemampuan yang konsisten sesuai dengan tujuannya.¹¹¹</p>	

¹¹¹ Siti Viona, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Terkat Tiga Dara Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1, no. 2 (Oktober, 2021): 62.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang diperoleh pada penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Yang Dilakukan Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember” maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam Di Pasar Sore yaitu terdiri: 1) Perencanaan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono meliputi penetapan tujuan, penetapan harga dan penentuan pemasaran. 2) Pengorganisasian dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayuran di Pasar Sore yaitu melakukan pemilahan dari barang (sayur) yang dijual serta menyimpan sayuran dalam wadah yang sesuai dengan jenisnya. 3) Penggerakan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dengan menjalankan apa yang sudah direncanakan sebelumnya seperti penentuan tujuan, penentuan harga, penetapan pemasaran serta menggerakkan usaha dengan memprioritaskan keadilan, transparansi dan tanggung jawab sosial. 4) Pengawasan dari usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar sore meliputi menjalankan pendaftaran PSAT dengan memberikan jaminan keamanan pangan bagi masyarakat khususnya Pangan Segar

Asal Tumbuhan (PSAT), selain itu mengawasi dan mengecek para pedagang yang ingin berjualan di Pasar Sore. Pelaku usaha yang ingin memperoleh tempat berjualan di Pasar Sore juga harus memenuhi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis.

Strategi pemasaran usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore yaitu terdiri dari: 1) Strategi produk pedagang sayur di Pasar Sore Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono yaitu dengan menyetok sayur-sayuran beragam. Hal ini ditujukan untuk memudahkan pembeli memenuhi kebutuhan sayuran yang inginkan pembeli. Serta jaminan ayura yang dijual dalam keadaan bagus atau fresh. 2) Strategi harga pedagang sayur di Pasar Sore yaitu pedagang menetapkan harga dengan cara melihat harga pokok terlebih dahulu agar bisa memberikan harga kepada pembeli dengan harga yang terjangkau sekaligus mendapatkan keuntungan. 3) Strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Sore yaitu pedagang memperlihatkan keramahan kepada pembeli serta memberikan bonus kepada pembeli dan ada juga yang memperbolehkan hutang kepada pembeli sehingga tidak ada alasan buat pembeli tidak berbelanja di toko tersebut. 4) Strategi distribusi pedagang sayur di Pasar Sore yaitu dengan banyak menempatkan produk (sayur) ke banyak pengecer. Selain itu, agar dagangan cepat laku, pedagang mengeraskan suara dengan menawarkan barang (sayur) kepada para pembeli. Kesimpulan peneliti dalam penelitian ini

menjelaskan bahwa para pedagang sayur di Pasar Sore tidak ada unsur yang di larang oleh aturan-aturan Islam seperti judi, aniaya, penipuan, haram, riba, penimbunan dan batil.

Inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore yaitu terdiri dari: 1) Fitur produk pedagang sayur di Pasar Sore meliputi adanya layanan pembayaran tunai, paket sayuran siap masak, dan adanya pemesanan online. Varian produk dapat dianggap sebagai sebuah sasaran yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah pengusaha dengan produk pesaingnya. 2) Desain produk pedagang sayuran di Pasar Sore dengan menjual sayuran yang bentuknya bagus berkualitas, sayuran yang dibeli nantinya akan mendapatkan plastik dari penjual serta tersedianya sayuran yang udah terwrapping untuk menjaga kehygienisan sayuran. 3) Kualitas produk sayuran yang ada di Pasar Sore adalah sayuran yang fresh, tidak layu. Sayurannya juga memiliki bau yang segar dan tidak berbau busuk. Kesimpulan peneliti dalam penelitian ini menjelaskan bahwa para pedagang sayur di Pasar Sore tidak ada unsur yang di larang oleh aturan-aturan Islam seperti judi, aniaya, penipuan, haram, riba, penimbunan dan batil.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti di Pasar Sore, Desa Dawuhanmangli, Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember tentang strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh para pedagang sayur dalam

perspektif ekonomi Islam, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan kepada pihak yang bersangkutan diantaranya:

1. Bagi para pedagang sayur di Pasar Sore

Kepada pedagang sayur di Pasar Sore dalam menjalankan strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam hendaknya dapat lebih meningkatkan lagi kualitas sayuran yang lebih baik dan selalu menjaga kebersihan tempat agar sayuran tetap terjaga kesehatannya dan lebih meningkatkan lagi syariat-syariat jual beli agar tidak mengandung hal-hal yang telah dilarang dalam jual beli.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan lebih baik lagi apabila penelitian yang berubungan dengan strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Ajib, Ghufron. *Fiqh Muamalah II : Kontemporer Indonesia*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya, 2015.
- Aksamawanti. "Gharar Hakikat Dan Pengaruhnya Terhadap Akad," *Jurnal Hukum*, 5, no.1 (Mei, 2019): 43-56.
- Anwar, Rosihon. "Akad Mudharabah Dan Relevansinya Dengan Tafsir Qur'an Surah An-Nisa' Ayat 29 Tentang Larangan Mencari Harta Yang Bathil," *Joernal Of Islamic*, 1, no. 1 (Juli-Desember 2023): 26-32.
- Ariastini, Ni Putu Wanggy. "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Tenun Songket," *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4, no. 7 (Juli, 2024): 1438-1446.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Ariyanti, Widyaningsih. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang : Polinema Press, 2018.
- Aziz, Fathul aminudin. *Manajemen dalam Perspektif Islam*.
Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012.
- Chandrayati, Teti. "Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif Di Sumatera Barat Dengan Pendekatan Terintegrasi Zaman Now," *Jurnal Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers*, 1, no. 1(2018): 59- 70.
- Dharmawati, D. Made. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Putri, Mutiara Daviena Dwi, dan Moch Malik Akbar Rohandi. "Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Aksesoris Tjorak Mootera di Bandung," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3, no. 1 (2023): 25-27.
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung : Satu Nusa, 2011.
- Fathurrahman. *Bunga Rampai Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadist*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.

- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Hidayat, Wahyu, Widiartanto, Apriatni Endang Prihartini, dan Reni Shinta Dewi. "Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen." *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7, no. 2, (2018): 108- 117.
- Junaid, Bin Junaid. "Perspektif Hadis Tentang Ihtikar," *Jurnal Ekonomi*, 12, no. 1 (Januari-Juni, 2021): 34-38.
- Kasiram, Mohammad. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Latif, Hamdiah, "Bahaya Riba Dalam Perspektif Hadist," *Jurnal Ilmiah Al Mu'ashira*, 17, no. 2 (Juli, 2020): 175-185.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenadamia Group, 2011..
- Ramadhan, Muhammad Fadhil, "Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan BMC pada Nos Jeans," *Jurnal Riset Teknik Industri*, 3, no. 1 (2023): 51-58.
- Saprijal, Makmur. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3, no. 1 (Januari, 2015): 41-56.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Sitompul, Saleh. *Konsep Dasar Penerapan Ekonomi Menurut perspektif Islam*. Medan: CV. Sentosa Deli Mandiri, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2018.
- Suko, Novalia Fajar Mahanani. "Pola Pedagang Di Pasar Bandar Kota Kediri Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam." Skripsi, STAIN Kediri, Kediri, 2010.
- Sutrimono, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Sewa Mobil Di Rental Restu Kabupaten Biak Numfor," *Jurnal Gema Kampus*, 13, no. 2 (2018): 54-60.
- Terry, George R. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2009.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2003.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2019.

Viona, Siti. “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Terkat Tiga Dara Di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1, no. 2 (Oktober, 2021): 62-69.

Yudha, Mellisa Magdalena, Lis Mariam dan Erlyn Rosalina. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Business Model Canvas,” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22, no.1 (Juni, 2023): 17-24.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Siti Rofikotul Hasanah
NIM : E20192172
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang di sebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya. Maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 24 Februari 2025



Siti Rofikotul Hasanah
NIM.E20192172



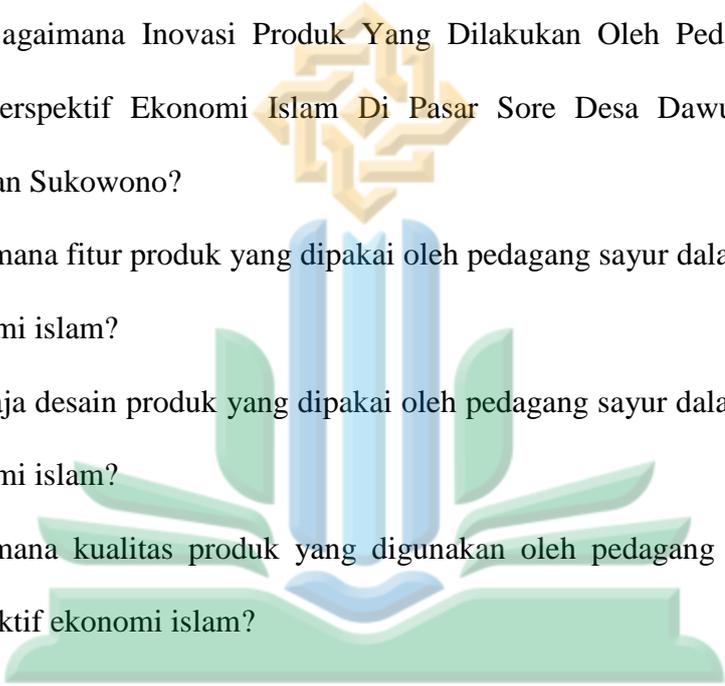
MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pengembangan Usaha Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember	Strategi Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam	1. Pengelolaan usaha 2. Pemasaran 3. Inovasi Produk Strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam	1. a. Perencanaan b. Pengorganisasian c. Penggerakan d. Pengawasan 2. a. Strategi produk b. Strategi harga c. Strategi promosi d. Strategi distribusi 3. a. Fitur produk b. Desain produk c. Kualitas produk 1. <i>Maysir</i> 2. <i>Aniaya</i> 3. <i>Gharar</i> 4. <i>Haram</i> 5. <i>Riba</i> 6. <i>Ihtikar</i> 7. <i>Batil</i>	1. Informan: a. Pemilik/Pimpinan b. Pekerja c. Konsumen 2. Dokumentasi	1. Pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian <i>deskriptif</i> 2. Teknik pengambilan sample menggunakan teknik <i>snowball sampling</i> dan <i>teknik purposive</i> 3. Metode pengumpulan data a. Observasi b. Interview/wawancara c. Dokumentasi 4. Metode analisis data analisis deskriptif 5. Keabsahan data: Triangulasi Sumber	1. Bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono? 2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono? 3. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono?

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus: Bagaimana Pengelolaan Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono?
 - a. Bagaimana perencanaan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - b. Bagaimana pengorganisasian pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - c. Bagaimana penggerakan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - d. Bagaimana pengawasan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?

2. Fokus: Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono?
 - a. Bagaimana strategi produk yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - b. Bagaimana strategi harga yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - c. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - d. Bagaimana strategi distribusi yang dilakukan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?

- 
3. Fokus: Bagaimana Inovasi Produk Yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono?
- Bagaimana fitur produk yang dipakai oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - Apa saja desain produk yang dipakai oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?
 - Bagaimana kualitas produk yang digunakan oleh pedagang sayur dalam perspektif ekonomi islam?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-¹²⁹⁰/Un.22/7.a/PP.00.9/11/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

12 November 2024

Kepada Yth.
Bapak Kepala Desa Dawuhan Mangli
Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Siti Rofikotul Hasanah
NIM : E20192172
Semester : XI (Sebelas)
Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi Pengembangan Usaha Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember" di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu





PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN SUKOWONO
DESA DAWUHANMANGLI

Alamat : Jl. Sumberjambe - Dawuhanmangli - Sukowono - Jember
Email : dawuhanmangli2011@gmail.com, Kode Pos 68194

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 141 / 62 / 29. 2011 /2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RUDIK ZAINUDDIN,SE
Jabatan : Kepala Desa Dawuhanmangli
A l a m a t : Dusun Krajan RT 001 RW 001 Desa Dawuhanmangli
Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Dengan ini menerangkan bahwa yang beridentitas :

Nama Lengkap : **SITI ROFIKOTUL HASANAH**
NPM : E20192172
Semester : XII (dua belas)
Program studi : Ekonomi Syariah
No Telp : 081 998 319 262
Universitas : Universitas Islam Negeri KH Haji Achmad Siddiq
Jember

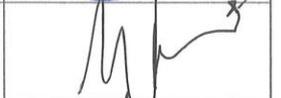
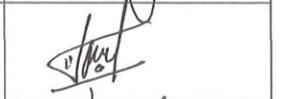
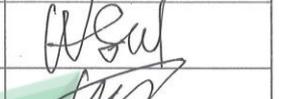
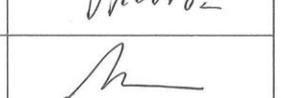
Telah melaksanakan penelitian di Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, selama 60 hari dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam**" Di Pasar Sore Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

Demikian surat keterangan ini di buat dan diberikan kepada yang bersangkutan digunakan sepenuhnya.

Jember, 13 Februari 2025
KEPALA DESA DAWUHANMANGLI

RUDIK ZAINUDDIN, SE

JURNAL PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jurnal Kegiatan	Tanda Tangan
1	19 November 2024	Menyerahkan surat izin penelitian ke kantor Desa Dawuhan Mangli	
2	20 Desember 2024	Wawancara awal dengan bapak Tanwirul Hayatuddin selaku sekretaris Desa Dawuhan Mangli	
3	15 Januari 2025	Wawancara awal dengan bapak Supandi selaku koordinator Pasar Sore	
4	18 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Wasilah selaku pedagang sayur	
5	18 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Halimatus selaku pedagang sayur	
6	18 Januari 2025	Wawancara dengan bapak Ikrom selaku pedagang sayur	
7	18 Januari 2025	Wawancara dengan bapak Dwi agus selaku pedagang sayur	
8	18 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Inna selaku pedagang sayur	
9	19 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Karomah selaku konsumen pedagang sayur di Pasar Sore	
10	20 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Sri selaku konsumen pedagang sayur di Pasar Sore	
11	20 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Mala selaku konsumen pedagang sayur di Pasar Sore	

Jember, 24 Januari 2025

KEPALA DESA DAWUHAN MANGLI



RUDIK ZAINUDDIN, S.E.

DOKUMENTASI



Wawancara dengan bapak Tanwirul Hayatuddin selaku sekretaris Desa Dawuhan Mangli



Wawancara dengan bapak Supandi selaku koordinator Pasar Sore



Wawancara dengan ibu Wasilah selaku pedagang sayur



Wawancara dengan ibu Halimatus selaku pedagang sayur



Wawancara dengan bapak Ikrom selaku pedagang sayur



Wawancara dengan bapak Dwi Agus selaku pedagang sayur



Wawancara dengan ibu Inna selaku pedagang sayur



Wawancara dengan ibu Karomah selaku konsumen pedagang sayur di Pasar Sore



Wawancara dengan ibu Sri selaku konsumen pedagang sayur di Pasar Sore

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Wawancara dengan ibu Mala selaku konsumen pedagang sayur di Pasar sore



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febl@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

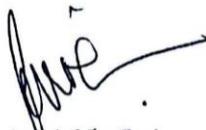
Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Siti Rofikotul Hasanah
NIM : E20192172
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Usaha Oleh Para Pedagang Sayur Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 24 Februari 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Luluk Musfiroh





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Siti Rofikotul Hasanah

NIM : E20192172

Semester : XII (Duabelas)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 27 Februari 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Dr. Sofiah, M.E.



BIODATA PENULIS



1. Data Pribadi

Nama : Siti Rofikotul Hasanah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 13 September 2000

Agama : Islam

Alamat Lengkap : Jl. Ahmad Yani Ds. Krajan Barat RT/RW.

004/004 Kec. Sukowono Kab. Jember

Email : rofikotulhasanah5@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

TK Perwanida : 2005-2007

SDN Sukowono 01 : 2007-2013

MTsN 06 Jember : 2013-2016

SMK Nurul Jadid : 2016-2019