

***SURVIVAL STRATEGY PEDAGANG KECIL DI PASAR  
TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI KASUS DI PASAR BESUK KABUPATEN  
PROBOLINGGO)***



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

***SURVIVAL STRATEGY PEDAGANG KECIL DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI KASUS DI PASAR BESUK KABUPATEN PROBOLINGGO)***

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**Dewi Malihatuz Zahro**  
**NIM: 211105020078**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**J E M B E R**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**DESEMBER 2025**

***SURVIVAL STRATEGY PEDAGANG KECIL DI PASAR  
TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(STUDI KASUS DI PASAR BESUK KABUPATEN  
PROBOLINGGO)***

**SKRIPSI**

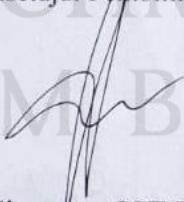
diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Dewi Malihatuz Zahro  
Nim: 211105020078

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M. Par  
NIP: 197411102009021001

# ***SURVIVAL STRATEGY PEDAGANG KECIL DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI PASAR BESUK KABUPATEN PROBOLINGGO)***

## 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 : Rabu  
Tanggal : 10 Desember 2025

## Tim Penguji

## Sekretaris

**Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 1988705202019031009

Mutmainah, S.E., M.E.  
NIP. 199506302022052004

Anggota:

1. Dr. Ahmad Afif, M.E.I.
  2. Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M. Par

( *John* )  
( *John* )

## Menyetuiui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

## MOTTO

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ... ١١

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka (Qs. Ar-Ra'd: 11)<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung, sygma, 2009), 250.

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan penuh kerendahan hati dan rasa cinta yang tulus, serta diiringi doa dan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Rasul Muhammad dan Ibu Malihatun, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang, pengorbanan, serta semangat dalam setiap langkah penulis. Tanpa doa dan dukungan bapak dan ibu, penulis tidak akan mampu sampai pada titik ini. Semoga karya ini menjadi bukti kecil dari rasa terimakasih yang tak terhingga.
2. Untuk saudara-saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penulis berproses di pendidikan.
3. Kepada segenap guru-guru dari TK hingga perguruan tinggi terimakasih telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
4. Kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah dan teman-teman di Pondok Pesantren Mahasiswa Nuris 2 khususnya teman-teman AIQ Bahasa Arab, terimakasih telah menjadi teman diskusi, berbagi tawa dan keluh kesah, serta memberi semangat sepanjang perjalanan kuliah.

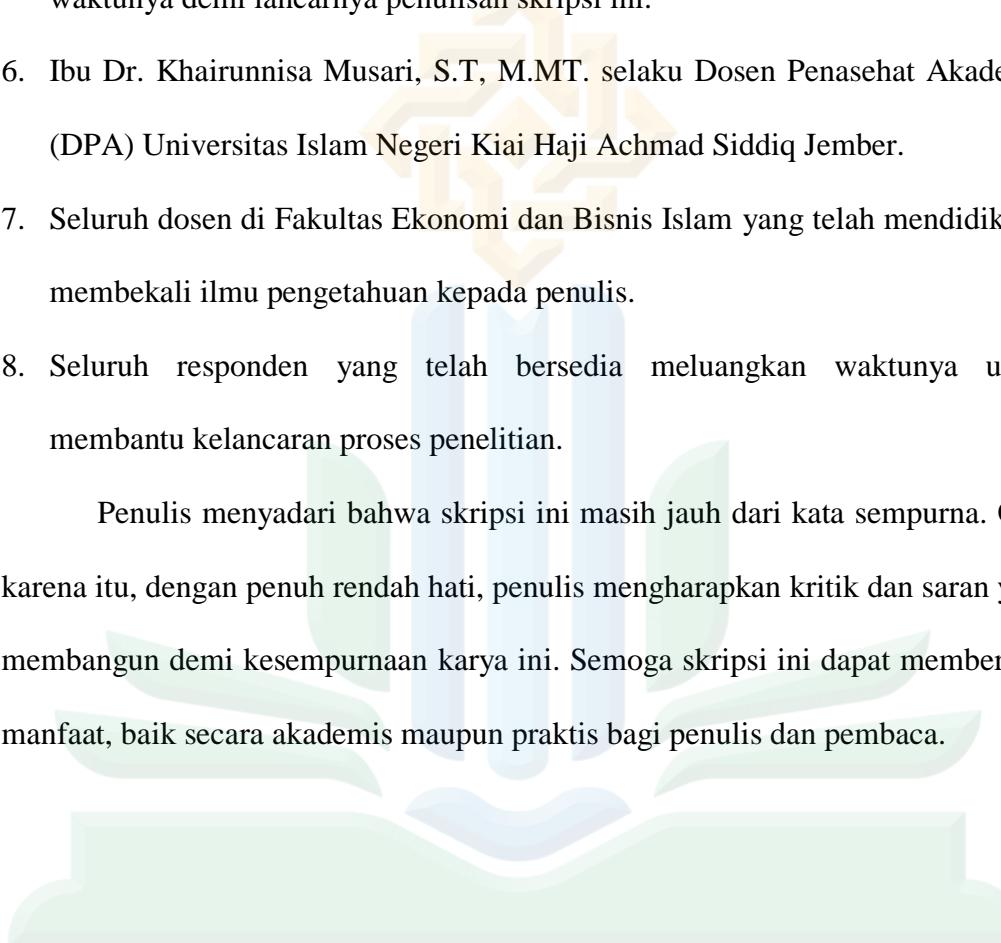
## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Survival strategy Pedagang Kecil di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata (S1), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Kesuksesan skripsi ini dapat penulis peroleh karena mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ubaidilah, M., Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmd Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Sofiah, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

- 
5. Bapak Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M. Par selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan bersedia meluangkan waktunya demi lancarnya penulisan skripsi ini.
  6. Ibu Dr. Khairunnisa Musari, S.T, M.MT. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
  7. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
  8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu kelancaran proses penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh rendah hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis bagi penulis dan pembaca.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
Jember, 10 Oktober 2025  
Dewi Malihatuz Zahro  
211105020078

## ABSTRAK

**Dewi Malihatuz Zahro, Adil Siswanto, 2025: *Survival Strategy* Pedagang Kecil di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)**

**Kata Kunci :** *Survival Strategy*, Pedagang Kecil, Ekonomi Islam

Konsep strategi bisa diartikan sebagai suatu metode atau suatu cara yang dilakukan oleh masyarakat untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya di dalam lingkungan baik sosial maupun ekonomi. Saat ini, harga barang terutama untuk komoditas gula, minyak goreng, dan beras mengalami kenaikan, sementara omset penjualan menurun akibat daya beli masyarakat yang menurun. Kondisi ini menjadi kekhawatiran para pedagang karena angsuran tetap berjalan meskipun pasar sepi. Dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik meneliti “*Survival Strategy* Pedagang Kecil di Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)”.

Fokus penelitian dalam penelitian ini ialah 1. Bagaimana *survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi tantangan ekonomi. 2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo untuk bertahan di pasar tradisional. 3. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam dapat diterapkan dalam *survival strategy* yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo.

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu 1. Untuk mengetahui *survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi tantangan ekonomi. 2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo untuk bertahan di pasar tradisional. 3. Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam dapat diterapkan dalam *survival strategy* yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif yaitu mendeskripsikan, menjelaskan, juga mengungkap sebuah masalah yang tengah diteliti.

Hasil penelitian ialah *Survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo adalah terdiri dari tiga tingkatan yaitu, strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional. Kebutuhan ekonomi keluarga merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pedagang kecil di Pasar Besuk untuk menerapkan *survival strategy*. Dalam menjalankan aktivitas berdagang, pedagang kecil di Pasar Besuk tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu, prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.

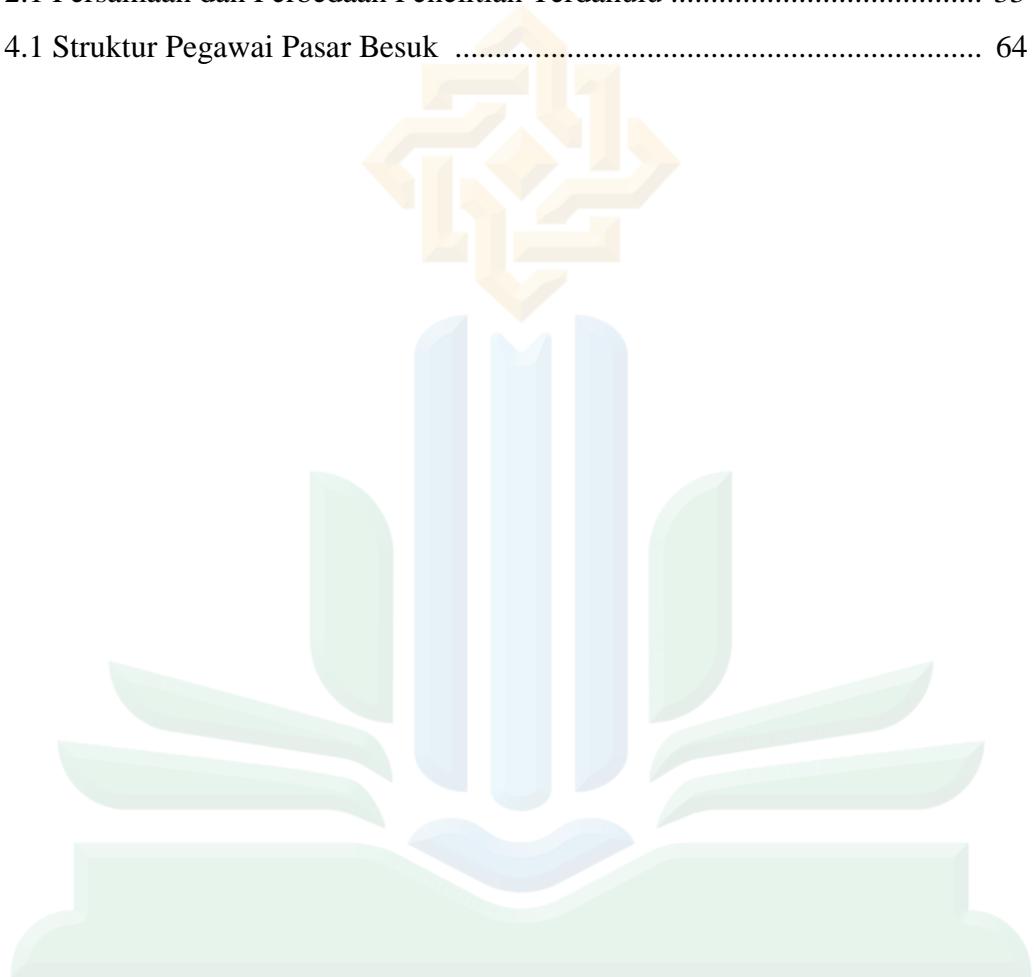
## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN BIMBINGAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>I</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat penelitian .....	6
E. Definisi Istilah .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	42
1. Pengertian <i>Survival Strategy</i> .....	42
2. Pengertian Ekonomi .....	46
3. Teori Ekonomi Mikro.....	47

4. Pengertian Ekonomi Islam .....	48
5. Pengertian Pasar .....	50
6. Pengertian Pasar Tradisional .....	51
7. Wirausaha .....	52
8. Pengertian Pedagang .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	56
B. Lokasi Penelitian .....	56
C. Subjek Penelitian .....	56
D. Teknik Pengumpulan Data .....	58
E. Analisis Data .....	59
F. Keabsahan Data .....	61
G. Tahap-tahap Penelitian .....	61
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Pedagang Kecil di Pasar Besuk .....	63
B. Penyajian Data dan Analisis.....	64
C. Pembahasan Temuan.....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran-Lampiran .....</b>	<b>127</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	33
4.1 Struktur Pegawai Pasar Besuk .....	64



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

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian**

Konsep strategi bisa diartikan sebagai suatu metode atau suatu cara yang dilakukan oleh masyarakat untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya di dalam lingkungan baik sosial maupun ekonomi. Manusia beradaptasi bertujuan untuk menghadapi lingkungan dan suatu kondisi sosial yang berubah-ubah supaya tetap bertahan. Snel dan Starring berpendapat bahwasanya strategi bertahan hidup merupakan suatu rangkaian sebuah tindakan yang dipilih oleh setiap individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial.<sup>2</sup>

Pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjual-belikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk mendapatkan suatu keuntungan. Sedangkan pengertian pedagang kecil yaitu orang yang dengan modal yang relatif sedikit melaksanakan aktivitas produksi dalam arti luas (produksi barang, menjual barang, dan menyelenggarakan jasa) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu di dalam masyarakat usaha yang mana dilakukan pada tempat-tempat tertentu yang dianggap strategis dan ekonomis dalam sauna lingkungan yang informal.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Tri Sipatmi, Nur Hidayah, “Survival Strategy For Grining Crackers On The South Coast Of Yogyakarta”, *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol. 9, No. 2, (2020): 3, [file:///C:/Users/TC/Downloads/15939-34987-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/15939-34987-1-SM%20(1).pdf).

<sup>3</sup> Luluk Nur Azizah, “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Kiringan Desa Kemlagilor Turi Lamongan)”, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 1, (2019): 826 – 827, <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/224/214>.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha perorangan yang tidak mempunyai persyaratan seperti keterampilan dan tingkat pembelajaran, penggunaan teknologi yang dipakai masih sederhana juga pemakaian modal yang tidak banyak.<sup>4</sup>

Pengertian pasar menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. Said Sa'ad Marthon berpendapat bahwa pasar merupakan sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi ataupun penentuan harga.<sup>5</sup> Pasar terbuka untuk siapa saja. Kaum agamawan juga memanfaatkan pasar sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan transaksi di dalam pemenuhan kebutuhan mereka.<sup>6</sup>

Berdasarkan jenisnya, pasar terdiri dari 2 jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah tempat transaksi komoditas kebutuhan subsisten yang prosesnya masih kental diwarnai suasana ekonomi pedesaan dengan tradisi yang masih kental. Pasar tradisional juga

<sup>4</sup> Dinda Widia Utami, Anisa Ahla, Adil Siswanto, "Efektifitas Strategi Pemberdayaan UMKM Pada Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso, *Journal Of Indonesian Social Society*, Vol. 2, No. 2, (2024): 88-89, <https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jiss/article/view/237/162>.

<sup>5</sup> Istijabatul Aliyah, "Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan", *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Vol. 18, No. 2, (2017): 2, <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34367/22595>.

<sup>6</sup> Nikmatul Masruroh, Attori Alfi Shahrin, Kontensi Agama, Pasar Dan Negara Dalam Membangkitkan Daya Saing Ekonomi Umat Melalui Sertifikasi Halal, *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, Vol. 6, No. 1, (2022): 837, [https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?cf\\_chl\\_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5\\_1mmxLFdydQ-1736825840-1.0.1.1-PrS\\_AoCdxIDtYMP.LPZxCUScc2cC66kuWas916rTyUw](https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?cf_chl_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5_1mmxLFdydQ-1736825840-1.0.1.1-PrS_AoCdxIDtYMP.LPZxCUScc2cC66kuWas916rTyUw).

bisa diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi langsung yang biasanya didahului dengan proses tawar-menawar. Sedangkan pengertian dari pasar modern adalah ajang praktik ekonomi perkotaan yang diwarnai oleh sain dan teknologi modern, baik dari segi komoditas, actor yang terdapat di dalamnya, bahkan proses dan aturan main seperti yang telah ditetapkan oleh pengelola.<sup>7</sup> Inti dari kegiatan ekonomi berpusat pada tiga elemen kunci yaitu, bisnis, keluarga, dan pemerintah, yang menjadi pilar utama didalam perjalanan keuangan. Setiap elemen tersebut terlibat dalam berbagai aktivitas di setiap sektor pasar.<sup>8</sup>

Kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam terutama di dalam bermuamalah atau jual beli merupakan tuntunan kehidupan yang sangat penting, selain itu bermuamalah juga merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah.<sup>9</sup> Ekonomi Islam merupakan bagian dari sistem Islam yang memiliki sifat umum berlandaskan terhadap prinsip pertengahan dan keseimbangan yang adil (tawazun).<sup>10</sup> Struktur pasar dalam Islam juga mengandung prinsip kebebasan, termasuk pelaksanaan kegiatan ekonomi.

Akan tetapi kebebasan dalam Islam tidak serta merta bebas seluas-luasnya namun dibatasi pada nilai syariah, sebagaimana dalam surat An-Nisa ayat 29:

<sup>7</sup> Vina Arnita, Eky Ermal M, Dito Aditia Darma Nst, “Pengaruh Pasar Tradisional Terhadap Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Di Pulau Samosir Danau Toba”, *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)* , Vol. 4, No. 2, (2019): 51 – 52, <file:///C:/Users/TC/Downloads/2129-6170-3-PB.pdf>.

<sup>8</sup> Sayu Mainingsih, “Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Persepektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, (2023): 2, <https://ejurnal.iainqi.ac.id/index.php/aliqtishad/article/view/621/353>.

<sup>9</sup> Rahmawati, Kamisnawati, “Sistem Perdagangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Pusat Niaga Desa Belawa Baru Kec. Malangke”, *Jurnal Muamalah*, Vol. 5, No. 2, (2015): 113, <https://ejurnal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/684>.

<sup>10</sup> Abdul Rokhim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad SAW* (STAIN Jember Press, 2013), 33.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَّحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu”.

Dari ayat tersebut bisa disimpulkan bahwasanya segala kegiatan atau tindakan ekonomi dalam Islam itu dibolehkan salah satunya yaitu jual beli (perdagangan) dengan menghindari praktek perjudian, riba, penimbunan, penipuan, talaqqi rukban dan pematokan harga.<sup>11</sup>

Pada saat sekarang harga barang pada meningkat semua terutama pada komoditi gula, minyak goreng, dan beras. Sedangkan omset penjualan berkurang, daya beli masyarakat menurun, hal ini sangat mengkhawatirkan para pedagang. Padahal angsuran terus berjalan tidak mengenal keadaan pasar sepi ataupun ramai pembeli. Hal tersebut yang menjadi beban pikiran pedagang, entah apa yang akan terjadi jika kondisinya terus berlangsung lama.

Pendapatan pedagang kecil di Pasar Besuk sangat fluktuatif, jika pada masa pandemi penurunan pendapatan pedagang bisa mencapai 60%. Kondisi tersebut disebabkan oleh adanya pembatasan jam operasional, yaitu hanya diperbolehkan buka mulai pukul 06.00 hingga 09.00 WIB. Pada hari-hari biasa seperti saat ini, penurunan pendapatan pedagang berkisar antara 5-15% apabila kondisi cuaca cerah tidak ada hujan pada pagi hari. Namun, apabila

---

<sup>11</sup> Mevianti Nur Rahma, Amin Wahyudi, “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 3, No. 1, (2022), 51-52, <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1228/908>.

hujan turun pada pagi hari, penurunan pendapatan pedagang dapat mencapai hingga 50%. Hal ini terjadi karena aktivitas jual beli di Pasar Besuk cenderung ramai pada pagi.

Dari masalah tersebut peneliti tertarik untuk meneliti “*Survival Strategy* Pedagang Kecil di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo”.

### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana *survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi tantangan ekonomi?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo untuk bertahan di pasar tradisional?
3. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam dapat diterapkan dalam *survival strategy* yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui *survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi tantangan ekonomi.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo untuk bertahan di pasar tradisional.

3. Mengetahui pandangan Ekonomi Islam dapat diterapkan dalam *survival strategy* yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah bahan referensi dan ilmu pengetahuan bagi pembaca, khususnya di bidang Ekonomi Islam. Dan juga sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

- 1) Penelitian ini di gunakan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah

- 2) Dengan penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan memperdalam pemahaman terhadap penelitian sosial khususnya tentang *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini juga sebagai sarana peneliti untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama bangku kuliah dalam kehidupan lapangan.

###### **b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**

- 1) Dapat menambah kepustakaan UIN KHAS Jember.

- 2) Dapat dijadikan referensi bagi UIN KHAS Jember yang akan terjun ke lapangan.

## **E. Definisi Istilah**

Ada beberapa istilah penting dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Survival Strategy* (Strategi Bertahan Hidup)

*Survival* (bertahan hidup) berasal dari kata *survive*, yaitu memiliki pengertian mempertahankan hidup dari situasi yang mendesak. Sedangkan pengertian dari *survivor* yaitu orang yang melakukan tindakan untuk tetap bertahan hidup dalam keadaan darurat. Pengertian *survival* yaitu tindakan yang dilakukan oleh sekelompok atau seseorang untuk tetap dapat bertahan hidup dalam keadaan darurat.<sup>12</sup>

Selain itu, ada ulasan dari para ahli tentang strategi bertahan hidup. Mosser merupakan orang yang membuat "The Assent Vulnerability Framework", sebuah kerangka analisis yang terdiri dari berbagai pengelolaan aset: 1) tenaga kerja; 2) modal usaha; 3) produksi; 4) hubungan rumah tangga atau keluarga; dan 5) modal sosial. Keseluruhan aset ini dapat digunakan untuk membuat perubahan atau membuat strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup.<sup>13</sup>

2. Pedagang Kecil

---

<sup>12</sup> Nur Dyah Gianawati, *Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Perempuan* (Pandiva Buku, 2013), 53, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=u2jJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+bertahan+hidup+\(survival+strategy\)&ots=q7fe7rVZ7d&sig=BXCoLzj-2mJ7nGL41UBHo0D9oew&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20bertahan%20hidup%20\(survival%20strategy\)&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=u2jJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+bertahan+hidup+(survival+strategy)&ots=q7fe7rVZ7d&sig=BXCoLzj-2mJ7nGL41UBHo0D9oew&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20bertahan%20hidup%20(survival%20strategy)&f=false).

<sup>13</sup> Juli Astutik, Tutik Sulistyowati, Eka Meidianti, "Strategi Survival Perempuan Penyandang Disabilitas Sebagai Kepala Keluarga (Study Pada Perempuan Penyandang Disabilitas Di Desa Kabuh, Kecamatan Kabuh, Kabupaten Jombang)", *Jurnal Perempuan dan Anak*, Vol. 2, No. 2, (2019): 38, <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JPA/article/view/9664/6876>.

Orang-orang yang mempunyai modal yang cenderung kecil untuk menjual dan membuat barang atau jasa untuk kebutuhan masyarakat tertentu disebut dengan pedagang kecil.<sup>14</sup> Toko pengecer atau pengecer, atau dikenal sebagai pedagang kecil, merupakan perusahaan yang menjual barang untuk kebutuhan pribadi pelanggan. Pedagang daging dan ikan, tekstil dan pakaian, sayur-sayuran, makanan dan minuman, buah-buahan, loak, dan sebagainya terbagi menjadi beberapa golongan kecil. Pedagang kecil yang dimaksud oleh peneliti adalah pengecer, toko, usaha kecil, atau yang serupa.

Sedangkan pengertian UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah dengan kriteria sesuai diatur dalam Pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan. Sektor UMKM mempunyai kemampuan yang handal dan mumpuni serta berperan penting dalam kancalah perekonomian nasional. Pedagang kecil atau pedagang tradisional merupakan pelaku ekonomi kerakyatan yang berjuang hidup dengan mandiri tanpa bantuan siapapun untuk menghidupi keluarga. Pedagang tradisional berada dalam sistem ekonomi, maka negara tidak mudah melakukan kesewenang-wenangan, seperti membiarkan persaingan,

---

<sup>14</sup> Vani Silvia Ningsih “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Pinang” (Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2024), 31, <https://etd.uinsyahada.ac.id/10643/1/1940200193.pdf>.

kompetisi tidak sehat antara pedagang tradisional dengan ritel modern seperti indomaret dan alfamart.<sup>15</sup>

### 3. Pasar Tradisional

Pengertian pasar tradisional adalah tempat yang mana berbagai jenis barang dan jasa diperdagangkan secara langsung antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional merupakan jenis pasar yang ada sejak lama dan juga komponen penting dari struktur ekonomi masyarakat.<sup>16</sup> Selama ini, pasar tradisional identik dengan tempat yang kumuh, semrawut, becek, bau, dan sumpek. Bukan hanya itu saja, pasar tradisional selalu diwarnai dengan kemacetan dan banyaknya aksi pencopetan. Dengan kondisi pasar yang “terpuruk” membuat banyak masyarakat di Indonesia memilih berbelanja di pasar modern, seperti mall, minimarket, supermarket, hypermarket, dan sebagainya.<sup>17</sup>

Menurut Perpres No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah,

<sup>15</sup> Beni Dwi Komara, Heri Cahyo Bagus Setiawan, Aries Kurniawan, “Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3, (2020): 348, <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2506>.

<sup>16</sup> Muhammad Alfianor Setiawan, Muhammad Nazril Ilham, “Peran Pemerintah Dalam Mengembangkan Pasar Tradisional Ekonomi Syariah”, *Journal Islamic Education*, Vol. 3, No. 2, (2024): 419, <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/1122/976>.

<sup>17</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 2, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengertian+pasar+tradisional&ots=djL\\_oMCiEp&sig=LRIVzrdEdI70ZK1bHhR0DIv6E1M&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengertian+pasar+tradisional&ots=djL_oMCiEp&sig=LRIVzrdEdI70ZK1bHhR0DIv6E1M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).

swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.<sup>18</sup>

#### 4. Ekonomi Islam

Ilmu Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang disertai dengan nilai-nilai Islam. Dalam ilmu ekonomi Islam dan ilmu ekonomi modern terdapat perbedaan pokok antara kedua sistem ilmu dapat dikemukakan dengan memperhatikan penanganan masalah pilihan.

Dalam ilmu ekonomi modern masalah pilihan ini sangat tergantung pada berbagai macam tingkah masing-masing individu. Akan tetapi dalam ilmu ekonomi Islam, kita sebagai umat muslim tidaklah berada dalam kedudukan untuk mendistribusikan sumber-sumber semau kita. Dalam hal ini ada pembatasan yang serius berdasarkan ketetapan kitab suci Al-Qur'an dan As-Sunnah atas tenaga individu.

Ada beberapa pengertian Ekonomi Islam menurut para ahli, salah satunya adalah M. Umer Chapra. Menurut beliau Ekonomi Islam merupakan sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam

<sup>18</sup> Anung Pramudyo, "Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta", *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1, (2014): 82, <https://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/32>.

tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>19</sup>

Ada beberapa nilai-nilai di dalam ekonomi Islam yaitu yang pertama nilai dasar kepemilikan, kepemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas beberapa sumber ekonomi, akan tetapi setiap manusia atau badan dipaksa kemampuannya untuk bisa memanfaatkan beberapa sumber ekonomi tersebut. Yang kedua keseimbangan, keseimbangan tercipta di dalam kesederhanaan, hemat, dan menghindari sikap pemborosan. Dan yang ketiga keadilan, nilai keadilan sangat penting di dalam ajaran Islam, terutama di dalam kehidupan hukum sosial, politik, dan ekonomi. Selain itu Islam juga mempunyai nilai-nilai instrumental yang memiliki pengaruh terhadap tingkah laku ekonomi seorang muslim, nilai tersebut antara lain zakat, larangan riba, kerjasama ekonomi, dan jaminan sosial.<sup>20</sup>

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

---

<sup>19</sup> Mustafa Edwin Nasution et al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Kencana, 2017), 15-17.

<sup>20</sup> Abdul Wadud Nafis, *Ekonomi Makro Islam Teori & Praktek* (Mitra Abadi Press, 2009), 23-25.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni Aster Juanda, Bob Alfiandi, dan Indraddin yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang” pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi bertahan hidup buruh tani di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data yang berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia juga tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah didapatkan dan dengan demikian tidak menganalisis angka.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana para buruh tani bertahan hidup. Para buruh tani pada umumnya berasal dari keluarga yang berekonomi menengah ke bawah, dan mempunyai tingkat pendidikan relatif rendah. Dan juga para buruh tani pada umumnya memang mengalami kesulitan untuk bertahan hidup apabila hanya mengandalkan upah dari hasil sebagai buruh tani saja.

Para buruh tani melakukan beberapa strategi untuk bertahan hidup, antara lain strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Strategi aktif yang dilakukan oleh para petani adalah yang mana bertani pekerja

menggunakan beberapa cara untuk memanfaatkan potensi dan bakat, meningkatkan lapangan kerja dan pendapatan, meningkatkan jam kerja dan bisnis jual beli online sebagai cara untuk bertahan hidup. Pada strategi pasif, pekerja pertanian menggunakan beberapa cara untuk menghemat pengeluaran dan meminimalkan kebutuhan sebagai salah satu cara bertahan hidup. Sedangkan pada strategi jaringan, pekerja pertanian menggunakan beberapa cara yaitu dengan memanfaatkan hubungan dan kenalan dan berutang kepada tetangga dan kerabat sebagai cara untuk bertahan hidup.<sup>21</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu yang pertama adalah tema utama. Tema utama dari penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti adalah membahas tentang strategi bertahan hidup yang digunakan oleh kelompok masyarakat tertentu di dalam menghadapi tantangan ekonomi. Yang kedua adalah fokus terhadap kelompok ekonomi rendah. Yang ketiga adalah membahas tentang strategi individu maupun kelompok yang bertujuan untuk mempertahankan kehidupan di dalam keadaan ekonomi yang menantang. Yang keempat adalah penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah buruh tani di Kecamatan Danau Kembar, Alahan

---

<sup>21</sup> Yuni Aster Juanda, Bob Alfiandi, Indraddin, "Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 9, No. 2, (2019): 529, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/6200>.

Panjang. Sedangkan subjek penelitian pada penelitian yang akan diteliti adalah pedagang kecil di pasar tradisional, Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Yang kedua adalah pada konteks ekonomi, pada penelitian ini konteks ekonominya berhubungan dengan sektor agraris. Sedangkan konteks penelitian yang akan diteliti yaitu konteks ekonomi yang berhubungan dengan sektor perdagangan. Yang ketiga adalah pada perspektif analisis, penelitian ini lebih umum dan tidak secara eksplisit menyebutkan perspektif tertentu di dalam analisisnya. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam sebagai kerangka analisis. Yang keempat adalah lokasi geografis, pada penelitian ini berlokasi di Alahan Panjang, Sumatera Barat. Sedangkan lokasi pada penelitian yang akan diteliti terletak di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Elsy Rozim Pratiwi, dan Ajeng Wahyuni yang berjudul “Strategi *Survival* Dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Sate Blandet Di Balong Kabupaten Ponorogo” tahun 2023.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis beberapa kendala yang dihadapi pedagang Sate Blendet di dalam menjalankan usahanya, strategi bertahan yang dipakai oleh pedagang Sate Blendet untuk mempertahankan eksistensinya, dan hasil penerapan strategi yang digunakan pedagang Sate Blendet. Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang

dialami oleh subjek peneliti seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi di dalam bentuk kata-kata dan bahasa terhadap suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode.<sup>22</sup>

Hasil penelitian ini yaitu kendala pada pedagang sate blendet dalam menjalankan usaha yaitu, ketika bahan baku langka, proses produksi yang terlalu lama, ketika harga bahan baku naik, keterbatasan kemampuan dalam melakukan promosi, kurang bisa mengembangkan usaha dan ketersediaan produk, pelayanan kurang menjaga kebersihan. Dari kendala-kendala tersebut pedagang sate blendet melakukan strategi *survival* untuk mempertahankan eksistensinya di Balong Kabupaten Ponorogo.

Ada beberapa strategi *survival* yang dilakukan oleh pedagang sate blendet yaitu, mencari akses bahan baku lain dan mengganti bahan baku yang kualitasnya sama, menggunakan teknologi mesin teknologi penyimpanan kulkas, mengecilkan ukuran sate dan juga memperhatikan rasa khas, memberikan bonus sate, promosi *word of mouth*, dan juga melakukan promosi secara online, menyediakan pemesanan online, pedagang sate menggunakan beberapa indikator pelayanan antara lain *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepastian), dan *empathy*. Hasil dari penerapan strategi tersebut yaitu bahan baku lancar, produksi lebih cepat, efisien,

---

<sup>22</sup> Enny Radjab, Andi Jam'an, *Metode Penelitian Bisnis* (Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 12, <https://sudimara-tabanan.desa.id/desa/upload/media/upload%20buku%209092022/Metode%20Dan%20penelitian%20Bisnis.pdf>.

menghemat waktu, terjaga ketahanannya, harga jual tetap dan rasa tetap sama, menumbuhkan sikap loyalitas konsumen, menambah konsumen, juga volume penjualan naik, penghasilan pedagang bertambah, lebih terjaga kebersihannya juga penerapan strategi pelayanan menumbuhkan sikap loyalitas konsumen.<sup>23</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu yang pertama sama di dalam tema utamanya yakni sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup (*survival strategy*). Yang kedua adalah subjek di dalam sektor ekonomi, sama-sama berfokus terhadap pelaku ekonomi di dalam sektor informal, yaitu pedagang kecil (di pasar tradisional atau warung sate). Yang ketiga adalah sama-sama menekankan terhadap usaha dan strategi yang dilakukan untuk menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan. Yang keempat adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu terletak pada subjek penelitian. Subjek penelitian ini yaitu membahas tentang warung sate blendet di Kabupaten Ponorogo, sedangkan subjek penelitian yang akan diteliti yaitu membahas tentang pedagang kecil di pasar tradisional, Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Yang kedua yaitu terletak pada pendekatan perspektif. Pada penelitian ini tidak menyebutkan perspektif tertentu di dalam analisisnya,

<sup>23</sup> Elsy Rozim Pratiwi, Ajeng Wahyuni, “Strategi *Survival* Dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Sate Blendet Di Balong Kabupaten Ponorogo”, *Journal of Economics Business Research*, Vol. 3, No. 1, (2023): 117-118, <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/niqosiya/article/view/1267/644>.

sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam di dalam analisisnya. Yang ketiga adalah lokasi tempat penelitian. Pada penelitian ini bertempat di satu tempat usaha tertentu di Balong, Kabupaten Ponorogo, sedangkan tempat penelitian yang akan diteliti bertempat di pasar tradisional, di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Perbedaan yang keempat adalah jenis usahanya, penelitian ini jenis usahanya berupa makanan (warung sate). Sedangkan jenis usaha pada penelitian yang akan diteliti yaitu perdagangan kecil di pasar tradisional.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Adelia, Fauzi Arif Lubis, dan Khairina Tambunan dengan judul “Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah Perkembangan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam” tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak perkembangan *e-commerce* terhadap pedagang pakaian di pasar tradisional Nagari Ujung Gading, strategi bertahan hidup pedagang pakaian ditengah berkembangnya *e-commerce*, dan strategi bertahan hidup pedagang pakaian di tengah perkembangan *e-commerce* di dalam perspektif Ekonomi Islam. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data otentik dari kata-kata yang diucapkan dan ditulis juga tindakan yang diamati secara mendalam berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan.

Hasil dari penelitian ini yaitu Perkembangan *e-commerce* berdampak signifikan terhadap pedagang pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading, ditandai dengan penurunan jumlah pembeli dan pendapatan harian dibandingkan sebelum maraknya perdagangan daring. Kondisi tersebut menyebabkan melemahnya daya saing pedagang pakaian tradisional yang telah lama menjalankan usahanya.

Dalam menghadapi situasi tersebut, pedagang pakaian di Pasar Nagari Ujung Gading menerapkan berbagai strategi adaptif untuk mempertahankan usaha, antara lain mengikuti tren mode terkini, menerapkan strategi diskon, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan sebagai pembeda dari *platform e-commerce*. Selain itu, pembentukan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui sistem pembayaran cicilan juga dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen. Di tengah penerapan strategi tersebut, pedagang tetap mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti tauhid, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, sebagai landasan dalam menjalankan aktivitas usahanya.<sup>24</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup (*survival strategy*) pedagang kecil di pasar tradisional. Yang kedua adalah sama-sama berfokus kepada penelitian pedagang kecil di pasar tradisional. Yang ketiga adalah sama-sama menggunakan perspektif

---

<sup>24</sup> Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan, "Strategi Bertahan Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading Di Tengah Perkembangan *E-Commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keaamanan*, Vol. 21, No. 02, (2024): 572, [file:///C:/Users/TC/Downloads/1128-Article%20Text-3779-1-10-20240807%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/1128-Article%20Text-3779-1-10-20240807%20(2).pdf).

ekonomi Islam. Yang keempat adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu yang pertama adalah pada penelitian ini mengutamakan tantangan dari perkembangan *e-commerce* yang mempengaruhi pedagang pakaian di pasar tradisional Nagari Ujung Gading. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti tidak menyebutkan secara spesifik tantangan tertentu, tetapi berfokus kepada *survival strategy*. Yang kedua adalah penelitian membahas pedagang pakaian, sedangkan penelitian yang akan diteliti membahas tentang pedagang kecil secara umum tanpa menyebutkan jenis barang yang dijual. Yang ketiga adalah tempat penelitian atau lokasi penelitian, pada penelitian ini bertempat di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti bertempat di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Yang keempat adalah penelitian ini berfokus terhadap tantangan global dengan menyebutkan perkembangan *e-commerce* sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi pedagang, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus terhadap tantangan lokal.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Mumpuni Yudowati, Unia Ningsih, dengan judul “Strategi Bertahan Home Industry Kopyah Abu Imam Pasuruan” tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bertahan yang dilakukan di dalam menghadapi persaingan dagang para pengusaha kopiah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah

metode kualitatif. Lex J Moleong 2013 berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena di dalam suatu masyarakat tanpa menggunakan proses pengukuran dan perhitungan.

Hasil penelitian ini yakni berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh beberapa strategi bertahan usaha, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) menekankan pemanfaatan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang melalui inovasi produk, penjagaan kualitas, serta peningkatan pelayanan guna membangun citra positif di mata konsumen. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dilakukan dengan mengatasi kelemahan melalui inovasi produk sesuai kebutuhan pasar dan penetapan harga yang kompetitif agar mampu bersaing. Strategi ST (*Strength-Threat*) diterapkan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman, antara lain melalui penetapan harga bersaing, peningkatan kualitas, dan inovasi produk sesuai selera konsumen. Adapun strategi WT (*Weakness-Threat*) berfokus pada meminimalkan kelemahan dan ancaman dengan mencukupi bahan baku, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta memfokuskan pangsa pasar yang dituju.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi bertahan yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi SO, yaitu dengan memaksimalkan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang yang ada. Pemanfaatan media promosi berbasis jaringan internet dinilai efektif pada era modern

karena memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi konsumen dalam mengakses produk kapan saja dan di mana saja.<sup>25</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu sama-sama membahas tentang strategi bertahan (*survival strategy*) di dalam konteks ekonomi. Yang kedua yaitu sama-sama berfokus terhadap pelaku ekonomi kecil. Yang ketiga yaitu lokasinya sama-sama di daerah Jawa Timur (Pasuruan dan Probolinggo). Yang keempat yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu terletak pada subjek penelitiannya, pada penelitian ini subjeknya yaitu home industry kopyah abu imam di pasuruan. Sedangkan subjek pada penelitian yang akan diteliti yaitu pedagang kecil di pasar tradisional, Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Yang kedua adalah pada penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam. Yang ketiga yaitu ruang lingkup pada penelitian ini lebih spesifik, berfokus terhadap pada satu jenis *home industry* (kopyah abu). Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti ruang lingkupnya lebih umum, mencakup berbagai jenis pedagang kecil di pasar tradisional. Yang keempat yaitu pada penelitian ini berlokasi di Pasuruan sedangkan penelitian yang akan diteliti berlokasi di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo.

<sup>25</sup> Dewi Mumpuni Yudowati, Unia Ningsih, "Strategi Bertahan Home Industri Kopyah Abu Imam Pasuruan", *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. 4, No. 2, (2023): 349-351, <https://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/lantabur/article/view/5650/3693>.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sam'un Mukramin yang berjudul "Strategi Bertahan Hidup: Masyarakat Pesisir Suku Bajo Di Kabupaten Kolaka Utara" tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami strategi bertahan hidup masyarakat pesisir Suku Bajo di Desa Sulaho, Kabupaten Kolaka Utara. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara mendalam tentang relasi dan strategi bertahan hidup masyarakat pesisir Suku Bajo di Desa Sulaho.

Hasil penelitian ini yaitu strategi bertahan hidup masyarakat pesisir Suku Bajo di Desa Sulaho dilakukan melalui relasi aktif yang bersifat horizontal, yaitu membangun hubungan sosial antar sesama masyarakat dalam mempertahankan mata pencaharian sebagai nelayan. Hasil tangkapan dijual di pasar-pasar tradisional sekitar wilayah tempat tinggal, dan dalam kondisi keterbatasan finansial, masyarakat juga melakukan sistem barter, seperti menukar ikan dengan sayur atau buah-buahan. Pembagian kerja berdasarkan gender turut mendukung keberlangsungan hidup, di mana laki-laki berperan sebagai nelayan, sedangkan perempuan mengelola rumah tangga dan menjual hasil tangkapan di pasar.

Selain relasi horizontal, masyarakat pesisir Suku Bajo juga membutuhkan relasi pasif yang bersifat vertikal, khususnya dengan pemerintah. Keterbatasan pendidikan, ekonomi, dan sosial menyebabkan masyarakat memerlukan dukungan pemerintah dalam pengembangan sarana produksi, peningkatan hasil tangkapan, dan akses pasar yang lebih

menguntungkan. Namun, hingga saat ini hubungan tersebut belum berjalan optimal, diperparah oleh kondisi geografis yang sulit diakses sehingga masyarakat Suku Bajo cenderung terisolasi di wilayah Desa Sulaho, Kecamatan Lasusua, Kabupaten Kolaka Utara.<sup>26</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup (*survival strategy*) terhadap kelompok masyarakat tertentu. Yang kedua yaitu sama-sama berfokus terhadap kelompok rentan secara ekonomi. Yang ketiga yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu subjek utama pada penelitian ini membahas tentang masyarakat pesisir dari Suku Bajo di Kolaka Utara yang mempunyai karakteristik budaya dan gaya hidup khas berbasis maritim, sedangkan subjek utama dari penelitian yang akan diteliti membahas tentang pedagang kecil di pasar tradisional yang bergerak di sektor perdagangan. Yang kedua yaitu penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam, sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam. Yang ketiga yaitu lokasi dan aktivitas ekonomi pada penelitian ini berlokasi di wilayah pesisir dengan berfokus terhadap masyarakat nelayan yang aktivitas ekonominya di laut,

---

<sup>26</sup> Sam'un Mukramin, "Strategi Bertahan Hidup: Masyarakat Pesisir Suku Bajo Di Kabupaten Kolaka Utara", *Jurnal WALASUJI*, Vol. 9, No. 1, (2018): 177-183, <https://media.neliti.com/media/publications/292874-strategi-bertahan-hidup-masyarakat-pesis-6e576837.pdf>.

sedangkan penelitian yang akan diteliti berlokasi di pasar tradisional yang aktivitasnya perdagangan darat.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Endri Suhas Islam, Rifai yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu)” tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana realitas kehidupan pedagang pakaian konvensional di Pasar Panorama Bengkulu dan juga dampak maraknya belanja online pada usaha pedagang konvensional serta strategi bertahan pedagang konvensional di Pasar Panorama Kota Bengkulu di tengah maraknya belanja online. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, yang mana penelitian merupakan instrumen kunci.

Hasil dari penelitian ini yaitu Maraknya belanja online memberikan dampak positif dan negatif terhadap usaha pedagang konvensional di Pasar Panorama Kota Bengkulu. Dampak positifnya mendorong pedagang untuk meningkatkan semangat serta kualitas dan kuantitas produk, sedangkan dampak negatifnya berupa penurunan jumlah pembeli dan pendapatan akibat meningkatnya persaingan. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pedagang konvensional perlu menerapkan strategi adaptif agar tetap bertahan, antara lain melalui pembaruan tempat usaha, mengikuti tren produk, dan peningkatan kualitas pelayanan. Selain

itu, pemanfaatan modal sosial juga menjadi strategi penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha dalam menghadapi persaingan dengan sistem perdagangan berbasis online.<sup>27</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup (*survival strategy*) yang dilakukan oleh pedagang kecil di tengah tantangan ekonomi. Yang kedua yaitu subjek pada penelitian ini dan penelitian yang akan diteliti sama-sama pedagang kecil. Yang ketiga sama-sama menggambarkan ekonomi mikro yaitu perjuangan pedagang kecil menghadapi tantangan eksternal contohnya persaingan atau perubahan pasar. Yang keempat yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu pada penelitian ini berfokus pada tantangan persaingan dengan online shop yang menjadi fenomena modern yang disebabkan oleh perkembangan teknologi digital, sedangkan fokus tantangan pada penelitian yang akan diteliti yakni tantangan yang dihadapi pedagang kecil di pasar tradisional secara umum di dalam kerangka ekonomi Islam. Yang kedua yaitu penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam. Yang ketiga yaitu penelitian ini

---

<sup>27</sup> Endri Suhas Islam, Rifai, "Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu)", *Jurnal Niara*, Vol. 17, No. 2, (2024): 431-434, <https://pustaka-psm.unilak.ac.id/index.php/nia/article/view/22710/6821>.

jenis pedagangnya pedagang pakaian konvensional, sedangkan jenis pedagang pada penelitian yang akan diteliti pedagangnya dari berbagai jenis pedagang kecil di pasar tradisional. Yang keempat yaitu lokasi penelitian ini bertempat di Kota Bengkulu, sedangkan lokasi pada penelitian yang akan diteliti bertempat di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mevianti Nur Rahma, Amin Wahyudi yang berjudul “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam” tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami akibat dari pandemi Covid-19 terhadap pedagang di pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo, juga strategi di dalam mempertahankan eksistensinya pada masa pandemi Covid-19 menurut perspektif ekonomi Islam. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hari dari penelitian ini yaitu dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo yaitu mengalami penurunan terhadap penghasilan mereka, mengalami penurunan terhadap jumlah pelanggan atau pembeli yang ada di pasar tradisional senin barokah abadi, dan mengalami penurunan terhadap jumlah barang yang terjual. Strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo yaitu

dengan menggunakan analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi supaya bisa terus berjalan.

Bukan hanya itu, pedagang-pedagang di pasar tradisional senin barokah abadi pada masa pandemic COVID-19 juga menerapkan strategi bertahan pedagang muslim, yaitu dengan cara menerapkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam seperti penerapan sifat Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fatonah.<sup>28</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu sama-sama membahas strategi bertahan hidup (*survival strategy*). Yang kedua yaitu sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam. Yang ketiga yaitu subjek penelitiannya sama-sama pedagang kecil di Pasar Tradisional. Yang keempat sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah yang pertama yaitu tantangan yang dihadapi pada penelitian ini yakni tantangan pada masa pandemi Covid-19 yang memberikan dampak besar terhadap aktivitas ekonomi pedagang kecil, sedangkan tantangan yang dihadapi pada penelitian yang akan diteliti yakni tantangan yang bersifat umum tanpa terikat pada keadaan pandemi. Yang kedua yaitu lokasi penelitian ini bertempat di Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi,

<sup>28</sup> Mevianti Nur Rahma, Amin Wahyudi, "Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 3, No. 1, (2022): 58-64, <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1228/908>.

Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun, sedangkan lokasi penelitian yang akan diteliti yaitu bertempat di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Lia Istifhama yang berjudul “Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam” tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami strategi bertahan dan modal sosial dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi merupakan aspek penting dalam mempertahankan kehidupan dan keberlangsungan usaha, khususnya bagi pelaku sektor informal. Keberhasilan strategi sangat bergantung pada kesiapan dan kondisi pelaku usaha, salah satunya melalui pemanfaatan modal sosial. Modal sosial tercermin dalam hubungan antara pedagang dengan sesama pedagang maupun dengan konsumen, yang menjadi kunci dalam menunjang aktivitas ekonomi di pasar tradisional.

Dalam menjalankan usaha, pedagang perlu merumuskan strategi positioning untuk membangun kepercayaan, keyakinan, dan loyalitas konsumen. Prinsip perdagangan yang dicontohkan Rasulullah SAW, seperti kejujuran dan keadilan, menjadi landasan terciptanya bisnis yang sehat dan sesuai dengan syariah Islam. Melalui pendekatan pemasaran syariah yang dilandasi keikhlasan untuk memperoleh ridha Allah SWT, strategi pemasaran pedagang pasar tradisional—meliputi produk, harga, promosi, tempat, dan pelayanan—berjalan selaras dengan nilai ibadah,

dengan menekankan aspek kehalalan, kejujuran, dan larangan penipuan dalam setiap transaksi muamalah.<sup>29</sup>

Persamaan dari penelitian ini adalah yang pertama yaitu sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup pedagang di pasar tradisional. Yang kedua yaitu sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah pada penelitian ini tidak menyebutkan metode yang digunakan, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menyebutkan metode yang akan digunakan di dalam penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini berfokus terhadap pasar tradisional swasta akan tetapi tidak menyebutkan lokasi tertentu, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berlokasi di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Subjek pada penelitian ini yaitu pasar tradisional swasta yang tertuju kepada konteks yang lebih umum, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti subjeknya yaitu pedagang kecil yang memastikan berfokus pada kelompok pedagang dengan skala kecil.

9. Penelitian yang dilakukan oleh M. Syaiful yang berjudul “Strategi Penghidupan Nelayan Pedagang Di Tempat Pelelangan Ikan (*Lelong*)” tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjabarkan strategi penghidupan para nelayan pedagang, juga menjabarkan lebih mendalam tentang penerapan strategi adaptasi di dalam menghadapi kerentanan

<sup>29</sup> Lia Istifhama, “Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, Vol. 8, No. 2, (2017): 237-238, <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/syaikhuna/article/view/3162/2327>.

finansial yang akan mengganggu kehidupan sosial ekonomi para nelayan di pesisir Lelong Kota Makassar. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu nelayan pedagang di lelong mengalami kerentanan finansial yang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu meningkatnya jumlah nelayan pedagang dan menurunnya jumlah pembeli. Berkurangnya pembeli salah satunya disebabkan oleh berkembangnya pasar modern seperti Alfamart, Indomaret, Circle K, dan Alfamidi yang mengalihkan minat konsumen. Keterbatasan modal mendorong nelayan pedagang untuk mengandalkan sistem pembelian tunai dan hutang, dimana pembelian tunai cenderung dihindari, kecuali untuk komoditas laut tertentu yang memiliki daya tahan lebih lama.

Dalam praktiknya, nelayan pedagang lebih sering mengambil hutang komoditas laut dari nelayan penangkap ikan dengan kepemilikan kapal besar. Ketidakmampuan memperoleh keuntungan harian berpotensi menimbulkan kerentanan finansial yang berdampak pada kehidupan rumah tangga. Oleh karena itu, nelayan pedagang menerapkan strategi adaptasi untuk mempertahankan penghidupan, meliputi strategi konsolidasi, akumulasi, dan diversifikasi dalam menghadapi penurunan pendapatan dan omzet penjualan.<sup>30</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama membahas strategi bertahan hidup (*survival strategy*)

<sup>30</sup> M. Syaiful, "Strategi Penghidupan Nelayan Pedagang Di Tempat Pelelangan Ikan (Lelong)", *SIGN Journal of Social Science*, Vol. 1, No. 1, (2020): 12-13, <https://jurnal.penerbitsign.com/index.php/sjss/article/view/v1n1-1/45>.

atau penghidupan (*livelihood*) di dalam konteks ekonomi. Subjek penelitiannya sama-sama berfokus terhadap kelompok ekonomi kecil. Sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah fokus lokasi pada penelitian ini yaitu tempat pelelangan ikan yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi di sektor perikanan, sedangkan fokus lokasi pada penelitian yang akan diteliti yaitu berfokus terhadap pasar tradisional yang mencakup beberapa jenis perdagangan barang konsumsi. Penelitian ini tidak menggunakan perspektif tertentu, sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam. Subjek yang lebih spesifik pada penelitian ini yaitu nelayang pedagang, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti yaitu pedagang kecil.

10. Penelitian yang dilakukan oleh M. Nurfaiz Muzakki, Kholifatul HusnaAsri yang berjudul “Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi dalam Perspektif Islam” tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi UMKM bisa bertahan dari pandemi Covid-19.
19. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif. Rukin 2019 berpendapat bahwa metode kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung memakai analisis dengan cara pendekatan induktif. Hasil dari penelitian ini yaitu Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, mengingat sektor ini masih rentan dan memiliki keterbatasan akses. Kebijakan pembatasan sosial menyebabkan berkurangnya aktivitas

produksi, sementara dari sisi permintaan juga mengalami penurunan, sehingga keuntungan tidak dapat dimaksimalkan dan likuiditas usaha menurun. Untuk tetap bertahan, UMKM Desa Teluk Pinang menerapkan strategi dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, memanfaatkan teknologi secara optimal, serta mempersiapkan pengembangan usaha ke arah yang lebih berkelanjutan.

Pada masa pandemi, pemenuhan kebutuhan hidup menjadi semakin sulit akibat menurunnya pendapatan pedagang, sebagaimana ditunjukkan dalam hasil penelitian sebelumnya. Dalam kondisi tersebut, nilai-nilai ekonomi Islam dijadikan sebagai strategi bertahan oleh pedagang pasar tradisional, antara lain melalui penguatan keyakinan tauhid sebagai fondasi spiritual dalam bermuamalah. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam seperti siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah menjadi pedoman dalam menjalankan usaha. Dengan menerapkan prinsip ekonomi Islam dan memanfaatkan perkembangan teknologi serta media sosial, UMKM tetap mampu bertahan dan berperan dalam menopang perekonomian di tengah krisis pandemi.<sup>31</sup>

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup (*survival strategy*). Sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam. Sama-sama menggunakan metode kualitatif.

---

<sup>31</sup> M. Nurfaiz Muzakki, Kholifatul HusnaAsri, “Strategi UMKM Bertahan Di Masa Pandemi Dalam Perspektif Islam”, *ALIF: Sharia Economics Journal*, Vol. 1, No. 02, (2022): 66-70, <https://journal.neolectura.com/index.php/alif/article/view/1021/891>.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu subjek penelitian ini berfokus terhadap UMKM secara umum, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti berfokus terhadap pedagang kecil di pasar tradisional. Tantangan pada penelitian ini yaitu tantangan selama masa pandemi, sedangkan tantangan pada penelitian yang akan diteliti yaitu tantangan umum pedagang kecil di pasar tradisional. Penelitian ini berlokasi di Desa Telukpinang, sedangkan penelitian yang akan diteliti berlokasi di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo.

**Tabel 2.1**

**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Yuni Aster Juanda, Bob Alfiandi, Indraddin pada tahun 2019.	“Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang”	Beberapa strategi yang dipakai para buruh tani untuk bertahan hidup yaitu strategi aktif, pasif, dan jaringan. Mereka menggunakan strategi aktif untuk memanfaatkan bakat dan potensi mereka. Strategi pasif untuk menghemat biaya dan mengurangi biaya kebutuhan, dan strategi	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup ( <i>survival strategi</i> ) pada kalangan masyarakat ekonomi rendah, sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya ada pada fokus subjek, sektor ekonomi yang dianalisis, pendekatan perspektif, dan juga lokasi penelitian.

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			jaringan untuk membangun hubungan dan sumber daya.		
2.	Elsy Rozim Pratiwi, dan Ajeng Wahyuni 2023.	“Strategi <i>Survival</i> Dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Sate Blandet Di Balong Kabupaten Ponorogo”	Hasil strategi pedagang sate blandet, yaitu bahan baku lancar, produksi lebih cepat, efisien, menghemat waktu, harga jual dan rasa tetap sama, sikap loyalitas konsumen menambah, dan kebersihannya tetap terjaga. Di samping itu, strategi pelayanan yang bagus menambah loyalitas konsumen.	Sama-sama membahas tentang strategi survival ( <i>survival strategy</i> ) pada sektor ekonomi informal.	Perbedaannya terletak pada fokus subjek, pendekatan perspektif, dan lokasi analisis.
3.	Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan 2024.	“Strategi Bertahan Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading di Tengah Perkembangan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi	Strategi bertahan hidup yang digunakan oleh mereka yaitu mengikuti trend penjualan, memberikan diskon, menjaga kualitas produk, meningkatkan interaksi jejaring sosial,	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan pedagang kecil di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam, sama-sama menggunakan metode	Pada penelitian ini subjeknya pedagang pakaian sedangkan penelitian yang akan diteliti pedagang kecil secara umum, lokasi penelitian, tantangan pada penelitian ini

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Islam”	dan meningkatkan layanan konsumen. Selain itu, sebagai strategi untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai pedagang muslim, mereka memakai beberapa prinsip Ekonomi Islam seperti tauhid, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan.	kualitatif.	yaitu dari perkembangan e-commerce yang mempengaruhi pedagang pakaian sedangkan pada penelitian yang akan diteliti tantangannya lebih umum tidak menyebutkan tantangan secara spesifik.
4.	Dewi Mumpuni Yudowati, Unia Ningsih 2023.	“Strategi Bertahan Home Industry Kopyah Abu Imam Pasuruan”	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk teknis analisis data. Hasil analisis membuktikan bahwa strategi SO ( <i>Strength Opportunity</i> ) adalah strategi defensif terbaik saat ini. Untuk menangkap peluang yang dimiliki perusahaan, strategi ini memanfaatkan kekuatan yang	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan pada sektor ekonomi kecil, sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya terletak pada subjek, penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam, lokasi tempat penelitian, dan ruang lingkup

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			dimiliki. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran, yaitu media promosi lewat jaringan internet, karena media ini sangat tepat digunakan di era saat ini.		analisis.
5.	Sam'un Mukramin 2018.	“Strategi Bertahan Hidup: Masyarakat Pesisir Suku Bajo Di Kabupaten Kolaka Utara”	Relasi aktif dan pasif merupakan strategi yang digunakan oleh masyarakat Pesisir Suku Bajo. Relasi aktif adalah hubungan proses sosial yang bersifat horizontal (hubungan sesama masyarakat), dengan mata pencarian sebagai nelayan. Nelayan menjual hasil tangkapannya di pasar tradisional, dan jika tangkapannya tidak laku, mereka menukarkan hasil nelayan dengan barang,	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup ( <i>survival strategy</i> ), sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya terletak pada subjek, penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam, lokasi penelitian, dan aktivitas ekonomi yang diteliti. Pada penelitian ini lebih spesifik terhadap budaya dan kehidupan masyarakat pesisir, sedangkan penelitian yang akan

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			atau biasa disebut sebagai barter, dengan pedagang. Relasi pasif adalah hubungan yang bersifat vertikal, seperti hubungan masyarakat dengan pemerintah.		diteliti berfokus terhadap pedagang kecil di dalam kerangka ekonomi Islam.
6.	Endri Suhas Islam, Rifai 2024.	“Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu)”	Belanja online meliliki dampak positif dan negatif pada usaha pedagang pakaian konvensional. Belanja online meningkatkan semangat para pedagang dan mendorong mereka untuk meningkatkan penjualannya. Para pedagang menggunakan modal sosial mereka, seperti kepercayaan, normal sosial, dan strategi jaringan untuk mempertahankan usahanya.	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup ( <i>survival strategy</i> ) pedagang kecil di dalam menghadapi tantangan, sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya terletak pada fokus masalah (persaingan dengan online shop dan tantangan umum dipasar tradisional), jenis pedagang yang diteliti, penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam, dan lokasi penelitian.

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7.	Mevianti Nur Rahma, Amin Wahyudi 2022.	“Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam”	<p>Pandemi Covid-19 berdampak besar terhadap ekonomi pasar tradisional Senin Barokah Abadi di Kecamatan Dolopo. Ini berdampak kepada penghasilan pedagang, jumlah pembeli dan konsumen, dan jumlah barang yang terjual. Untuk menerapkan strategi bertahan yang mempertimbangkan variabel eksistensi, pedagang pasar tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo menggunakan analisis SOAR. Pedang pasar senin barokah abadi juga memakai strategi untuk bertahan sebagai pedagang muslim selama</p>	<p>Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup pedagang kecil di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam, sama-sama menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada tantangan (penelitian ini tantangannya pada masa pandemi Covid-19 sedangkan penelitian yang akan diteliti tantangannya bersifat umum), dan lokasi penelitian.</p>

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			pandemi Covid-19, mereka menerapkan ajaran siddiq, amanah, tabligh, dan fatonah.		
8.	Lia Istifhama 2017.	“Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam”	Strategi memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Modal sosial yang terbangun melalui hubungan antara pedagang, konsumen, dan pelanggan menjadi kunci keberlanjutan aktivitas ekonomi. Dalam perspektif perdagangan Islam, pedagang dituntut untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan melalui strategi yang berlandaskan prinsip keadilan dan kejujuran. Oleh karena	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup pedagang, sama-sama menggunakan perspektif ekonomi Islam.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian (penelitian ini menitikberatkan pada 2 aspek yaitu strategi bertahan dan modal sosial sedangkan penelitian yang akan diteliti hanya berfokus terhadap strategi bertahan hidup), lokasi penelitian, subjek penelitian, penelitian ini tidak menyebutkan menggunakan metode apa sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan metode kualitatif.

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			itu, pemasaran syariah menekankan pengelolaan strategi usaha, penetapan harga, lokasi, promosi, dan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam serta menjamin kejujuran dan kelayakan produk tanpa unsur penipuan.		
9.	M. Syaiful 2020.	“Strategi Penghidupan Nelayan Pedagang di Tempat Pelelangan Ikan (Lelong)”	Meningkatnya jumlah nelayan pedagang dan kurangnya pembeli merupakan dua faktor yang utama terhadap kerentanan finansial nelayan pedagang di Lelong. Mayoritas masyarakat memilih berhutang kepada nelayan penangkap ikan dan membeli secara tunai merupakan strategi penghidupan.	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan hidup ( <i>survival strategy</i> ) atau penghidupan ( <i>livelihood</i> ), sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya terletak pada lokasi, penelitian ini tidak menggunakan perspektif ekonomi Islam sedangkan penelitian yang akan diteliti menggunakan perspektif ekonomi Islam, subjek penelitian.

No	Nama /Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			Konsolidasi, akumulasi, dan diversifikasi merupakan beberapa strategi adaptasi yang digunakan.		
10.	M. Nurfaiz Muzakki, Kholifatul HusnaAsri 2022.	“Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi Dalam Perspektif Islam”	Strategi UMKM Desa Teluk Pinang untuk bertahan hidup selama masa pandemi Covid-19 yaitu peningkatan kualitas produk dan layanan, optimalisasi teknologi, dan persiapan pengembangan bisnis. Pedagang tradisional di Haurgeulis menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam, misalnya keyakinan tauhid dan etika bisnis Islam	Sama-sama membahas tentang strategi bertahan dalam perspektif ekonomi Islam, sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perberdaannya terletak pada subjek, lokasi, dan konteks tantangan (penelitian ini konteks tantangannya yaitu selama masa pandemi sedangkan penelitian yang akan diteliti tantangan umum pedagang kecil di pasar tradisional.

Sumber: Diolah peneliti, 2025

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian *Survival Strategy*

Kata strategi berasal dari bahasa yunani, yaitu *strategos*, artinya seni atau rencana untuk menghancurkan musuh melalui penggunaan sumber daya secara efektif. Dalam organisasi bisnis dan manajemen, strategi merupakan rencana kerja manajemen yang bermanfaat untuk menjalankan bisnis. Artinya, strategi perusahaan merupakan suatu tindakan yang diambil dalam menghadapi persaingan dan pendekatan bisnis yang digunakan untuk oleh seorang manajer guna untuk mengembangkan bisnis, menarik, dan memuaskan pelanggan, bersaing dengan sukses, serta mencapai target kinerja perusahaan yang telah ditetapkan.<sup>32</sup>

*Survival strategy* merupakan strategi bertahan hidup oleh pedagang kecil yang memiliki usaha terbatas dan berpenghasilan rendah.<sup>33</sup> Whelen dan Hunger 2008:15 berpendapat bahwa ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada tiga tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan perusahaan yaitu:

a. Strategi Korporasi (*Corporate strategy*)

Strategi korporasi merupakan strategi yang menggambarkan seluruh arah perusahaan dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi

<sup>32</sup> Moh. Erfan Arif, Rila Anggraeni, *Strategi Bisnis* (Universitas Brawijaya Press (UB Press) , 2023), 3, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=buku+tentang+strategi+bisnis&ots=9RZcmFAmzm&sig=Uhfl4oQHo-2aejhAwM2qFemOfE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20strategi%20bisnis&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=buku+tentang+strategi+bisnis&ots=9RZcmFAmzm&sig=Uhfl4oQHo-2aejhAwM2qFemOfE&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20strategi%20bisnis&f=false).

<sup>33</sup> M. Baiquni, *Strategi Penghidupan Di Masa Krisis* (IdeAs media Yogyakarta, 2007), 48.

perusahaan secara keseluruhan dan bagi manajemen berbagai macam bisnis lini produk. Pada tingkat ini ada tiga jenis strategi yang bisa digunakan yaitu:

1. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*), strategi ini merupakan strategi yang berdasarkan pada tahap pertumbuhan yang sedang dilalui perusahaan.
2. Strategi Stabilitas (*Stability Strategy*), strategi ini merupakan strategi di dalam menghadapi kemerosotan penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan.
3. *Retrenchment Strategy*, strategi ini diterapkan untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Pada strategi ini digunakan terhadap tingkat produk atau unit bisnis. Strategi ini merupakan strategi yang menekankan pada ekonomi posisi bersaing produk atau jasa terhadap spesifikasi atau segmen pasar tertentu. Pada tingkat ini ada tiga macam strategi yang dapat digunakan yaitu, strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus.

c. Strategi Fungsional (*Fungsional Strategy*)

Pada strategi ini digunakan pada level fungsional miasalnya operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi fungsional biasa disebut sebagai value-based-strategy. Strategi ini juga

mengacu terhadap dua tingkatan strategi sebelumnya yakni strategi korporasi dan strategi bisnis.<sup>34</sup>

Richard L. Daft 2008 mengatakan bahwasannya kalangan eksekutif mengartikan strategi yang eksplisit, yang merupakan rencana tindakan yang menggambarkan alokasi sumber daya dan kegiatan di dalam menghadapi lingkungan dan mencapai tujuan dari suatu organisasi. Tjiptono 2008 juga berpendapat bahwa strategi merupakan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material terhadap daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>35</sup>

Manusia hidup dengan alam secara timbal balik yaitu bagaimana manusia beradaptasi dengan alam supaya bisa *exist* (bertahan hidup) dan *survive* (keberlangsungan hidup) dengan cara mengalirkan energi dari alam kepada dirinya. Vembrianto 1993 mengartikan adaptasi yang dilakukan manusia melalui tingkah lakunya dapat menerangkan beberapa reaksi terhadap tuntutan ataupun tekanan dari lingkungannya. Redcliff 1986 berpendapat bahwasanya orang-orang yang didalam keadaan termarjinalkan seperti petani, kelompok yang menempati daerah slum di

<sup>34</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, *Manajemen Strategik Teori Da Implementasi* (Penerbit CV. Pena Persada, 2020), 6-7, [file:///C:/Users/TC/Downloads/bab%201%20buku%20manajemen%20strategik-2021-01-21T14\\_27\\_51.069Z.pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/bab%201%20buku%20manajemen%20strategik-2021-01-21T14_27_51.069Z.pdf).

<sup>35</sup> Riri Oktarini, *Buku Ajar Strategi Pemasaran* (Cipta Media Nusantara (CMN), 2022), 2-3, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4ul4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=buku+urvival+strategy&ots=kzcu4uZoCv&sig=UeH7A4QMAaSiUr75Gf5rP6cCL4&redir\\_esc=y#v=onepage&q=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4ul4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=buku+urvival+strategy&ots=kzcu4uZoCv&sig=UeH7A4QMAaSiUr75Gf5rP6cCL4&redir_esc=y#v=onepage&q=false).

perkotaan dikatakan mempunyai strategi di dalam bertahan hidup yang disebut sebagai “strategi survival” atau “strategi coping”.<sup>36</sup>

Pada prinsipnya strategi bisa dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yakni strategi manajemen, strategi investasi, dan juga strategi bisnis. Dalam proses pengembangan strategi dimulai dari pengembangan strategi korporat dengan fokus mempertahankan hidup (*survival*). Di dalam pelaksanaan strategi bertahan hidup (*survival strategy*) butuh melakukan perencanaan strategi. Perencanaan strategi merupakan suatu proses pembuatan dan pemeliharaan suatu strategi yang menyesuaikan antara tujuan organisasi, kemampuan dan kesempatan pemasaran yang berubah. Adapun langkah-langkah perencanaan strategi yaitu perumusan yang jelas misi perusahaan, penetapan tujuan perusahaan, perancangan portofolio yang sehat, dan mengkoordinasikan strategi fungsional.

Pada tingkat korporasi atau perusahaan dirumuskan maksud dan misi umum. Yang kemudian misi dirinci menjadi tujuan yang dipedomani semua korporasi. Kemudian, markas besar akan menentukan portofolio bisnis atau produk mana yang terbaik untuk perusahaan dan seberapa besar dukungan diberikan terhadap masing-masing. Dan selanjutnya tiap unit usaha atau produk membuat rincian rencana pemasaran pada tingkat unit organisasinya yang mendukung rencana tingkat korporasi.<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Nurlina Subair, *Strategi Bertahan Hidup Perempuan Kepala Rumah Tangga Miskin* (AGMA, 2018), 29, [https://www.researchgate.net/publication/338762310\\_Strategi\\_Bertahan\\_Hidup\\_Perempuan\\_Kepala\\_Rumah\\_Tangga\\_Miskin](https://www.researchgate.net/publication/338762310_Strategi_Bertahan_Hidup_Perempuan_Kepala_Rumah_Tangga_Miskin).

<sup>37</sup> Feky Reken et al., *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (CV. Gita Lentera, 2024), 15-19.

## 2. Pengertian Ekonomi

Kata “ekonomi” berasal dari kata Yunani yaitu oikos yang artinya “keluarga, rumah tangga” dan nomos yang berarti “peraturan, aturan, hukum”, secara luas diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Secara umum, pengertian ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya yang ada melalui beberapa pilihan kegiatan produksi, konsumsi, dan atau distribusi. Adam Smith berpendapat bahwasanya ekonomi merupakan penyelidikan tentang keadaan dan sebab adanya kekayaan ekonomi.

Lionel Robbins juga berpendapat bahwa ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia sebagai kaitan antara tujuan (*ends*) dan sarana yang langka *scarce means* yang memiliki banyak alternatif kegunaan. Dari pengertian-pengertian ekonomi diatas, bisa disimpulkan bahwasanya ekonomi merupakan ilmu yang mempelajari upaya manusia di dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara perorangan ataupun kelompok dengan cara menggunakan segala perangkat fasilitas yang berhubungan dan mendukung usaha yang dilaksanakannya kegiatan ekonomi, yang bertujuan supaya mendapatkan kesejahteraan atau kemakmuran.<sup>38</sup>

Ruang lingkup ilmu ekonomi ada dua yaitu ekonomi mikro, dan ekonomi makro.

<sup>38</sup> Maria Anita Titu et al., *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Penerbit Intelektual Manifes Media, 2023), 2-6, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KfPBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+tentang+pengertian+pasar&ots=5bxFp6eCl7&sig=l1i9DjFaOpIYNBghBjZY7E6W\\_o&redir\\_esc=y#v=onepage&q=f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KfPBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+tentang+pengertian+pasar&ots=5bxFp6eCl7&sig=l1i9DjFaOpIYNBghBjZY7E6W_o&redir_esc=y#v=onepage&q=f=false).

a) Ekonomi mikro

Pengertian dari ekonomi mikro adalah cabang ilmu ekonomi yang khusus mempelajari tentang bagian-bagian kecil (aspek individual) dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Tujuan dan sasaran dari analisis ekonomi mikro yaitu lebih dititik beratkan terhadap pilihan untuk mewujudkan efisiensi di dalam menggunakan sumber-sumber, dan mencapai kepuasan yang maksimum.

b) Ekonomi makro

Pengertian dari ekonomi makro adalah cabang ilmu ekonomi yang khusus mempelajari tentang mekanisme cara bekerja perekonomian, sebagai suatu keseluruhan (agregat) yang berkaitan dengan faktor produksi yang tersedia secara efisien, supaya kemakmuran masyarakat bisa dimaksimalkan. Tujuan dan sasaran analisis ekonomi makro yaitu membahas masalah sisi permintaan agregat di dalam menentukan tingkat kegiatan ekonomi, pentingnya kebijakan dan campur tangan pemerintah untuk mewujudkan prestasi kegiatan ekonomi yang diinginkan.<sup>39</sup>

### 3. Teori Ekonomi Mikro

Berdasarkan corak dan ruang lingkup analisisnya, teori ekonomi mikro dapat diartikan sebagai bagian dari ilmu ekonomi yang menganalisis beberapa bagian kecil dari keseluruhan kegiatan

---

<sup>39</sup> Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-dasar Ekonomi Islam)* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 23-24.

perekonomian. Ada beberapa aspek yang dianalisis teori ekonomi mikro yaitu:<sup>40</sup>

- a) Interaksi di Pasar Barang
- b) Tingkah laku pembeli dan penjual
- c) Interaksi di pasar faktor produksi

#### 4. Pengertian Ekonomi Islam

Istilah “Ekonomi Islam” sering menjadi masalah atau beragam sebutannya. Ada yang menyebut ekonomi ilahiyah, ekonomi syariah, atau ekonomi qur’ani. Ada beberapa pengertian ekonomi Islam menurut para ahli ekonomi muslim yaitu:<sup>41</sup>

- a) Muhammad bin Abdullah Al Arabi dalam At Tariqi 2004 berpendapat bahwasannya ekonomi Islam merupakan kumpulan prinsip-prinsip umum tentang ekonomi yang kita ambil dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW dan pondasi ekonomi yang kita bangun atas dasar pokok-pokok itu dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan waktu.
- b) Muhammad Abdul Manan 1993 mengartikan ekonomi Islam sebagai ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
- c) Metwally 1995, beliau berpendapat bahwasannya ekonomi Islam dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim (yang

<sup>40</sup> Siti Nur Fatoni, 24-25.

<sup>41</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, 2012), 9-10.

beriman) dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW,ijma', dan qiyas.

H.M. Quraisy Shihab berpendapat bahwa di dalam Al-Qur'an menegaskan bahwasannya di dalam melakukan kegiatan ekonomi, umat Islam harus memegang empat prinsip pokok sebagaimana dalam kehidupan lainnya. Empat prinsip pokok tersebut antara lain, yang pertama yaitu Tauhid, Tauhid mengajarkan kepada manusia untuk mengakui bahwasannya keesaan Allah SWT mengandung konsekuensi bahwa segala sesuatu berawal dan berakhir pada Allah SWT. Pada prinsip ini menciptakan "kesatuan" yang beredar dalam orbit tauhid, sebagaimana beredarnya planet-planet tata surya mengelilingi matahari. Kesatuan-kesatuan tersebut antara lain kesatuan kemanusiaan, kesatuan alam raya, kesatuan dunia dan akhirat, dan lain-lain.

Yang kedua yaitu prinsip Keseimbangan, pada prinsip ini mengharuskan manusia bukan hanya hidup seimbang, serasi, dan selaras dengan dirinya sendiri, akan tetapi juga mengharuskannya untuk menciptakan ketiga hal tersebut dalam masyarakat, bahkan seluruh alam. Prinsip ini juga mengatur kepada pencegahan segala bentuk monopoli dan pemusatan kekuatan ekonomi kepada satu tangan ataupun satu kelompok. Dalam rangka menjaga keseimbangan akibat dari kenaikan harga-harga, Islam menugaskan pemerintah guna untuk mengontrol harga, bahkan melakukan beberapa langkah yang diperlukan untuk menjamin supaya

bahan-bahan kebutuhan pokok bisa didapatkan dengan mudah oleh seluruh masyarakat.

Prinsip yang ketiga yaitu Kehendak bebas, pada prinsip ini mengantar seorang muslim meyakini bahwasannya Allah SWT mempunyai kebebasan mutlak, akan tetapi Allah juga menganugerahkan kepada manusia kebebasan untuk memilih dua jalan yang terpampang di hadapannya: baik dan buruk. Manusia yang baik di sisi-Nya merupakan manusia yang mampu menggunakan kebebasan dalam rangka penerapan tauhid dan keseimbangan. Dan prinsip yang terakhir yaitu tanggung jawab.<sup>42</sup> Pendapat dari Yusuf Qardhawi 2004 ilmu ekonomi Islam mempunyai tiga prinsip dasar antara lain tauhid, akhlak, dan keseimbangan.<sup>43</sup>

## 5. Pengertian Pasar

Pengertian pasar di dalam pengembangan ilmu ekonomi bukan hanya sekedar berhubungan dengan aktivitas penukaran yang terjadi secara terorganisir pada suatu tempat tertentu, akan tetapi diartikan sebagai kegiatan bertemuanya antara penjual dan pembeli sehingga dapat mempengaruhi terhadap penentuan harga produk yang diperjualbelikan. Awaluddin dan Wijayati 2019 berpendapat bahwa ada beberapa fungsi pasar yaitu tempat pembentukan harga, distribusi, dan promosi.

Di dalam pasar terdapat struktur pasar. Case & Fair 2008 menyatakan bahwa struktur pasar berdasarkan faktor yang mendukungnya

<sup>42</sup> Siti Nur Fatoni, 180-181.

<sup>43</sup> Abdul Wadud Nafis, *Paradigma Ekonomi Islam* (LP3DI Press Lumajang, 2010), 19.

yakni pasar persaingan sempurna juga pasar persaingan tidak sempurna yang terdiri dari pasar monopoli, pasar monopolistik, dan pasar oligopoli. Pasar persaingan sempurna merupakan suatu jenis pasar yang mempunyai persaingan dengan tingkatan terbesar. Maksud dari sempurna adalah karna penjual di dalam pasar saling menjual barang dengan jenis yang sama sehingga harga barang yang dijual tidak saling bersaing satu dengan yang lain.<sup>44</sup>

a) Pasar monopolistik

Pasar monopolistik terjadi jika jumlah produsen atau penjual banyak dengan produk yang serupa atau sejenis, akan tetapi memiliki konsumen yang berbeda-beda antara produsen satu dengan produsen lain.

b) Pasar oligopoli

Pasar oligopoli merupakan bentuk dari persaingan pasar yang dikuasai oleh beberapa produsen atau penjual di suatu wilayah area.

c) Pasar monopoli

Terjadinya pasar monopoli apabila pasar hanya terdiri dari satu produsen atau penjual.<sup>45</sup>

## 6. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, juga tempat bergantung para pedagang skala kecil dan menengah. Pasar tradisional menjadi tumpuan harapan para petani,

<sup>44</sup> Adrianus S. Girikkallo et al., *Buku Ajar Mikro Ekonomi* (PT. Literasi Nusantara Abadi Grub, 2023), 63-67.

<sup>45</sup> Siti Nur Fatoni, 136-138.

peternak, pengrajin, atau produsen lainnya sebagai pemasok. Selama ini pasar tradisional identik dengan tempat yang kumuh, berantakan, becek, bau, dan sumpek. Kondisi pasar tradisional yang terpuruk membuat banyak masyarakat di Indonesia belakangan ini memilih berbelanja di pasar modern, seperti mall, minimarket, supermarket, hypermarket, dan lain sebagainya.

Sebenarnya pasar tradisional menawarkan banyak kelebihan. Selain dari harganya yang lebih murah, berbagai kebutuhan di pasar tradisional masih bisa ditawarkan. Hal ini sangat cocok dengan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat golongan menengah kebawah yang selalu ingin mencari barang yang murah meskipun dengan kualitas yang relatif miring dibandingkan dengan supermarket atau mal.<sup>46</sup>

## 7. Wirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wirausaha adalah individu yang memiliki kecakapan atau bakat dalam mengenali produk baru, menentukan metode produksi yang inovatif, menyusun kegiatan operasional untuk menghasilkan produk baru, mengelola permodalan, serta mampu memasarkan hasil usahanya. Selain itu, kewirausahaan dapat dipahami sebagai suatu disiplin ilmu yang mempelajari pengembangan dan pembentukan jiwa kreatif serta keberanian untuk menanggung risiko atas pekerjaan yang dilakukan demi mencapai hasil yang diinginkan.

<sup>46</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), 2-13, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pasar+tradisional&ots=djL0nNwmEm&sig=I06QMU03fvS3\\_sdRhnATmfxbLQE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pasar%20tradisional&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pasar+tradisional&ots=djL0nNwmEm&sig=I06QMU03fvS3_sdRhnATmfxbLQE&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pasar%20tradisional&f=false).

Terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam menjalankan kegiatan wirausaha, yaitu:<sup>47</sup>

- a. Kemampuan dan Kemauan. Individu yang memiliki kemampuan namun tidak disertai kemauan, ataupun memiliki kemauan tanpa didukung kemampuan, pada dasarnya tidak mampu menjadi wirausahawan yang berhasil. Sebaliknya, keberhasilan dalam berwirausaha dapat dicapai apabila seseorang memiliki kemauan yang kuat dan ditunjang oleh kemampuan yang memadai.
- b. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras. Seseorang yang tidak memiliki tekad kuat meskipun bersedia bekerja keras, atau sebaliknya memiliki tekad namun tidak dibarengi kerja keras, keduanya tidak mampu mencapai kesuksesan dalam berwirausaha. Keberhasilan dapat diperoleh apabila tekad yang kuat selaras dengan kesungguhan dalam bekerja.
- c. Kesempatan dan Peluang. Peluang akan muncul apabila individu mampu menghadirkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Sebaliknya, ketiadaan solusi menghilangkan peluang itu sendiri. Dengan demikian, peluang pada dasarnya tidak hanya dicari atau ditunggu, tetapi perlu diciptakan melalui inisiatif dan kemampuan individu dalam membaca kondisi.

<sup>47</sup> Musran Munizu et al., *Buku Referensi Kewirausahaan (Teori & Strategi Menuju Kesuksesan Berwirausaha)* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 1-22, [https://books.google.co.id/books?id=9SwbEQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Dindin+Abdurohim+BS%22&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=9SwbEQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Dindin+Abdurohim+BS%22&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).

## 8. Pengertian Pedagang

Pada zaman dahulu, ketika manusia hidup dalam alam primitif, bentuk perdagangan yang ada yaitu dagang tukar (bentuk perdagangan pertama). Apabila seseorang ingin mempunyai sesuatu yang tidak bisa dibuatnya sendiri, maka ia berusaha mendapatkannya dengan cara bertukar, yaitu dengan sesuatu barang yang tidak diperlukan lagi baginya. Menurut Pasal 2 (lama) KUHD, pedagang merupakan mereka yang melakukan perbuatan perniagaan (*daden van koophandel*) sebagai pekerjaannya sehari-hari.<sup>48</sup>

Bisnis kecil (*Small Business*) di dalam suatu perekonomian pada suatu negara memiliki peran yang sangat penting. Berdasarkan Undang-Undang No. 9/1999 tentang Usaha Kecil, bahwasannya yang dimaksud dengan usaha kecil yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil di dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.<sup>49</sup>

Kriteria Usaha Kecil yang disyaratkan oleh Undang-Undang No. 9

Tahun 1999 yaitu:<sup>50</sup>

- Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha:

<sup>48</sup> Farida Hasyim, *Hukum Dagang* (Sinar Grafika Offest, 2009), 1-2, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=B7KpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pengertian+pedagang&ots=1R0bzVbB7i&sig=ObcRvUBg5-B-t26xOSjdJnhA9-g&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pengertian%20pedagang&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=B7KpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pengertian+pedagang&ots=1R0bzVbB7i&sig=ObcRvUBg5-B-t26xOSjdJnhA9-g&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pengertian%20pedagang&f=false).

<sup>49</sup> Didik Harjadi, Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep* (UNIKU Press, 2015), 29, [http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok\\_Buku\\_Pengantar\\_Bisnis.pdf](http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok_Buku_Pengantar_Bisnis.pdf).

<sup>50</sup> Didik Harjadi, Dewi Fatmasari, 30.

- b. Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,-
- c. Milik warga Negara Indonesia
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung ataupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- e. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Sedangkan pedagang kecil yang dimaksud oleh peneliti yaitu:

- 1. Memiliki pendapatan bersih per-bulan kurang dari Rp. 5.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2. Memiliki hasil tahunan kurang dari Rp. 36.000.000,
- 3. Milik warga Negara Indonesia
- 4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung ataupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- 5. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif yaitu mendeskripsikan, menjelaskan, juga mengungkap sebuah masalah yang tengah diteliti.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini, analisis data akan dilakukan secara mendalam dengan harapan dapat mengetahui survival strategi pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu berlokasi di Pasar Besuk, Desa Besuk Agung, Kecamatan Besuk.

#### **C. Subyek Penelitian**

Pada bagian ini dilaporkan jenis data, dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana karakteristiknya, siapa

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 9.

<sup>52</sup> Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021), 8, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw\\_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=apa+itu+penelitian+deskriptif+kualitatif&ots=f3oE2LRqaw&sig=9UMY6GTUPv124QSXQqViZn2\\_U\\_MU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=apa%20itu%20penelitian%20deskriptif%20kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=apa+itu+penelitian+deskriptif+kualitatif&ots=f3oE2LRqaw&sig=9UMY6GTUPv124QSXQqViZn2_U_MU&redir_esc=y#v=onepage&q=apa%20itu%20penelitian%20deskriptif%20kualitatif&f=false).

yang dijadikan informan atau subyek penelitian, bagaimana ciri-ciri informan atau subyek tersebut dan dengan cara bagaimana data di jaring sehingga validitasnya dapat dijamin.<sup>53</sup>

Jenis data pada penelitian ini adalah *Purposive*. *Purposive* merupakan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, seseorang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin karena statusnya sebagai penguasa, akan memudahkan peneliti untuk menelaah obyek atau situasi sosial yang teliti.<sup>54</sup> Subyek di dalam penelitian ini adalah 1) bapak Hannan sebagai pimpinan pasar, peneliti memilih pimpinan pasar sebagai subyek penelitian karena peneliti ingin mengetahui informasi lebih lanjut tentang Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. 2) ibu Pek sebagai pedagang sayur, 3) ibu Sri sebagai pedagang baju, 4) ibu Hos sebagai pedagang bumbu, 5) ibu Ita sebagai pedagang gorengan, 6) bapak Rasul sebagai pedagang sembako, dan 7) ibu Eko sebagai pedagang kerupuk yang ada di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Peneliti memilih pedagang-pedagang tersebut karena mereka telah berdagang lebih dari 20 tahun, sehingga memiliki pengalaman yang mendalam dan pemahaman yang kuat mengenai dinamika usaha, strategi bertahan, serta perubahan kondisi pasar yang terjadi dari waktu ke waktu. Dengan pengalaman tersebut, para pedagang mampu memberikan informasi yang relevan, komprehensif, dan kredibel terkait *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk.

<sup>53</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 95.

<sup>54</sup> Sugiyono, 219.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis di dalam penelitian, hal ini karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data.

Diantaranya yaitu:

### 1. Observasi

Pada proses ini, penelitian ini menggunakan observasi terus terang atau tersamar, yang mana di dalam melakukan pengumpulan data peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwasannya ia sedang melaksanakan kegiatan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Akan tetapi pada suatu waktu peneliti juga tidak terus terang atau tersamar di dalam observasi, hal ini terjadi untuk menghindari jika suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dengan mempertemukan dua orang untuk bertukar informasi dan ide dengan cara Tanya jawab sehingga bisa dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis wawancara terstruktur. Wawancara ini dipakai sebagai teknik pengumpulan data sudah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang didapatkan. Oleh sebab itu, di dalam melaksanakan wawancara, peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian yang berupa beberapa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Informan pada penelitian ini

berjumlah 7 orang, satu petugas pasar dan enam pedagang kecil. Dari penelitian, ini peneliti akan melakukan wawancara kepada petugas pasar sebagai informan yang pertama. Selanjutnya oleh petugas pasar disarankan ke pedagang kecil yang pertama dan yang kedua. Dari pedagang kecil yang pertama dan kedua belum mendapat data yang lengkap, maka peneliti ke pedagang kecil yang ketiga dan keempat. Dan dari pedagang kecil ketiga dan keempat belum mendapat data yang akurat, maka peneliti pergi ke pedagang kecil yang kelima, selanjutnya ke pedagang kecil yang keenam. Setelah sampai pada pedagang kecil yang keenam data sudah jenuh, sehingga sampel sumber data sudah mencukupi dan tidak perlu menambah sampel yang baru.<sup>55</sup>

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah lalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>56</sup>

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.<sup>57</sup> Analisis data menurut Bogdan adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga bisa dipahami, dan temuannya bisa

---

<sup>55</sup> Sugiyono, 220-221.

<sup>56</sup> Sugiyono, 224-240.

<sup>57</sup> Sony Leksono, *Metode Penelitian Kualitatif Ekonomi dan Bisnis Studi Pengembangan, Akuntansi & Manajemen* (Graha Ilmu, 2020), 301-302.

diinformasikan kepada orang lain. Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Reduksi Data

Data yang didapatkan dari lapangan jumlahnya cukup banyak, oleh sebab itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Di dalam mereduksi data berarti merangkum, memilih yang paling penting, memfokuskan kepada yang paling penting, tema dan polanya. Di dalam hal ini yang dilakukan oleh peneliti adalah memilih data-data tentang *survival strategy* pedagang kecil di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam (studi kasus di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo).

### 2. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan di dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Dalam hal ini data-data tentang *survival strategy* pedagang kecil di pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam (studi kasus di Pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo) yang telah direduksi disajikan dengan teks yang bersifat naratif, atau juga bisa berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

### 3. Kesimpulan atau Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dibuat hanyalah sementara dan akan berubah saat ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan

tetapi, apabila kesimpulan yang dibuat pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan dengan tujuan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut bisa dianggap kredibel. Kesimpulan di dalam penelitian ini berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, bisa berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>58</sup>

#### **F. Keabsahan Data**

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan keabsahan data dengan teknik triangulasi. Pada teknik ini digunakan sebagai pengecekan data dari beberapa sumber dengan beberapa cara, dan beberapa waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang berarti melakukan pengecekan data yang telah didapat melalui beberapa sumber.<sup>59</sup>

#### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Dalam penelitian ini, supaya penelitiannya terarah dan sistematis maka disusun tahap-tahap penelitian.<sup>60</sup> Moleong berpendapat bahwa langkah-langkah tahapan penelitian ada 3 yaitu:

##### 1. Tahap Perencanaan Penelitian

Peneliti mengawali penelitian lapangan dengan mencermati berbagai hal, dimulai dari pembuatan rancangan peneliti hingga menyiapkan perlengkapan penelitian. Pada tahap ini, diharapkan peneliti

<sup>58</sup> Sugiyono, 244-253.

<sup>59</sup> Sugiyono, 273-274.

<sup>60</sup> Afnas Fahrurrozi, “*Survival Strategy UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kober Mie Setan Cabang Jember)*” (Tesis, UIN Khas Jember, 2023), 73-74, <http://digilib.uinkhas.ac.id/25006/1/affnas.pdf>.

mempunyai pemahaman yang kuat tentang latar belakang penelitian dan mempunyai kesiapan yang kuat untuk memulai penelitian.

## 2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti berusaha mempersiapkan diri untuk menggali dan mengumpulkan data yang bertujuan untuk membuat analisis data, setelah itu data dikumpulkan dan disusun.

## 3. Tahap Penyelesaian

Pada tahap ini, kegiatan mengolah data dan dokumen dari narasumber dilakukan. Kemudian, data tersebut akan disusun membentuk karya ilmiah dalam bentuk susunan skripsi, sesuai dengan peraturan pedoman penulisan karya ilmiah di UIN Khas Jember.



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

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Pedagang Kecil di Pasar Besuk**

##### **1. Gambaran Umum Pedagang Kecil di Pasar Besuk**

Pedagang kecil di pasar tradisional khususnya di pasar Besuk, Kabupaten Probolinggo. Mereka merupakan pelaku usaha mikro yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari contohnya sembako, sayuran, pakaian, perbumbuan, pakaian, makanan, dan lainnya. Pasar besuk merupakan sebuah pasar tradisional yang berada di wilayah Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur. Pasar besuk menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat sekitar. Pasar Besuk merupakan pasar yang beroperasi pada pagi dini hari dimulai dari jam 02.00 pagi sampai sore. Di Pasar Besuk ada 52 pedagang yang menempati bedak atau toko. Sementara itu, pedagang-pedagang yang tidak menempati bedak atau toko, mereka menempati di bagian los-los yang ada di Pasar Besuk, yang terdiri atas tujuh los.

##### **2. Struktur Pegawai Pasar Besuk**

1. Hannan (Koordinator)
2. Eko Susanto (Administrasi)
3. Mistar (Keamanan)
4. Bagastara (Parkir)
5. Mukadi (Kebersihan)

## Tabel 4.1

### Struktur Pegawai Pasar Besuk

No	Nama	Status	Keterangan
1.	Hannan	PNS	Koordinator
2.	Eko Susanto	PNS	Administrasi
3.	Mistar	Honor	Keamanan
4.	Bagastara	Honor	Parkir
5.	Mukadi	Honor	Kebersihan

Sumber: Pasar Besuk, 2025

## B. Penyajian Data dan Analisis

## 1. Survival Strategy yang Diterapkan oleh Pedagang Kecil di Pasar

## **Besuk Kabupaten Probolinggo**

Pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan tiga strategi bertahan hidup utama untuk menghadapi tantangan ekonomi, yaitu:

a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo, pada strategi ini dapat dilihat dari arah umum usaha yang mereka ambil yang bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya secara keseluruhan. Para pedagang kecil walaupun tidak memiliki struktur manajemen formal seperti perusahaan besar, akan tetapi pedagang kecil tetap menggunakan pendekatan strategis yang bertujuan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan dan kondisi pasar yang tidak stabil. Berdasarkan pengamatan dan temuan, ditemukan bahwa pedagang menerapkan tiga bentuk strategi korporasi:

### 1. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Pada strategi ini pedagang mulai melakukan upaya untuk memperluas jenis produk yang dijual, jumlah stok, dan memperluas lapak dagangan mereka. Hal ini didukung dalam pernyataan pedagang sembako:

“saya awalnya cuma jualan sembako, saya tambahi jualan pecah belah, dan saya memperluas toko untuk barang jualan pecah belah. Soalnya banyak pembeli yang nyari barang-barang rumah tangga, jadi saya menambah ruang supaya lebih lengkap.”<sup>61</sup>

Pedagang baju menambahkan:

“awalnya saya cuma jual baju anak-anak, lapaknya kecil. Tapi lama-lama banyak pembeli tanya baju dewasa, jilbab, sama celana. Akhirnya saya tabah gantungan baju dan memperluas lapak sedikit demi sedikit. Sekarang saya jual baju anak-anak, baju dewasa, jilbab, sampai celana. Setelah saya tambah berbagai macam barang dan lapaknya lebih luas, pembeli jadi lebih banyak karena pilihannya lengkap.”<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang sembako dan pedagang baju, diketahui bahwa adanya upaya perluasan produk dan ruang usaha merupakan strategi penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha, yang sejalan dengan konsep strategi pertumbuhan (*growth strategy*), yaitu strategi yang dilakukan usaha ketika memasuki tahap perkembangan dengan memperluas kapasitas dan meningkatkan keragaman produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

<sup>61</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>62</sup> Ibu Sri, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

## 2. Strategi Stabilitas (*Stability Strategy*)

Strategi ini digunakan oleh pedagang yang memilih untuk mempertahankan pola usaha yang sudah berjalan baik tanpa memperluas usaha mereka secara signifikan. Menjaga kualitas produk, mempertahankan harga yang wajar, dan memberikan pelayanan yang konsisten kepada pelanggan tetap merupakan fokus utama mereka. Hal ini didukung dalam pernyataan salah satu pedagang:

“saya sejak awal jualan sampai sekarang tidak banyak berubah, saya tetap fokus jual bumbu-bumbu seperti bawang, cabai, jahe, kunyit, dan lain-lain. Yang penting kualitasnya bagus, stok tidak sampai kosong, dan pelanggan tetap dating. Saya usahakan tidak menaikkan harga terlalu tinggi jika ada harga naik supaya pembeli tidak lari ke tempat lain.”<sup>63</sup>

Pedagang sayur juga menambahkan:

“saya dari dulu jualannya ya begini saja, fokus di sayur-sayuran. Saya tidak menambahkan macam dagangan karena sudah tahu langganan saya maunya apa. Setiap hari saya jaga kualitasnya, jangan sampai ada sayur yang layu atau busuk. Kalau harga naik, saya tetap berusaha kasih harga yang wajar supaya pembeli tidak kecewa dan tetap belanja ke saya.”<sup>64</sup>

Dari hasil wawancara, pedagang berfokus pada stabilitas dengan cara menjaga pola penjualan, menjaga kualitas produk, menjaga konsistensi pelayanan, dan menghindari perubahan drastis yang berpotensi menambah risiko ketika pendapatan sedang tidak

---

<sup>63</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>64</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

stabil. Pedagang memahami bahwa stabilitas usaha menjadi kunci untuk mempertahankan pelanggan dan memastikan pendapatan harian tetap terjaga.

### 3. Strategi Retrenchment

Pedagang yang menghadapi penurunan pendapatan secara signifikan menggunakan strategi ini. Mereka melakukannya dengan mengurangi jumlah barang yang mereka jual, mengurangi skala usaha mereka, atau bahkan beralih ke barang dagangan yang lebih cepat laku dan tidak mudah basi.

“waktu sepi dan harga naik, saya biasanya mengurangi dulu belinya yang biasanya saya ambil 5 sak karung dikurangi jadi 2 atau 3 sak karung, saya cuma ambil yang laku cepat saja, kayak minyak dan gula, biar modal cepat kembali dan tidak banyak barang yang ngendap.”<sup>65</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya strategi pengurangan skala usaha untuk menekan risiko kerugian ketika kondisi pasar sedang menurun. Temuan tersebut semakin diperkuat oleh pernyataan pedagang kerupuk:

“kalau kondisi lagi sepi, saya tidak berani ambil banyak barang. biasanya saya ambil satu mobil kecil dari pemasok, tapi kalau pendapatan turun saya ambil sedikit saja, cukup beberapa bungkus besar untuk jualan harian. Saya juga lebih pilih jual kerupuk yang paling cepat laku, daripada nyimpen banyak tapi akhirnya tidak kejual.”<sup>66</sup>

Dari hasil wawancara, bentuk strategi pengurangan usaha melalui penyesuaian jumlah stok, pemilihan barang yang memiliki

<sup>65</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, probolinggo, 27 April 2025.

<sup>66</sup> Ibu Eko, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

risiko kecil, dan penghindaran pembelian dalam jumlah besar. Langkah ini dilakukan untuk menjaga stabilitas modal dan menghindari kerugian akibat barang yang tidak terjual. pedagang kecil melakukan *retrenchment strategy* dengan cara mengurangi skala usaha, mempersempit pilihan barang, serta fokus pada produk yang cepat terjual.

b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Untuk mempertahankan bisnis mereka, pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo memakai berbagai strategi bisnis yang berfokus pada bagaimana mereka bersaing di pasar, khususnya di dalam menghadapi tekanan ekonomi, keterbatasan modal, dan persaingan antar pedagang. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara pedagang menggunakan tiga strategi yaitu:

1. Strategi Kepemimpinan Biaya

Pada strategi ini pedagang berusaha menurunkan biaya operasional supaya bisa menjual produk dengan harga lebih murah daripada pedagang lain. Adapun upaya yang dilakukan antara lain, pertama membeli barang dagangan dengan jumlah tertentu dari pemasok tetap untuk mendapatkan harga yang lebih murah, yang kedua meminimalkan jumlah barang yang rusak dan tidak dibuang, yang ketiga menjual barang dengan mengambil keuntungan yang sedikit supaya barang dagangan laku dan modal berputar dengan cepat.

“Saya jual murah saja, saya mengambil keuntungan sedikit dari harga pokok. Soalnya kalau harganya saya naikkan terlalu tinggi, pembeli biasanya langsung pindah ke lapak sebelah. Di pasar ini persaingan ketat, jadi saya lebih pilih ambil untuk sedikit asal barang cepat habis. Apalagi kalau lagi sepi atau harga dari pemasok naik, saya harus pintar ngatur modal. Yang penting barang tetap muter, tidak banyak mengendap, dan pelanggan tidak kabur.”<sup>67</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang berupaya menjaga biaya tetap rendah dengan mengambil margin keuntungan yang kecil agar dapat menjual barang dengan harga lebih murah dibandingkan pedagang lainnya. Langkah ini merupakan bentuk penerapan pengendalian biaya operasional secara ketat. Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan pedagang baju:

“kalau saya supaya bisa jual lebih murah dari yang lain, biasanya saya ambil barang langsung banyak dari satu pemasok saja. Jadi harganya bisa lebih miring. Saya juga pilih baju yang cepat laku supaya tidak banyak yang menumpuk. Keuntungannya sedikit saja tidak apa-apa, yang penting barang cepat habis dan modal bisa diputar lagi.”<sup>68</sup>

Dari hasil wawancara, pedagang menekan biaya pembelian dengan membeli dalam jumlah besar dari pemasok yang sama agar memperoleh harga grosir yang lebih rendah. Selain itu, pedagang juga menunda pengeluaran yang tidak mendesak, seperti inovasi tampilan lapak atau promosi, dan lebih fokus pada efisiensi perputaran barang.

## 2. Strategi Diferensiasi

---

<sup>67</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>68</sup> Ibu Sri, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

Pada strategi ini beberapa pedagang berusaha melakukan diferensiasi produk supaya berbeda dari pesaing, baik itu dari segi kualitas, jenis produk, maupun pelayanan. Adapun bentuk diferensiasi yang ditemukan yaitu menjual produk buatan sendiri, menjaga kebersihan dan kesegaran barang dagangan, juga memberikan pelayanan yang ramah dan jujur.

“saya bikin sendiri gorengan di pasar, dan yang membedakan dagangan saya dengan pedagang yang lain adalah saya menggoreng langsung ditempat, jadi pembeli bisa membeli gorengan saya yang masih hangat. Dan juga pembeli banyak yang lebih suka gorengan yang masih hangat seperti itu.”<sup>69</sup>

Strategi diferensiasi juga terlihat pada pedagang perbumbuan yang menekankan kualitas dan kebersihan produk, sebagaimana pernyataan berikut:

“kalau saya di bumbu-bumbu ini, saya usahakan barang selalu segar. Setiap pagi saya memilih bawang, cabai, dan rempah-rempah supaya yang layu atau rusak langsung saya pisahkan. Saya juga bungkus beberapa bumbu dapur dalam plastic kecil-kecil supaya pembeli tinggal ambil, jadi praktis dan bersih.”<sup>70</sup>

Dari hasil wawancara, menunjukkan bahwasanya pedagang melakukan diferensiasi melalui menjaga kualitas, kebersihan, serta kemasan yang lebih praktis. Upaya tersebut menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan dan membangun kepercayaan terhadap produk yang dijual. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan daya tarik

<sup>69</sup> Ibu Ita, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 26 April 2025.

<sup>70</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

produk, mempertahankan pelanggan, dan memperkuat posisi pedagang di tengah persaingan pasar tradisional.

### 3. Strategi Fokus

Strategi ini merupakan strategi bisnis yang dilaksanakan dengan cara mengarahkan usaha kepada segmen pasar tertentu, seperti berdasarkan kelompok pelanggan, produk, ataupun wilayah pasar. Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk, strategi ini terlihat pada pola penjualan yang secara khusus ditujukan kepada pelanggan tetap, ibu rumah tangga, dan pembeli menengah ke bawah. Hal ini tercermin dalam pernyataan dari pedagang sembako mengatakan: “saya biasanya jualan untuk langganan yang beli-beli untuk warung atau dijual lagi. Jadi saya biasanya menyiapkan stok agak banyak, lalu saya kasih harga lebih murah. Karena mereka langganan saya, saya usahakan supaya mereka nggak kehabisan.”<sup>71</sup>

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan pedagang sayur:

“saya biasanya lebih fokus jualan ke ibu-ibu langganan sama pedagang blijeh yang belanja buat jualan lagi. Jadi saya sudah hafal kebutuhan mereka. Biasanya saya siapkan sayur yang sering dicari, seperti wortel, kol, timun, dan sawi. Saya juga kasih harga sedikit lebih murah ke pelanggan supaya mereka tetap beli ke saya dan tidak pindah ke pedagang lain.”<sup>72</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang melakukan beberapa tindakan yang saling berkaitan, mulai dari pemilihan jenis produk, pengaturan jumlah stok, hingga penetapan

<sup>71</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>72</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

harga, yang semuanya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan segmen pelanggan tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi fokus yang diterapkan pedagang kecil di Pasar Besuk merupakan strategi yang terstruktur dan berfokus pada pemenuhan kebutuhan segmen persaingan tertentu. Strategi ini memungkinkan pedagang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, mengurangi risiko persaingan langsung, serta menjaga keberlangsungan usaha di tengah kondisi pasar yang tidak stabil.

c. Strategi Fungsional (*Fungsional Strategy*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat aspek utama strategi fungsional pedagang kecil di Pasar Besuk yaitu operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi ini bersifat value-based, yang artinya berfokus pada penciptaan nilai secara finansial dan moral sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

1. Strategi Operasional

Pada strategi ini, pedagang kecil melakukan pengelolaan kegiatan harian secara efisien supaya proses jual beli tetap berjalan lancar meskipun dengan keadaan keterbatasan. Hal ini tercermin dalam pernyataan pedagang kerupuk yang mengatakan: “saya menyiasatinya dengan mengurangi jumlah atau jenis barang

dagangan yang saya beli ketika modal tidak mencukupi untuk membeli pengadaan barang secara keseluruhan.”<sup>73</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh pedagang baju yang mengatakan:

“kalau modal lagi terbatas buat kulaan seperti biasanya, saya biasanya tidak ambil semua model baju. Saya pilih dulu yang paling sering dicari pembeli, seperti kaos dan jilbab. Barang yang jarang laku saya tunda dulu belinya. Dengan begitu modal yang ada bisa dipakai untuk barang yang cepat terjual, jadi usaha tetap jalan meskipun modalnya pas-pasan.”<sup>74</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwasannya keterbatasan modal mendorong pedagang kecil untuk melakukan penyesuaian di dalam skala pengadaan barang. Dengan memprioritaskan barang yang memiliki tingkat perputaran cepat, pedagang dapat menjaga keberlangsungan usaha dan memastikan aktivitas jual beli tetap berjalan di tengah kondisi ekonomi yang terbatas.

## 2. Strategi Pemasaran

Pada strategi ini pedagang melakukannya secara sederhana dan personal, dengan cara fokus pada hubungan langsung dan kepercayaan pelanggan. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu pedagang yakni: “saya memberikan bonus kepada pembeli, apalagi yang beli untuk dijual lagi. Kadang mereka pesan dulu sebelum kulakan barang lainnya, nanti setelah selesai kulakan

<sup>73</sup> Ibu Eko, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>74</sup> Ibu Sri, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

barang lainnya mereka mengambil pesanan yang sudah mereka pesan sebelumnya ke saya.”<sup>75</sup>

Hal tersebut juga diperkuat dengan pernyataan pedagang kerupuk:

“kalau pembeli yang sudah langganan, biasanya saya kasih tambahan kerupuk sedikit sebagai bonus. Apalagi yang beli banyak atau untuk dijual lagi. Kadang mereka pesan duu sebelum belanja ketempat lain, nanti setelah belanja baru diambil ke saya. Saya pegang pesanannya biar mereka tidak kehabisan. Yang penting saling percaya dan pembeli merasa nyaman.”<sup>76</sup>

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwasanya pedagang menggunakan cara diferensiasi pelayanan dengan memberikan bonus dan fasilitas pemesanan awal (pre-order) kepada pelanggan tetap, terutama pelanggan yang membeli banyak. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan loyalitas dan membangun hubungan dengan pelanggan dalam waktu jangka panjang. Dengan adanya sistem pemesanan awal (pre-order) menunjukkan bahwa ada pelayanan personal dan fleksibel, dengan menyesuaikan kebutuhan pelanggan. Pada strategi ini bukan hanya meningkatkan kepuasan pembeli, akan tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam seperti amanah, shiddiq, dan maslahah (kemanfaatan bersama), karena pedagang berupaya menjaga kepercayaan pelanggan sekaligus memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

---

<sup>75</sup> Ibu Ita, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 26 April 2025.

<sup>76</sup> Ibu Eko, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

### 3. Strategi Keuangan

Pedagang melakukan strategi keuangan dengan mengatur keuangan yang dilakukan dengan sangat hati-hati karena keterbatasan modal dan menghindari praktik riba. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu pedagang yaitu: “kalau butuh kulakan tapi uangnya gak cukup, saya ambil uang simpanan dan uang simpanannya dikembalikan lagi keesokan harinya setelah uangnya kumpul.”<sup>77</sup>

Selain itu, pedagang sayur menyampaikan strategi keuangan yang berbeda namun memiliki tujuan yang sama:

“kalau modal lagi kurang, saya biasanya pinjam ke keluarga, seperti, saudara. Pinjamnya juga tidak pakai bunga dan saya kembalikan pelan-pelan setelah hasil jualan terkumpul. Saya lebih tenang kalau pinjam ke keluarga daripada ke luar, karena tidak ada tekanan dan tidak memberatkan.”<sup>78</sup>

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwasannya pedagang menggunakan strategi keuangan yang dengan sederhana dan fleksibel, dengan cara memanfaatkan sumber dana internal yang aman, baik melalui uang simpanan pribadi maupun bantuan keluarga. Strategi ini dilakukan untuk menjaga keberlangsungan usaha sekaligus menghindari pinjaman berbunga yang berpotensi memberatkan pedagang.

<sup>77</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>78</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

#### 4. Strategi Sumber Daya Manusia (SDM)

Pada umumnya SDM pada usaha kecil berasal dari keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa adanya sinergi antara efisiensi biaya dan keberlangsungan usaha. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu pedagang yaitu: “saya berdagang setiap harinya dibantu sama suami, soalnya saya mulai dagang dari jam 2 dini hari, jadi bisa gantian berjaga dagangannya. Apalagi pas waktu ramai pembeli, jadi lebih ringan pekerjaannya.”<sup>79</sup>

Tambahan wawancara dari pedagang baju juga memperkuat temuan tersebut: “kalau jualan baju ini, saya dibantu anak saya. Dia bantu jaga lapak, melayani pembeli, dan merapikan baju. Jadi saya tidak perlu bayar pegawai. Selain menghemat biaya, anak saya juga belajar usaha dan lebih paham bagaimana cara melayani pembeli.”<sup>80</sup>

Akan tetapi ada juga pedagang gorengan yang dibantu sama karyawannya, pedagang tersebut mengatakan :“saya jualan dibantu sama tetangga, jadi saya tetap harus membayar saudara saya itu.”<sup>81</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa pada umumnya sumber daya manusia (SDM) dalam usaha kecil di Pasar Besuk didominasi oleh tenaga kerja keluarga. Keterlibatan anggota keluarga dalam aktivitas berdagang menunjukkan adanya sinergi antara efisiensi biaya operasional dan keberlangsungan usaha.

<sup>79</sup> Ibu Pek, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

<sup>80</sup> Ibu Sri, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

<sup>81</sup> Ibu Ita, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 26 April 2025.

Bantuan dari suami atau anak memungkinkan pedagang untuk berbagi waktu kerja, terutama pada jam-jam ramai pembeli, sehingga beban kerja menjadi lebih ringan tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan untuk tenaga kerja. Namun demikian, tidak semua pedagang mengandalkan tenaga kerja keluarga. Sebagian pedagang, seperti pedagang gorengan yang memilih menggunakan tenaga kerja yang bukan keluarga meskipun harus mengeluarkan biaya. Dengan demikian, masih lebih banyak pedagang yang dibantu oleh keluarganya daripada pedagang yang mempekerjakan orang lain atau selain keluarga.

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Survival Strategy Pedagang Kecil di Pasar

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat faktor utama dan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang kecil dalam menentukan strategi bertahan (*survival strategy*). Faktor utama yang mempengaruhi keputusan pedagang adalah karena kebutuhan ekonomi keluarga. Hal ini diperkuat oleh wawancara pedagang sembako yang mengatakan:

“karena kebutuhan pokok dan memang pekerjaannya pedagang. Saya dari dulu ya kerjanya begini, ikut orang tua dulu jualan, terus setelah menikah tetap jualan juga. Kalau saya tidak jualan sehari saja, pemasukan langsung berhenti. Jadi mau tidak mau harus tetap jualan setiap hari, apalagi kebutuhan rumah tangga banyak, anak sekolah, listrik, dan masih banyak lagi.”<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

Pedagang baju menambahkan: “saya jualan ini untuk menafkahi keluarga, mbak. Kalau saya tidak jualan, tidak ada penghasilan sama sekali. Kami benar-benar bergantung dari hasil jualan harian ini untuk makan dan bayar kebutuhan rumah.”<sup>83</sup>

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa kebutuhan ekonomi keluarga merupakan motivasi utama pedagang kecil dalam bertahan. Pendapatan dari berdagang menjadi tumpuan utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan kedua kutipan tersebut, terlihat bahwa berdagang tidak sekedar aktivitas ekonomi, tetapi sudah menjadi identitas keluarga dan sumber nafkah yang tidak dapat digantikan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang membawa anggota keluarga membantu menjalankan usaha, memperkuat bahwa berdagang adalah dasar ketahanan ekonomi keluarga.

Selain faktor utama tersebut, ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan pedagang kecil dalam menentukan *survival strategy*. Faktor-faktor tersebut antara lain:

#### 1. Kemampuan dan Kemauan

Kemampuan berdagang yang diperoleh dari pengalaman dan kemauan kuat untuk tetap berusaha menjadi faktor penting dalam *survival strategy*. Kemampuan pedagang biasanya tidak berasal dari pelatihan formal, namun dari pengalaman bertahun-tahun. Hal ini tampak dari wawancara berikut:

---

<sup>83</sup> Ibu Sri, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

“saya tidak sekolah tinggi, tapi sudah terbiasa jualan. Dulu ikut orang tua jualan sejak kecil, jadi belajar dari pengalaman saja. Kalau soal nimbang, ngitung, atau tahu harga pasar, ya bisa karena sudah sering. Kemauan saya tetap kuat, soalnya ini pekerjaan yang saya pahami. Jadi meskipun kadang sepi atau harga perbowongan dan cabe turun, saya tetap jalani saja.”<sup>84</sup>

Pedagang sayur juga menegaskan:

“meskipun sepi, saya tetap buka. Soalnya ini satu-satunya pekerjaan yang saya bisa. Kadang capek, tapi kalau tidak buka ya tidak dapat uang. Saya juga berusaha belajar bagaimana cara meningkatkan kualitas dagangan saya. Kemauan saya besar untuk tetap jualan, karena ini keterampilan saya.”<sup>85</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, kemampuan pedagang sebagian besar berasal dari pengalaman bertahun-tahun dan bukan dari pendidikan formal. Mereka mengandalkan keterampilan praktis seperti menimbang, menghitung harga, mengetahui kebutuhan pembeli, dan meningkatkan kualitas produk dagangan. Kemauan yang besar untuk tetap bertahan juga terlihat jelas meskipun kondisi pasar tidak selalu stabil.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pedagang dengan dengan kemauan kuat cenderung lebih konsisten membuka lapaknya. Ini menunjukkan bahwa kemampuan dan kemauan bekerja secara bersamaan dalam mempengaruhi *survival strategy* pedagang kecil.

## 2. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras

Tekad dan kerja keras menjadi faktor penentu dalam keberlangsungan usaha. Pedagang kecil cenderung bekerja sejak dini

<sup>84</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>85</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

hari dan pulang hingga sore atau malam hari. Wawancara menunjukkan hal berikut:

“Saya berangkat jam dua dini hari. Soalnya kalau kesiangan pelanggan sudah banyak lewat. Saya harus mempersiapkan barang-barang atau bahan-bahan yang diperlukan, menggoreng gorengan yang akan dijual, capek memang. Tapi ya harus tetap semangat. Kalau tidak begitu, saya tidak bisa memenuhi kebutuhan rumah. Tekad saya kuat, karena saya sadar rezeki itu tidak datang sendiri. Harus dijemput.”<sup>86</sup>

Pedagang baju memperkuat hal tersebut:

“yang penting tetap semangat, kerja keras. Kalau saya tidak tekun ya pasti tidak bisa bertahan. Apalagi sekarang banyak saingan. Tapi saya selalu berpikir, kalau saya rajin buka lapak, pembeli akan ingat dan datang. Jadi meskipun panas, hujan, atau ramai tidak tentu, saya tetap buka tiap hari.”<sup>87</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, jelas terlihat bahwa tekad dan kerja keras menjadi modal psikis yang sangat penting bagi pedagang kecil. Mereka berangkat sejak dini hari, menghadapi risiko cuaca, dan tetap membuka lapak meskipun kondisi pasar tidak pasti.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pedagang dengan tingkat ketekunan tinggi cenderung memiliki pelanggan tetap. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tekad dan kerja keras secara nyata mempengaruhi keberhasilan pedagang dalam mempertahankan usahanya.

### 3. Kemampuan Menciptakan Peluang

Pedagang yang mampu menciptakan peluang memiliki daya bertahan lebih kuat. Inovasi sederhana seperti menambah jenis barang,

<sup>86</sup> Ibu Ita, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 26 April 2025.

<sup>87</sup> Ibu Sri, diwawancarai oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

memberikan potongan harga, atau menjual produk musiman merupakan bentuk kreativitas pedagang. Wawancara menunjukkan:

“kalau barang kurang laku, saya menambah jual lain. Misalnya dulu saya banyak jual snack, tapi sekarang saya tambah jual sabun, sampo, gula, minyak goreng, dan kebutuhan rumah tangga karena lebih banyak yang nyari. Sekarang saya juga menjual barang pecah belah. Yang penting ada pembeli. Tidak bisa nunggu kesempatan datang sendiri. Setiap hari saya lihat barang apa yang cepat habis dan mana yang tidak laku, terus saya sesuaikan. Kalau diam saja, bisa rugi.”<sup>88</sup>

Pedagang kerupuk juga menyampaikan inovasi pemasaran:

“pembeli sekarang lebih suka yang siap makan dan praktis. Jadi saya mulai jual kerupuk yang sudah saya bungkus kecil-kecil, ada yang seribuan, ada yang dua ribuan. Karena banyak anak-anak dan ibu-ibu yang belanjanya sedikit-sedikit. Dulu saya Cuma jual kerupuk kiloan, tapi tidak semua orang mau beli banyak. Setelah saya bungkus kecil-kecil, ternyata lebih cepat habis.”<sup>89</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, terlihat bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk memiliki kemampuan signifikan dalam menciptakan peluang melalui inovasi produk dan penyesuaian strategi dagang. Pada pedagang sembako, kemampuan menciptakan peluang terlihat dari keputusan untuk menambah jenis barang dagangan seperti kebutuhan rumah tangga, barang pecah belah, dan berbagai kategori lain yang diminati pembeli. Pedagang secara aktif mengamati barang yang cepat habis dan mana yang kurang diminati, lalu menyesuaikan stok harian. Strategi ini menunjukkan bahwa pedagang tidak pasif menunggu pembeli, tetapi proaktif membaca kebutuhan dan tren pasar.

<sup>88</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

<sup>89</sup> Ibu Eko, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

Sementara itu, pedagang kerupuk menciptakan peluang melalui inovasi kemasan. Dengan mengubah kerupuk dari bentuk kiloan menjadi kemasan kecil seribuan dan dua ribuan, pedagang dapat menjangkau konsumen dengan daya beli rendah seperti anak-anak dan ibu rumah tangga yang berbelanja secukupnya. Inovasi ini bukan hanya menyesuaikan preferensi pembeli modern yang menginginkan hal praktis, tetapi juga meningkatkan kecepatan perputaran barang.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kemampuan menciptakan peluang menjadi faktor penting dalam *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk, karena inovasi kecil seperti variasi produk, penambahan barang baru, dan perubahan kemasan dapat meningkatkan daya tarik lapak, mempercepat penjualan, dan memperkuat ketahanan usaha dalam persaingan pasar.

### **3. Pandangan Ekonomi Islam Dapat Diterapkan dalam *Survival Strategy* yang Dilakukan Pedagang Kecil di Pasar**

Di dalam menerapkan *survival strategy*, pedagang kecil di pasar Besuk tetap mempertahankan prinsip-prinsip islam. Adapun prinsip-prinsip ekonomi islam yaitu:

a. Prinsip Tauhid

Dalam konteks berdagang atau jual beli prinsip ini mencerminkan keyakinan pedagang bahwasannya segala sesuatu, termasuk rezeki dan hasil usaha sepenuhnya berada dalam kekuasaan Allah SWT. Hal ini di dukung dalam pernyataan pedagang baju yaitu

Bu Sri sebagai berikut: “yang penting saya usaha dulu, masalah rezeki udah ada yang ngatur. Kalo memang udah rezekinya pasti akan ada juga. Yang penting saya jualan jujur dan nggak neko-neko.”<sup>90</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang meyakini Allah SWT sebagai satu-satunya pemberi rezeki, sehingga usaha dilakukan dengan penuh kejujuran dan tanpa kecurangan. Keyakinan tersebut juga diperkuat oleh pernyataan pedagang sayur:

“saya berdagang ini niatnya mencari rezeki yang halal. Soal lalu atau tidaknya, saya serahkan semuanya ke Allah. Yang penting saya sudah berusaha semampunya, jujur sama pembeli, dan tidak curang. Kalau hari ini sepi, ya saya anggap itu ujian, besok bisa jadi ada rezeki yang lain.”<sup>91</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang memandang aktivitas berdagang tidak hanya sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk penghambaan kepada Allah SWT. Prinsip tauhid menjadi landasan sikap mental pedagang dalam menghadapi ketidakpastian pasar, menjaga kejujuran, serta menumbuhkan sikap tawakal setelah berusaha. Dengan demikian, prinsip tauhid berperan sebagai fondasi spiritual yang memperkuat ketahanan pedagang kecil dalam menjalankan *survival strategy* di pasar.

#### b. Prinsip Keseimbangan

Pada prinsip ini pedagang kecil di Pasar Besuk berusaha menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi pribadi dengan

<sup>90</sup> Ibu Sri, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 28 April 2025.

<sup>91</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

kepentingan sosial. Mereka tidak mencari keuntungan secara berlebihan dan tetap mempertimbangkan kemampuan pembeli. Hal ini didukung dalam pernyataan pedagang gorengan yaitu: “biasanya saya jual gorengan 10 biji Rp.8.000, jadi satunya Rp.800. kadang ada blijeh yang beli banyak terus dijual lagi mereka jualnya seribu satu, ya untungnya Rp.200 per biji.”<sup>92</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang menetapkan harga secara wajar sehingga masih memberi ruang keuntungan bagi pembeli lain yang menjual kembali. Prinsip keseimbangan ini juga diperkuat oleh pernyataan pedagang bumbu:

“kalau saya jual bumbu itu tidak pernah ambil untung terlalu besar. Saya sesuaikan dengan kemampuan pembeli, apalagi ibu-ibu pasar pasar. Yang penting ada keuntungan sedikit tapi pembeli bisa tetap beli. Kalau saya ambil mahal, kasian pembeli dan nanti mereka bisa beli ke pedagang lain.”<sup>93</sup>

Kedua pernyataan tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang berupaya menerapkan prinsip mizan atau keseimbangan sebagaimana diajarkan dalam Islam, yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan (israf) dan tidak menyulitkan orang lain dalam bermuamalah. Dengan menjaga keseimbangan antara keuntungan dan kepentingan sosial, pedagang dapat mempertahankan hubungan baik dengan pembeli serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

<sup>92</sup> Ibu Ita, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 26 April 2025.

<sup>93</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

### c. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam berdagang, pedagang di Pasar Besuk bisa memilih berbagai cara untuk mempertahankan usaha mereka, seperti mengurangi jenis barang dagangan, menambah waktu jual beli, menjual barang yang sedang viral, atau hanya memakai media sosial. Hal ini didukung dalam pernyataan pedagang sayur yaitu: “kalau barang dagangannya saya masih sisa pas waktu biasanya saya pulang, ya saya tetap lanjut jualan sedikit lebih lama sampai dagangannya habis atau tinggal sedikit.”<sup>94</sup>

Pedagang sembako juga menyampaikan hal serupa:

“saya biasanya menyesuaikan waktu jualan. Kalu masih ada pembeli, saya tetap lanjut jualan meskipun sudah lewat jam pulang biasanya. Soalnya sayang kalau tidak dilayani. Kadang kalau ditunggu sebentar lagi masih ada pembeli yang datang, jadi barangnya bisa lebih cepat habis dan modal cepat terkumpul buat beli barang yang sudah habis.”<sup>95</sup>

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang memiliki kebebasan dalam menentukan strategi usaha yang paling sesuai dengan kondisi lapangan dan situasi pasar. Penyesuaian waktu berdagang dilakukan sebagai bentuk upaya untuk meminimalkan risiko kerugian akibat barang dagangan yang tidak terjual. Strategi ini mencerminkan sikap fleksibel dan adaptif pedagang dalam menghadapi ketidakpastian pasar tanpa harus menambah modal atau mengubah jenis usaha secara signifikan.

<sup>94</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

<sup>95</sup> Bapak Rasul, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

Meskipun demikian, kebebasan pedagang dalam mengambil keputusan usaha tetap dijalankan dalam batasan syariah, seperti tidak melakukan kecurangan, tidak menjual barang yang diharamkan, serta tidak memanfaatkan kesulitan orang lain untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Pedagang menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap usahanya, pelanggan, dan juga keluarganya. Salah satu bentuk tanggung jawab mereka terhadap usahanya dan pelanggannya yaitu dengan cara berusaha menjaga kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan yang baik serta tidak berpangku tangan pada saat menghadapi masalah. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh pedagang sayur:

“kalo saya merasa sayur saya udah mulai layu atau hampir busuk, saya pisahkan. Saya pilih-pilih dulu yang masih bagus saya taruh didepan, biar pembeli juga merasa senang karena sayurannya masih segar tidak layu dan busuk. Soalnya kalau sampai ada yang layu atau busuk pembeli nanti gak kira balik lagi.”<sup>96</sup>

Pedagang bumbu juga menyampaikan bentuk tanggung jawab

yang serupa, yaitu:

“kalau bumbu sudah mulai tidak segar atau aromanya berubah atau cabai udah mulai layu, saya pisahkan dan tidak saya jual. Saya mending rugi sedikit daripada pembeli kecewa. Saya juga berusaha menjaga kebersihan tempat jualan dan menata perbunguan dan cabai supaya rapi, biar pembeli nyaman dan percaya sama saya.”<sup>97</sup>

<sup>96</sup> Ibu Pek, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 24 April 2025.

<sup>97</sup> Ibu Hos, diwawancara oleh Penulis, Probolinggo, 27 April 2025.

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwasannya pedagang sayur maupun pedagang bumbu bertanggung jawab terhadap usahanya dengan menjaga kualitas dan kebersihan barang dagangan yang dijual kepada konsumen. Upaya memilah barang yang masih layak jual dan tidak menjual produk yang kualitasnya menurun mencerminkan sikap amanah dalam berdagang. Dengan menjaga kualitas dagangan dan kepercayaan pembeli, pedagang berupaya mempertahankan keberlangsungan usaha serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

### **C. Pembahasan Temuan**

#### **1. Survival Strategy yang Diterapkan oleh Pedagang Kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo**

Sesuai dari hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo telah menggunakan beberapa strategi dalam mempertahankan usahanya. Adapun *survival strategy* yang digunakan antara lain, yang pertama strategi korporasi yang mana pada strategi ini ada tiga jenis strategi yang digunakan yaitu strategi pertumbuhan, strategi stabilitas, dan *retrenchment strategy*. Yang kedua strategi bisnis, pada strategi ini ada tiga macam strategi yang digunakan yaitu strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus. Dan yang terakhir strategi fungsional, ada empat aspek utama strategi fungsional

pedagang kecil di Pasar Besuk yaitu operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Hasil penelitian menunjukkan dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo, strategi ini dapat dilihat dari arah umum usaha yang mereka ambil yang bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya secara keseluruhan. Strategi korporasi merupakan strategi yang menggambarkan seluruh arah perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan bagi manajemen berbagai macam bisnis lini produk.<sup>98</sup> Para pedagang kecil walaupun tidak memiliki struktur manajemen formal seperti perusahaan besar, akan tetapi pedagang kecil tetap menggunakan pendekatan strategis yang bertujuan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan dan kondisi pasar yang tidak stabil. Berdasarkan pengamatan dan temuan, ditemukan bahwa pedagang menerapkan tiga bentuk strategi korporasi:

1. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo telah menerapkan strategi pertumbuhan sebagai bagian dari upaya mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Strategi ini tercermin dari adanya perluasan jenis produk yang dijual, penambahan jumlah stok, serta

---

<sup>98</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*, 6-7.

perluasan lapak dagangan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan pasar. Meskipun pedagang kecil tidak memiliki struktur manajemen formal sebagaimana perusahaan besar, mereka tetap mampu mengambil keputusan strategis berdasarkan pengalaman dan pengamatan langsung terhadap perilaku konsumen.

Strategi pertumbuhan yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk bersifat fleksibel dan adaptif. Pedagang menambah variasi barang dagangan ketika melihat adanya permintaan konsumen yang meningkat terhadap produk tertentu. Selain itu, perluasan lapak dilakukan secara bertahap tanpa harus menambah beban biaya secara signifikan. Pola ini menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan pada usaha kecil tidak selalu dilakukan dalam skala besar, melainkan disesuaikan dengan kemampuan modal dan kondisi pasar yang dihadapi.

Dalam konteks pedagang kecil, strategi pertumbuhan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, tetapi juga untuk memperkuat daya saing dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan demikian, strategi ini menjadi salah satu bentuk *survival strategy* yang relevan dan efektif bagi pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Temuan ini sejalan dengan konsep strategi pertumbuhan (*growth strategy*) yang menjelaskan bahwa suatu usaha yang berada pada tahap perkembangan akan berupaya

meningkatkan kapasitas dan memperluas keragaman produk guna memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>99</sup>

## 2. Strategi Stabilitas (*Stability Strategy*)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo banyak menerapkan strategi stabilitas sebagai bentuk upaya mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah kondisi pasar yang tidak stabil. Strategi ini tercermin dari pilihan pedagang untuk mempertahankan pola usaha yang telah berjalan dengan baik, tanpa melakukan ekspansi usaha secara signifikan. Pedagang lebih memfokuskan diri pada menjaga kualitas produk, kestabilan harga, serta konsistensi pelayanan kepada pelanggan tetap.

Strategi stabilitas yang diterapkan oleh pedagang kecil menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya pengelolaan risiko usaha. dengan tidak menambah jenis dagangan atau memperluas skala usaha, pedagang berusaha menghindari risiko kerugian akibat fluktuasi harga, keterbatasan modal, dan ketidakpastian permintaan pasar. Dalam konteks pedagang kecil, menjaga kepercayaan pelanggan melalui kualitas produk yang baik dan harga yang wajar menjadi faktor utama dalam mempertahankan pendapatan harian.

<sup>99</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*, 6-7.

Temuan ini menunjukkan bahwa stabilitas usaha dipandang oleh pedagang sebagai strategi bertahan yang paling aman ketika menghadapi kemerosotan pendapatan dan persaingan yang semakin ketat. Pedagang memahami bahwa perubahan yang terlalu drastis justru dapat meningkatkan risiko, sehingga mempertahankan pola usaha yang sudah dikenal oleh pelanggan menjadi pilihan rasional. Dengan demikian, temuan tersebut sesuai dengan teori strategi stabilitas (*stability strategy*) yaitu strategy yang menekankan pada upaya mempertahankan menghadapi kondisi lingkungan yang kurang mendukung.<sup>100</sup>

### 3. Strategi Retrenchment

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi retrenchment sebagai respons terhadap penurunan pendapatan dan kondisi pasar yang tidak stabil. Strategi ini dilakukan dengan cara mengurangi skala usaha, menyesuaikan jumlah stok barang, serta memfokuskan penjualan pada produk yang memiliki tingkat perputaran cepat dan risiko kerugian yang relatif kecil. Langkah tersebut diambil sebagai upaya untuk menjaga kestabilan modal dan menghindari kerugian yang lebih besar.

Penerapan strategi retrenchment menunjukkan bahwa pedagang kecil memiliki kemampuan adaptasi terhadap tekanan

---

<sup>100</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*, 6-7.

ekonomi yang dihadapi. Dengan mengurangi pembelian barang dalam jumlah besar dan memfokuskan diri pada produk yang cepat terjual, pedagang berusaha menghindari penumpukan stok dan kerugian akibat barang yang tidak laku. Strategi ini juga mencerminkan kehati-hatian pedagang dalam mengelola modal usaha agar tetap berputar dan tidak terhenti meskipun pendapatan mengalami penurunan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi retrenchment bukan semata-mata menunjukkan kemunduran usaha, melainkan merupakan bentuk strategi bertahan yang disengaja dan terukur. Dalam konteks pedagang kecil di pasar tradisional, pengurangan skala usaha justru menjadi langkah strategis untuk menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang sedang menurun. Dengan demikian, temuan tersebut sesuai dengan teori *retrenchment strategy* yaitu strategi yang diterapkan untuk memperkecil atau mengurangi aktivitas usaha sebagai upaya mempertahankan keberlangsungan bisnis ketika menghadapi tekanan ekonomi dan penurunan pendapatan.<sup>101</sup>

#### b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Pada strategi ini digunakan terhadap tingkat produk atau unit bisnis. Strategi ini merupakan strategi yang menekankan pada ekonomi posisi bersaing produk atau jasa terhadap spesifikasi atau segmen pasar

---

<sup>101</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*, 6-7.

tertentu.<sup>102</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan usaha mereka, pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo memakai berbagai strategi bisnis yang berfokus pada bagaimana mereka bersaing di pasar, khususnya di dalam menghadapi tekanan ekonomi, keterbatasan modal, dan persaingan antar pedagang. Strategi bisnis yang dimaksud terbagi menjadi tiga yaitu, strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus.

### 1. Strategi Kepemimpinan Biaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi kepemimpinan biaya sebagai upaya untuk mempertahankan daya saing di tengah persaingan harga yang ketat. Strategi ini tercermin dari upaya pedagang dalam menekan biaya operasional sehingga mampu menjual barang dagangan dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan pedagang lain. Dalam konteks pasar tradisional, harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga strategi kepemimpinan biaya dipandang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penerapan strategi kepemimpinan biaya oleh pedagang kecil dilakukan melalui berbagai bentuk efisiensi, seperti menekan

---

<sup>102</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, 6-7.

biaya pembelian barang, menjaga margin keuntungan tetap kecil, serta meminimalkan kerugian akibat barang rusak atau menumpuk. Pedagang juga lebih memprioritaskan perputaran modal yang cepat dibandingkan dengan peningkatan keuntungan per unit barang. Pola ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki orientasi jangka pendek yang realistik, yaitu memastikan arus kas tetap berjalan agar usaha dapat terus beroperasi meskipun dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa pedagang kecil cenderung menunda pengeluaran yang dianggap tidak mendesak, seperti pengembangan tampilan lapak atau kegiatan promosi yang memerlukan biaya tambahan. Fokus utama pedagang adalah menjaga efisiensi operasional dan pengendalian biaya secara ketat agar harga jual tetap kompetitif. Dengan demikian, temuan tersebut sesuai dengan teori strategi kepemimpinan biaya yaitu untuk mempertahankan daya saing, strategi kepemimpinan biaya berfokus pada investasi fasilitas produksi yang efisien, pengawasan yang hati-hati, dan pengendalian total biaya operasional yang ketat. Strategi ini digunakan dengan cara menunda pengeluaran yang berkaitan dengan inovasi dan pemasaran.<sup>103</sup> Strategi ini menjadi

<sup>103</sup> Clara Sunarsi, Nurmala Ahmar, *Strategi Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, Mnajemen Keberlanjutan dan Pengelolaan Laba* (NEM, 2022), 6, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qvp7EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+kepemimpinan+biaya&ots=jU5deLuRJo&sig=0k7AoQR-h\\_DKYfoSOJPxuFfquNQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=strategi%20kepemimpinan%20biaya&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qvp7EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+kepemimpinan+biaya&ots=jU5deLuRJo&sig=0k7AoQR-h_DKYfoSOJPxuFfquNQ&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20kepemimpinan%20biaya&f=false).

bagian penting dari *survival strategy* pedagang kecil dalam menghadapi tekanan persaingan dan keterbatasan sumber daya.

## 2. Strategi Diferensiasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi diferensiasi sebagai upaya untuk membedakan produk dan pelayanan mereka dari pedagang lain di pasar yang sama. Strategi ini dilakukan tidak melalui persaingan harga, melainkan dengan menonjolkan keunikan produk, kualitas barang dagangan, serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Diferensiasi menjadi pilihan strategis bagi pedagang kecil untuk mempertahankan daya saing di tengah persaingan pasar tradisional yang semakin ketat.

Penerapan strategi diferensiasi oleh pedagang kecil terlihat dari upaya menciptakan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh konsumen. Pedagang berusaha menghadirkan produk dengan kualitas yang lebih baik, kebersihan yang terjaga, serta kepraktisan dalam penyajian atau pengemasan. Selain itu, pelayanan yang ramah dan jujur menjadi bagian dari diferensiasi yang memperkuat hubungan antara pedagang dan pelanggan. Upaya tersebut membentuk pengalaman berbelanja yang positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi pada pedagang kecil bersifat sederhana namun efektif, karena

disesuaikan dengan karakteristik pasar tradisional dan kebutuhan konsumen setempat. Keunikan produk yang ditawarkan, seperti produk yang diolah sendiri atau disajikan dalam kondisi segar, memberikan alasan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, diferensiasi tidak hanya berfungsi untuk menarik pembeli baru, tetapi juga untuk menjaga loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Temuan tersebut sesuai dengan teori strategi diferensiasi yang dikemukakan oleh Porter 1998 yaitu strategi ini yang menekankan pada suatu produk atau layanan unik untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam menciptakan merek.<sup>104</sup> Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk, strategi diferensiasi terbukti menjadi bagian penting dari survival strategy karena mampu meningkatkan daya tarik produk, memperkuat kepercayaan pelanggan, dan menjaga keberlangsungan usaha tanpa harus terlibat dalam persaingan harga yang ketat.

### 3. Strategi Fokus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi fokus sebagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dengan cara mengarahkan aktivitas perdagangan pada segmen pasar tertentu. Strategi ini tercermin dari pilihan pedagang untuk

---

<sup>104</sup> Clara Sunarsi, Nurmala Ahmar, *Strategi Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, Manajemen Keberlanjutan dan Pengelolaan Laba*, 7.

melayani kelompok pelanggan yang spesifik, seperti pelanggan tetap, ibu rumah tangga, serta pembeli menengah ke bawah yang memiliki pola kebutuhan relatif stabil. Dengan memusatkan perhatian pada segmen pasar yang jelas, pedagang mampu menyesuaikan kegiatan usaha secara lebih terarah.

Penerapan strategi fokus oleh pedagang kecil terlihat dari konsistensi tindakan yang dilakukan dalam melayani segmen pelanggan tersebut. Pedagang menyesuaikan jenis produk yang dijual, jumlah stok yang disediakan, serta kebijakan harga agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan segmen pelanggan yang menjadi sasaran utama. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki pemahaman yang baik terhadap karakteristik konsumennya, sehingga mampu menyediakan produk yang tepat sasaran dan mengurangi risiko barang tidak terjual.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi fokus memberikan keuntungan bagi pedagang kecil dalam menghadapi persaingan pasar tradisional yang ketat. Dengan melayani segmen pelanggan yang sudah dikenal dan memiliki hubungan yang relatif dekat, pedagang dapat membangun loyalitas pelanggan serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Selain itu, strategi ini juga membantu pedagang menghindari persaingan langsung dengan pedagang lain yang menyasar pasar yang lebih luas.

Temuan tersebut sesuai dengan teori strategi fokus yaitu strategi yang menekankan serangkaian tindakan yang saling terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan segmen persaingan tertentu.<sup>105</sup> Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk, strategi fokus terbukti menjadi bagian penting dari survival strategy karena memungkinkan pedagang menjaga kestabilan pendapatan, mengurangi ketidakpastian pasar, serta mempertahankan usaha di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil.

c. Strategi Fungsional (*Fungsional Strategy*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk juga menggunakan strategi fungsional, sebagai strategi tingkat bawah yang mendukung strategi bisnis dan korporasi. Karena strategi ini menyentuh aspek teknis operasional sehari-hari, strategi ini sangat penting untuk menjaga kesinambungan usaha dapat berjalan dengan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan<sup>106</sup>. Ada empat aspek utama yang ditemukan dalam strategi fungsional yang dijalankan oleh pedagang kecil yaitu:

1. Strategi Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi operasional sebagai bentuk penyesuaian terhadap keterbatasan

<sup>105</sup> Linda Maryani, Harmon Chaniago, "Peran Strategi Bisnis Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 5, No. 1, (2019): 52, <https://jurnal.polban.ac.id/an/article/view/1615/pdf>.

<sup>106</sup> Opan Arifudin, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan, 7.

modal dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Strategi operasional ini berfokus pada pengelolaan kegiatan harian secara efisien agar proses jual beli tetap berjalan lancar meskipun dengan sumber daya yang terbatas. Pedagang menyadari bahwa pengelolaan operasional yang tepat menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan usaha sehari-hari.

Penerapan strategi operasional oleh pedagang kecil tercermin dari kemampuan mereka dalam menyesuaikan skala pengadaan barang dengan kondisi modal yang dimiliki. Pedagang memprioritaskan barang dagangan yang memiliki tingkat perputaran cepat dan permintaan tinggi, sementara pembelian barang yang kurang diminati ditunda terlebih dahulu. Langkah ini menunjukkan adanya pertimbangan yang matang dalam pengambilan keputusan operasional agar modal yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dan tidak terjebak pada stok yang sulit terjual. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi operasional pedagang kecil bersifat adaptif dan realistik, karena disesuaikan dengan kondisi lapangan dan kebutuhan pasar. Dengan mengelola operasional secara fleksibel, pedagang mampu menjaga kontinuitas aktivitas jual beli serta mengurangi risiko kerugian akibat keterbatasan modal.

Temuan tersebut sesuai dengan teori strategi operasional yaitu strategi operasional berfungsi sebagai arahan dalam proses

pengambilan keputusan operasional agar tetap sejalan dengan tujuan usaha.<sup>107</sup> Dengan demikian, strategi operasional menjadi bagian penting dari *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian ekonomi.

## 2. Strategi Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi pemasaran yang bersifat sederhana, personal, dan berbasis hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi pemasaran ini tidak dilakukan melalui promosi formal atau media pemasaran modern, melainkan melalui pendekatan langsung yang menekankan kepercayaan, kedekatan sosial, dan kenyamanan pelanggan. Pendekatan tersebut sesuai dengan karakteristik pasar tradisional yang mengutamakan interaksi tatap muka antara pedagang dan pembeli.

Penerapan strategi pemasaran oleh pedagang kecil tercermin dari upaya membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang bersifat personal, seperti pemberian bonus dan penyediaan fasilitas pemesanan awal (pre-order) bagi pelanggan tetap. Strategi ini menunjukkan bahwa pedagang memahami pentingnya melayani segmen pasar tertentu, terutama pelanggan

---

<sup>107</sup> Gunawan Aji et al., “Pengaruh Strategi Operasional, Startegi Pemasaran, dan Strategi Keuangan Terhadap Kinerja Perusahaan”, *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2, (2023):99, <file:///C:/Users/TC/Downloads/Hal+97-106.pdf>.

tetap dan pembeli dalam jumlah besar, sebagai sasaran utama kegiatan pemasaran. Dengan memfokuskan pelayanan pada segmen tersebut, pedagang mampu menciptakan hubungan yang stabil dan berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang menjadi sasaran industri.<sup>108</sup> Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk, strategi pemasaran tidak diarahkan pada pasar yang luas, melainkan pada segmen pelanggan tertentu yang telah dikenal dan memiliki kebutuhan yang relatif konsisten. Melalui pemahaman terhadap karakteristik segmen pasar tersebut, pedagang dapat menyesuaikan bentuk pelayanan, sistem pemesanan, dan kebijakan penjualan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Selain memiliki nilai ekonomi, strategi pemasaran yang diterapkan juga mencerminkan nilai-nilai ekonomi Islam, seperti amanah, shiddiq, dan maslahah. Pedagang berupaya menjaga kepercayaan pelanggan dengan memenuhi pesanan secara konsisten dan memberikan pelayanan yang adil dan jujur. Dengan demikian, strategi pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana meningkatkan penjualan, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan saling menguntungkan yang berlandaskan nilai moral

---

<sup>108</sup> Gunawan Aji et al., “Analisis Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia dan Pemasaran”, *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, Vol. 1, No. 2, (2023):111, <file:///C:/Users/TC/Downloads/JRIM+Vol+1+No+2+Mei+2023+Hal+107-115.pdf>.

dan etika Islam. Strategi ini menjadi bagian penting dari *survival strategy* pedagang kecil dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar.

### 3. Strategi Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo menerapkan strategi keuangan yang bersifat sederhana, hati-hati, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Strategi keuangan ini dijalankan dalam kondisi keterbatasan modal, sehingga pedagang berupaya mengelola arus kas secara cermat agar aktivitas usaha tetap berjalan tanpa menimbulkan tekanan finansial yang berlebihan. Kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas usaha pedagang kecil.

Penerapan strategi keuangan oleh pedagang kecil terlihat dari pemilihan sumber pendanaan yang aman dan mudah dikendalikan. Pedagang lebih mengandalkan sumber dana internal, seperti uang simpanan pribadi atau bantuan dari keluarga, sebagai solusi sementara ketika mengalami kekurangan modal. Pola ini menunjukkan bahwa pedagang berusaha menjaga keseimbangan antara kebutuhan modal usaha dan kemampuan finansial yang dimiliki, sehingga tidak terjebak dalam beban utang yang memberatkan.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi keuangan pedagang kecil di Pasar Besuk juga dipengaruhi oleh nilai-nilai ekonomi Islam, khususnya dalam menghindari praktik riba. Dengan memilih sumber pembiayaan yang tidak berbunga dan berbasis kepercayaan, pedagang tidak hanya berupaya menjaga keberlangsungan usaha, tetapi juga ketenangan batin dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Pendekatan ini mencerminkan prinsip kehati-hatian (*prudence*) dan tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan.

Dalam konteks pedagang kecil di Pasar Besuk, strategi keuangan yang sederhana, fleksibel, dan sesuai dengan prinsip syariah terbukti menjadi bagian penting dari survival strategy. Dengan pengelolaan keuangan yang terkontrol dan bebas dari praktik riba, pedagang mampu menjaga kelangsungan usaha serta menghadapi ketidakpastian ekonomi secara lebih stabil. Temuan tersebut sesuai dengan teori strategi keuangan yang menyatakan bahwa strategi keuangan merupakan elemen inti dalam bisnis yang membentuk tulang punggung struktur usaha.<sup>109</sup>

#### 4. Strategi Sumber Daya Manusia (SDM)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi sumber daya manusia (SDM) pada pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo didominasi oleh pemanfaatan tenaga kerja keluarga.

---

<sup>109</sup> Gunawan Aji et al., “Pengaruh Strategi Operasional, Startegi Pemasaran, dan Strategi Keuangan Terhadap Kinerja Perusahaan”, 100.

Keterlibatan anggota keluarga, seperti suami dan anak, merupakan strategi pedagang dalam menekan biaya operasional sekaligus menjaga keberlangsungan usaha. pembagian waktu kerja, terutama pada jam-jam ramai pembeli, membantu meringankan beban kerja pedagang tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan untuk upah tenaga kerja. Namun demikian, tidak seluruh pedagang mengandalkan tenaga kerja keluarga. Sebagian pedagang memilih menggunakan tenaga kerja non-keluarga meskipun harus mengeluarkan biaya upah, sesuai dengan kebutuhan dan jenis usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia (SDM) pada pedagang kecil bersifat fleksibel, namun secara umum pemanfaatan tenaga kerja keluarga lebih dominan sebagai strategi bertahan dalam menghadapi keterbatasan modal dan persaingan usaha.

Temuan tersebut sesuai dengan teori strategi sumber daya manusia (SDM) yang menyatakan bahwa strategi sumber daya manusia (SDM) merupakan kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya manusia.<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> Gunawan Aji et al., “Analisis Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia dan Pemasaran”, 110.

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Survival Strategy Pedagang Kecil di Pasar**

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat satu faktor utama dan beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi keputusan pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menentukan strategi bertahan (survival strategy). Faktor utama yang paling dominan adalah kebutuhan ekonomi keluarga. Faktor ini menjadi landasan utama bagi pedagang dalam mempertahankan usahanya, meskipun menghadapi berbagai keterbatasan dan tantangan pasar.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa aktivitas berdagang merupakan sumber pendapatan utama, bahkan satu-satunya, bagi sebagian besar pedagang kecil. Ketergantungan terhadap pendapatan harian dari hasil berdagang membuat pedagang tidak memiliki banyak alternatif pekerjaan lain. Oleh karena itu, keputusan untuk terus berdagang bukan semata-mata pilihan rasional ekonomi, tetapi lebih merupakan keharusan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga, seperti kebutuhan pangan, pendidikan anak, dan kebutuhan rumah tangga lainnya.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa berdagang telah menjadi bagian dari identitas dan pola hidup keluarga pedagang. Banyak pedagang yang telah menjalani profesi ini secara turun-temurun, sehingga aktivitas berdagang tidak hanya dipandang sebagai pekerjaan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab keluarga yang harus dijalankan secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menjelaskan mengapa pedagang tetap

bertahan meskipun keuntungan yang diperoleh relatif kecil dan kondisi pasar sering kali tidak stabil.

Dalam perspektif teori *survival strategy* menyatakan bahwa *Survival strategy* merupakan strategi bertahan hidup oleh pedagang kecil yang memiliki usaha terbatas dan berpenghasilan rendah.<sup>111</sup> Dari pernyataan tersebut kebutuhan ekonomi merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku bertahan pelaku usaha kecil. Ketika pendapatan rumah tangga sepenuhnya bergantung pada usaha dagang, pedagang akan cenderung mengembangkan berbagai strategi adaptif, seperti menyesuaikan jenis barang dagangan, memperpanjang jam jualan, menekan biaya, atau melibatkan anggota keluarga dalam usaha. Strategi-strategi tersebut dilakukan bukan untuk ekspansi usaha, melainkan untuk menjaga keberlangsungan pendapatan agar kebutuhan dasar keluarga tetap terpenuhi.

Hasil observasi lapangan juga memperkuat temuan ini, di mana sebagian besar pedagang melibatkan anggota keluarga dalam kegiatan usaha sehari-hari. Keterlibatan keluarga tersebut menunjukkan bahwa usaha dagang berfungsi sebagai basis ketahanan ekonomi keluarga, sehingga keputusan strategis yang diambil pedagang selalu berorientasi pada keberlangsungan hidup keluarga dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

---

<sup>111</sup> M. Baiquni, *Strategi Penghidupan Di Masa Krisis*, 48.

Selain faktor kebutuhan ekonomi keluarga sebagai faktor utama, penelitian ini juga menemukan adanya faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan pedagang kecil dalam menentukan *survival strategy*, yaitu:

### 1. Kemampuan dan Kemauan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan dan kemauan merupakan faktor penting yang saling berkaitan dalam membentuk survival strategy pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Kemampuan pedagang dalam berdagang tidak banyak diperoleh melalui pendidikan formal, melainkan melalui proses belajar dari pengalaman yang berlangsung dalam waktu lama. Pengalaman berdagang sejak usia muda, keterlibatan dalam usaha keluarga, serta kebiasaan menghadapi dinamika pasar membentuk keterampilan praktis pedagang dalam menjalankan usahanya.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang kecil yang hanya mengandalkan kemampuan tanpa disertai kemauan untuk terus berusaha cenderung tidak mampu bertahan dalam jangka panjang. Sebaliknya, kemauan yang besar tanpa didukung kemampuan juga tidak cukup untuk menjaga keberlangsungan usaha. Pedagang yang mampu bertahan adalah mereka yang memiliki keterampilan dasar berdagang sekaligus kemauan yang

kuat untuk terus menjalankan usaha sebagai sumber penghidupan utama.

Temuan tersebut sesuai dengan teori faktor kemampuan dan kemauan yang menyatakan bahwa orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak disertai kemauan, maupun orang yang memiliki kemauan tetapi tidak dilengkapi kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, wirausahawan yang memiliki kemauan kuat dan didukung oleh kemampuan yang memadai akan lebih mampu mencapai keberhasilan dan mempertahankan usahanya.<sup>112</sup> Temuan ini mempertegas bahwa kombinasi antara kemampuan dan kemauan menjadi fondasi utama dalam *survival strategy* pedagang kecil.

## 2. Tekad yang Kuat dan Kerja Keras

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekad yang kuat dan kerja keras merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Tekad pedagang tercermin dari kesiapan mereka untuk memulai aktivitas berdagang sejak dini hari serta kesediaan untuk menghadapi berbagai tantangan, seperti kelelahan fisik, kondisi cuaca, dan ketidakpastian jumlah pembeli. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha pedagang kecil tidak hanya ditentukan oleh faktor modal atau keterampilan, tetapi juga

---

<sup>112</sup> Musran Munizu et al., *Buku Referensi Kewirausahaan (Teori & Strategi Menuju Kesuksesan Berwirausaha)*, 1-22.

oleh kekuatan mental dalam menjalani aktivitas berdagang secara konsisten.

Sementara itu, kerja tampak dari jam kerja yang panjang, kesiapan pedagang dalam mempersiapkan barang dagangan, serta konsistensi dalam melayani pembeli. Kerja keras tersebut tidak hanya berfungsi untuk memperoleh pendapatan harian, tetapi juga menjadi upaya membangun kepercayaan dan ingatan pelanggan. Dalam konteks survival strategy, kerja keras menjadi sarana untuk menjaga arus pendapatan agar usaha tetap berjalan meskipun dalam kondisi pasar yang kurang stabil.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang kecil yang mampu bertahan adalah mereka yang memiliki tekad yang kuat sekaligus didukung oleh kerja keras yang berkelanjutan. Tekad tanpa kerja keras tidak cukup untuk mempertahankan usaha, sementara kerja keras tanpa tekad yang kuat cenderung tidak konsisten dan mudah goyah ketika menghadapi tekanan. Temuan tersebut sesuai dengan teori faktor tekad yang kuat dan kerja keras yang menyatakan bahwa orang yang tidak memiliki tekad yang kuat meskipun bekerja keras, maupun orang yang memiliki tekad tetapi tidak disertai kerja keras, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.<sup>113</sup> Keberhasilan dalam bertahan dan

---

<sup>113</sup> Musran Munizu et al., *Buku Referensi Kewirausahaan (Teori & Strategi Menuju Kesuksesan Berwirausaha)*, 1-22.

menjalankan usaha membutuhkan perpaduan antara tekad yang kuat dan kerja keras secara bersamaan.

### 3. Kesempatan dan Peluang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan menciptakan peluang terbukti menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan *survival strategy* pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Pedagang yang mampu membaca kondisi pasar dan melakukan penyesuaian terhadap jenis barang dagangan menunjukkan daya tahan usaha yang lebih kuat dibandingkan pedagang yang hanya mempertahankan pola usaha lama tanpa inovasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang secara aktif menciptakan peluang dari permasalahan yang dihadapi. Ketika barang tertentu kurang diminati, pedagang menjadikannya sebagai dasar untuk mencari solusi dengan menambah atau mengganti jenis dagangan yang lebih dibutuhkan pasar. Inovasi sederhana seperti menyediakan produk kebutuhan rumah tangga atau mengemas produk dalam ukuran kecil menjadi strategi efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan perputaran barang. Hal ini menunjukkan bahwa peluang usaha tidak muncul secara kebetulan, melainkan lahir dari kemampuan pedagang dalam membaca situasi dan meresponsnya secara tepat.

Temuan tersebut sesuai dengan teori faktor kesempatan dan peluang yang menyatakan bahwa peluang akan muncul apabila terdapat solusi atas permasalahan yang dihadapi. Sebaliknya, tanpa adanya upaya mencari solusi, peluang tidak akan tercipta.<sup>114</sup> Teori tersebut juga menegaskan bahwa peluang bukanlah sesuatu yang ditunggu, melainkan harus diciptakan melalui tindakan dan inovasi. Temuan di lapangan memperkuat pandangan ini, karena pedagang kecil yang mampu menciptakan solusi atas kendala usahanya terbukti memiliki daya bertahan yang lebih kuat dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya di tengah dinamika pasar tradisional.

### **3. Pandangan Ekonomi Islam Dapat Diterapkan dalam *Survival Strategy* yang Dilakukan Pedagang Kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi para pedagang kecil di Pasar Besuk bukan hanya dipahami sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, akan tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang memiliki aspek spiritual. Hal ini sesuai dengan perspektif Muhammad Abdul Manan 1993, yang menekankan bahwa ekonomi Islam berfokus pada nilai-nilai syariah dan bertanggung jawab atas masalah ekonomi masyarakat.<sup>115</sup> Dengan demikian, aktivitas berdagang di pasar tradisional tidak semata-mata mencari keuntungan, akan tetapi juga upaya

<sup>114</sup> Musran Munizu et al., *Buku Referensi Kewirausahaan (Teori & Strategi Menuju Kesuksesan Berwirausaha)*, 1-22.

<sup>115</sup> Lukman Hakim, 9.

menjalankan ajaran Islam. Dalam konteks *survival strategy*, pedagang tetap berpegang pada prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, yaitu: prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip tanggung jawab.

a. Prinsip Tauhid

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip tauhid berperan sebagai faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Keyakinan pedagang bahwa rezeki sepenuhnya berada di tangan Allah SWT tercermin dari sikap mereka yang berusaha dengan jujur dan konsisten, sekaligus menyerahkan hasil usaha kepada Allah. Misalnya, pedagang baju menyatakan bahwa usaha harus dilakukan dahulu, sementara hasilnya sudah diatur oleh Allah, dan pedagang sayur menekankan mencari rezeki yang halal serta menganggap hari sepi sebagai ujian.

Keadaan tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha pedagang kecil tidak hanya ditentukan oleh modal atau keterampilan, tetapi juga oleh landasan spiritual yang memperkuat ketahanan mental. Pedagang mampu menghadapi ketidakpastian pasar, tekanan persaingan, dan fluktuasi jumlah pembeli dengan tetap menjaga kejujuran dan kesabaran. Temuan penelitian menunjukkan bahwa prinsip tauhid memotivasi pedagang untuk melakukan usaha maksimal sekaligus tawakkal, sehingga aktivitas berdagang menjadi kombinasi antara usaha keras dan penghambaan kepada Allah.

Hal ini menunjukkan bahwa ketahanan pedagang kecil tidak muncul secara kebetulan, melainkan lahir dari keyakinan yang tertanam secara spiritual, yang membentuk sikap mental positif dan etika usaha. Temuan tersebut didukung oleh teori yang prinsip tauhid yang menyatakan bahwa prinsip tauhid mengajarkan kepada manusia untuk mengakui bahwa keesaan Allah SWT memiliki akibat bahwasannya segala sesuatu berawal dan berakhir pada Allah SWT.<sup>116</sup> Pedagang kecil yang berlandaskan prinsip tauhid terbukti memiliki daya bertahan yang lebih kuat dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya di tengah ketidakpastian pasar tradisional.

#### b. Prinsip Keseimbangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Pedagang berusaha menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi pribadi dan kepentingan sosial dengan menetapkan harga secara wajar, sehingga pembeli tetap mampu membeli dan pedagang lain masih memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan. Misalnya, pedagang gorengan menyesuaikan harga agar pembeli yang menjual kembali tetap mendapat keuntungan, sedangkan pedagang bumbu menetapkan keuntungan kecil agar ibu-ibu pasar tetap dapat membeli.

---

<sup>116</sup> Siti Nur Fatoni, 180-181.

Temuan ini menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap etika ekonomi Islam, seperti menghindari israf dan tidak menyulitkan orang lain, tetapi juga berfungsi sebagai *strategi survival* pedagang kecil. Dengan menjaga hubungan baik dengan pembeli dan mempertimbangkan kepentingan sosial, pedagang mampu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga dalam jangka panjang meskipun menghadapi persaingan dan dinamika pasar tradisional.

Temuan tersebut didukung oleh teori prinsip keseimbangan yang menyatakan bahwa prinsip keseimbangan mengharuskan manusia untuk hidup seimbangan, serasi, dan selaras dengan dirinya sendiri, demikian juga mengharuskan mereka untuk menciptakan ketiga hal tersebut dalam masyarakat, bahkan seluruh alam, dan untuk mencegah monopoli dan pemerataan kekuatan ekonomi kepada satu tangan atau kelompok.<sup>117</sup>

### c. Prinsip Kehendak Bebas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip kehendak bebas menjadi faktor penting dalam strategi bertahan pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Pedagang memiliki kebebasan untuk menentukan cara terbaik dalam mempertahankan usaha mereka, misalnya dengan menambah waktu jualan, menyesuaikan waktu

---

<sup>117</sup> Siti Nur Fatoni, 180-181.

operasional, atau fokus menjual barang yang sedang diminati pasar. Misalnya, pedagang tetap melanjutkan jualan meskipun jam pulang biasanya sudah lewat untuk memastikan dagangan habis dan modal cepat terkumpul, sehingga risiko kerugian akibat barang tidak terjual dapat diminimalkan.

Temuan ini menunjukkan bahwa prinsip kehendak bebas mencerminkan sikap fleksibel dan adaptif pedagang terhadap dinamika pasar, tanpa harus menambah modal atau mengubah jenis usaha secara signifikan. Kebebasan tersebut tetap dibatasi oleh norma syariah, seperti tidak melakukan kecurangan, tidak menjual barang haram, dan tidak memanfaatkan kesulitan orang lain untuk keuntungan berlebihan.

Dengan demikian, kemampuan pedagang dalam mengambil keputusan secara mandiri sekaligus mematuhi etika syariah terbukti menjadi salah satu strategi yang memperkuat keberlangsungan usaha mereka di tengah ketidakpastian pasar tradisional.

Temuan tersebut didukung oleh teori prinsip kehendak bebas yang menyatakan bahwa prinsip ini mengantarkan seorang muslim untuk percaya bahwa Allah SWT mempunyai kebebasan mutlak, akan tetapi Allah juga memberi manusia kebebasan untuk memilih antara baik dan buruk.<sup>118</sup>

---

<sup>118</sup> Siti Nur Fatoni, 180-181.

#### d. Prinsip Tanggung Jawab

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip tanggung jawab menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan usaha pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo. Pedagang menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap usahanya dan pelanggannya dengan cara menjaga kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan, serta tidak berpangku tangan saat menghadapi masalah. Misalnya, pedagang sayur memilah sayuran yang masih segar dan menyingkirkan yang mulai layu agar pembeli puas, sementara pedagang bumbu tidak menjual produk yang sudah mulai tidak segar dan menjaga kerapian serta kebersihan tempat jualannya.

Temuan ini menunjukkan bahwa prinsip tanggung jawab mencerminkan sikap amanah pedagang dalam menjalankan usahanya, sekaligus menjadi strategi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Dengan menjaga kualitas dagangan dan membangun kepercayaan konsumen, pedagang mampu membina hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sehingga usaha mereka tetap stabil meskipun menghadapi persaingan dan dinamika pasar tradisional. Prinsip ini menegaskan bahwa tanggung jawab bukan hanya terkait dengan aspek ekonomi, tetapi juga aspek etika dan moral dalam kegiatan berdagang. Temuan tersebut didukung oleh teori prinsip tanggung jawab yang menyatakan bahwa dalam ekonomi Islam.

Pedagang dituntut untuk mengingat tanggung jawab sosial dan lingkungan bukan hanya mengejar keuntungan finansial.<sup>119</sup>



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

---

<sup>119</sup> Maulena, Teuku Zulkarnain, dan Mariana, “Transformasi Bisnis dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah”, *Jurnal Sosial HumanioraSigi (JSH)*, Vol. 7, No. 2, (2024): 177, <https://journal.unigha.ac.id/index.php/JSH/article/view/2910/2078>.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. *Survival strategy* yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo terdiri dari tiga tingkatan yaitu, strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional. Pada tingkat strategi korporasi, pedagang menerapkan strategi pertumbuhan, strategi stabilitas, dan strategi retrenchment untuk beradaptasi dengan dinamika pasar. Pada tingkat strategi bisnis, pedagang melakukan strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus dalam rangka menghadapi tekanan ekonomi, keterbatasan modal, dan persaingan antar pedagang. Sementara itu, pada strategi fungsional pedagang melakukan strategi operasional, strategi pemasaran, strategi keuangan, dan strategi sumber daya manusia (SDM) yang sederhana akan tetap tetap efektif sesuai dengan modal yang terbatas dan kondisi usaha.
2. Kebutuhan ekonomi keluarga merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pedagang kecil di Pasar Besuk untuk menerapkan *survival strategy*. Para pedagang melakukan aktivitas berdagang bukan hanya menjadi sumber penghasilan harian untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka, akan tetapi juga telah menjadi pekerjaan utama selama bertahun-tahun. Bagi para pedagang, pekerjaan berdagang sudah menjadi identitas, rutinitas, juga bentuk tanggung jawab moral untuk menafkahi keluarga serta menjadi profesi yang diwariskan

secara turun temurun. Selain faktor utama tersebut, keberlangsungan usaha pedagang kecil turut dipengaruhi oleh faktor lainnya, yaitu kemampuan dan kemauan, tekad yang kuat dan kerja keras, serta kemampuan menciptakan kesempatan dan peluang. Perpaduan antara pengalaman berdagang, kemauan untuk terus berusaha, ketahanan mental, serta kemampuan beradaptasi terhadap kondisi pasar memungkinkan pedagang kecil mempertahankan usahanya di tengah keterbatasan dan ketidastabilan kondisi pasar.

3. Pedagang kecil di Pasar Besuk melakukan aktivitas berdagang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, akan tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu, tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Sikap jujur, menjaga harga, memilih strategi usaha sesuai syariah, juga memberikan pelayanan yang amanah merupakan sikap yang tercermin dalam keempat prinsip tersebut. Hal ini sejalan dengan pandangan ekonomi Islam bahwa kegiatan ekonomi seperti berdagang juga memiliki dimensi ibadah. Dengan demikian, *survival strategy* yang diterapkan pedagang tidak hanya bersifat pragmatis untuk bertahan hidup, akan tetapi juga mencerminkan nilai-nilai spiritual yang memberikan keberkahan dan keberlanjutan usaha.

## B. Saran

### 1. Bagi Pedagang Kecil

Sebaiknya pedagang kecil di Pasar Besuk dapat terus menerapkan *survival strategy* dengan berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Strategi ini dapat meningkatkan keberlangsungan usaha pedagang, menjaga kepercayaan pelanggan, juga memberikan keberkahan dalam aktivitas sehari-hari.

### 2. Bagi Pemerintah dan Pengelola Pasar

Sebaiknya pemerintah dan pengelola pasar bisa memberikan perhatian kepada pedagang kecil dalam bentuk pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, menyediakan fasilitas pasar yang layak, maupun pendampingan dalam pengelolaan usaha. Hal ini dilakukan agar pedagang kecil dapat menjaga nilai-nilai Islami saat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

*Survival strategy* yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk dengan berlandaskan prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha mereka. Peneliti di masa mendatang diharapkan dapat memperluas objek kajian pada pasar lain, atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat sejauh mana pengaruh faktor ekonomi dan nilai-nilai Islam terhadap *survival strategy*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Fauzi Arif Lubis, Khairina Tambunan. “Strategi Bertahan Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional Nagari Ujung Gading Di Tengah Perkembangan *E-Commerce* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keaamaan*, Vol. 21, No. 02 (2024), [file:///C:/Users/TC/Downloads/1128-Article%20Text-3779-1-10-20240807%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/1128-Article%20Text-3779-1-10-20240807%20(2).pdf).
- Aji, Gunawan et al., “Analisis Strategi Fungsional Sumber Daya Manusia dan Pemasaran”. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, Vol. 1, No. 2 (2023), <file:///C:/Users/TC/Downloads/JRIM+Vol+1+No+2+Mei+2023+Hal+107-115.pdf>.
- Aji, Gunawan et al., “Pengaruh Strategi Operasional, Startegi Pemasaran, dan Strategi Keuangan Terhadap Kinerja Perusahaan”. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2 (2023), <file:///C:/Users/TC/Downloads/Hal+97-106.pdf>.
- Alfiannor, Muhammad Setiawan, Muhammad Nazril Ilham, “Peran Pemerintah Dalam Mengembangkan Pasar Tradisional Ekonomi Syariah”. *Journal Islamic Education*, Vol. 3, No. 2 (2024), <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/1122/976>.
- Aliyah, Istijabatul, “Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan”. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Vol. 18, No. 2 (2017), <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34367/22595>.
- Anita, Maria Titu et al., *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Penerbit Intelektual Manifes Media, 2023. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KfPBEAAAQBAJ&oi=fn\\_d&pg=PA1&dq=buku+tentang+pengertian+pasar&ots=5bxFp6eCl7&sig=1i9DjFaOplYNBghBjZY7E6W\\_o&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=KfPBEAAAQBAJ&oi=fn_d&pg=PA1&dq=buku+tentang+pengertian+pasar&ots=5bxFp6eCl7&sig=1i9DjFaOplYNBghBjZY7E6W_o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan. *Manajemen Strategik Teori Da Implementasi*. Penerbit CV. Pena Persada, 2020. [file:///C:/Users/TC/Downloads/bab%201%20buku%20manajemen%20strategik-2021-01-21T14\\_27\\_51.069Z.pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/bab%201%20buku%20manajemen%20strategik-2021-01-21T14_27_51.069Z.pdf).
- Arnita, Vina, Eky Ermal M, Dito Aditia Darma Nst. “Pengaruh Pasar Tradisional Terhadap Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Di Pulau Samosir Danau Toba”. *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, Vol. 4, No. 2 (2019), <file:///C:/Users/TC/Downloads/2129-6170-3-PB.pdf>.
- Aster, Yuni Juanda, Bob Alfiandi, Indraddin. “Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Di Kecamatan Danau Kemabar Alahan Panjang”, *Jurnal Ilmu Sosial*

dan Ilmu Politik, Vol. 9, No. 2 (2019), <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/6200>.

Astutik, Juli, Tutik Sulistyowati, Eka Meidianti. "Strategi Survival Perempuan Penyandang Disabilitas Sebagai Kepala Keluarga (Study Pada Perempuan Penyandang Disabilitas Di Desa Kabuh, Kecamatan Kabuh, Kabupaten Jombang)". *Jurnal Perempuan dan Anak*, Vol. 2, No. 2 (2019), <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JPA/article/view/9664/6876>.

Baiquni, M., *Strategi Penghidupan Di Masa Krisis* (IdeAs media Yogyakarta, 2007), 48.

Dwi, Beni Komara, Heri Cahyo Bagus Setiawan, Aries Kurniawan. "Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global". *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, no. 3 (2020), <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2506>.

Dyah, Nur Gianawati. *Strategi Bertahan Hidup Buruh Tani Perempuan*. Pandiva Buku, 2013.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=u2jJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+bertahan+hidup+\(survival+strategy\)&ots=q7fe7rVZ7d&sig=BXCoLzj-2mJ7nGL41UBHo0D9oew&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20bertahan%20hidup%20\(survival%20strategy\)&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=u2jJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+bertahan+hidup+(survival+strategy)&ots=q7fe7rVZ7d&sig=BXCoLzj-2mJ7nGL41UBHo0D9oew&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20bertahan%20hidup%20(survival%20strategy)&f=false).

Edwin, Mustafa Nasution et al., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Kencana, 2017.

Erfan, Moh. Arif, Rila Anggraeni. *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2023.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=buku+tentang+strategi+bisnis&ots=9RZcmFAmzm&sig=UhIfL4oQHo-2aejhAwM2qFemOfE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20strategi%20bisnis&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=buku+tentang+strategi+bisnis&ots=9RZcmFAmzm&sig=UhIfL4oQHo-2aejhAwM2qFemOfE&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20strategi%20bisnis&f=false).

Fahrurraisi, Afnas. "Survival Strategy UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kober Mie Setan Cabang Jember)." Tesis, UIN Khas Jember, 2023. <http://digilib.uinkhas.ac.id/25006/1/affnas.pdf>.

Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, 2012.

Harjadi, Didik, Dewi Fatmasari. *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*. UNIKU Press, 2015. [http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok\\_Buku\\_Pengantar\\_Bisnis.pdf](http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok_Buku_Pengantar_Bisnis.pdf).

Harjadi, Didik. Dewi Fatmasari. *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*. UNIKU Press, 2015. [http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok\\_Buku\\_Pengantar\\_Bisnis.pdf](http://repository.syekhnurjati.ac.id/4728/1/Dok_Buku_Pengantar_Bisnis.pdf).

Hasyim, Farida. *Hukum Dagang*. Sinar Grafika Offest, 2009. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=B7KpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pengertian+pedagang&ots=1R0bzVbB7i&sig=ObcRvUBg5-B-t26xOSjdJnhA9-g&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pengertian%20pedagang&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=B7KpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pengertian+pedagang&ots=1R0bzVbB7i&sig=ObcRvUBg5-B-t26xOSjdJnhA9-g&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pengertian%20pedagang&f=false).

Istifhama, Lia. "Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam*, Vol. 8, No. 2 (2017), <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/syaikhuna/article/view/3162/2327>.

Leksono, Sony. *Metode Penelitian Kualitatif Ekonomi dan Bisnis Studi Pengembangan, Akuntansi & Manajemen*. Graha Ilmu, 2020.

Mainingsih, Sayu. "Analisis Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Pasar Batumarta Dalam Perseptif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1 (2023), <https://ejournal.iaiqi.ac.id/index.php/aliftishad/article/view/621/353>.

Malano, Herman. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengertian+pasar+tradisional&ots=djL\\_oMCiEp&sig=LRIIVzrdEdI70ZK1bHhR0DIv6E1M&redir\\_esc=y#v=onepage&q=f&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pengertian+pasar+tradisional&ots=djL_oMCiEp&sig=LRIIVzrdEdI70ZK1bHhR0DIv6E1M&redir_esc=y#v=onepage&q=f&f=false).

Malano, Herman. *Selamatkan Pasar Tradisional*. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pasar+tradisional&ots=djL0nNwmEm&sig=I06QMU03fvS3\\_sdRhnATmfxbLQE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pasar%20tradisional&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+tentang+pasar+tradisional&ots=djL0nNwmEm&sig=I06QMU03fvS3_sdRhnATmfxbLQE&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20tentang%20pasar%20tradisional&f=false).

Masruroh, Nikmatul, Attori Alfi Shahrin. "Kontensi Agama, Pasar Dan Negara Dalam Membangkitkan Daya Saing Ekonomi Umat Melalui Sertifikasi Halal". *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, Vol. 6, No. 1 (2022), [https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?\\_cf\\_chl\\_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5\\_1mmxFdydQ-1736825840-1.0.1.1\\_PoS\\_AoCdxIDtYMP.LPZxCUScc2cC66kuWas916rTyUw](https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?_cf_chl_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5_1mmxFdydQ-1736825840-1.0.1.1_PoS_AoCdxIDtYMP.LPZxCUScc2cC66kuWas916rTyUw).

- Mukramin, Sam'un. "Strategi Bertahan Hidup: Masyarakat Pesisir Suku Bajo Di Kabupaten Kolaka Utara". *Jurnal WALASUJI*, Vol. 9, No. 1 (2018), <https://media.neliti.com/media/publications/292874-strategi-bertahan-hidup-masyarakat-pesis-6e576837.pdf>.
- Mumpuni, Dewi Yudowati, Unia Ningsih. "Strategi Bertahan Home Industri Kopyah Abu Imam Pasuruan". *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. 4, No. 2 (2023), <https://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/lantabur/article/view/5650/3693>.
- Munizu, Musran et al., *Buku Referensi Kewirausahaan (Teori & Strategi Menuju Kesuksesan Berwirausaha)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [https://books.google.co.id/books?id=9SwbEQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Dindin+Abdurohim+BS%22&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&ovdme=1&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=9SwbEQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Dindin+Abdurohim+BS%22&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Nur, Luluk Azizah. "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Kiringan Desa Kemlagilor Turi Lamongan)". *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 1 (2019), <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/224/214>.
- Nur, Mevianti Rahma, Amin Wahyudi. "Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 3, No. 1 (2022), <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1228/908>.
- Nur, Siti Fatoni. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-dasar Ekonomi Islam)*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Nurfaiz, M. Muzakki, Khulifatul HusnaAsri. "Strategi UMKM Bertahan Di Masa Pandemi Dalam Perspektif Islam". *ALIF: Sharia Economics Journal*, Vol. 1, No. 02 (2022), <https://journal.neolectura.com/index.php/alif/article/view/1021/891>.
- Oktarini, Riri. *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Cipta Media Nusantara (CMN), 2022. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4ul4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=buku+survival+strategy&ots=kzcu4uZoCv&sig=UeH7A4QMAaSiUr75Gf5rP6cCLI4&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4ul4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=buku+survival+strategy&ots=kzcu4uZoCv&sig=UeH7A4QMAaSiUr75Gf5rP6cCLI4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Pramudyo, Anung. "Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta". *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2, no. 1 (2014): 82, <https://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/32>.

Radjab, Enny. Andi Jam'an. *Metode Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017. 12, <https://sudimara-tabanan.desa.id/desa/upload/media/upload%20buku%209092022/Metode%20Dan%20penelitian%20Bisnis.pdf>.

Rahmawati, Kamisnawati. "Sistem Perdagangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Pusat Niaga Desa Belawa Baru Kec. Malangke". *Jurnal Muamalah*, Vol. 5, No. 2 (2015), <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/684>.

Ramdhani, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw\\_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=apa+itu+penelitian+deskriptif+kualitatif&ots=f3oE2LRqaw&sig=9UMY6GTUPv124QSXQqViZn2\\_UMU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=apa%20itu%20penelitian%20deskriptif%20kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=apa+itu+penelitian+deskriptif+kualitatif&ots=f3oE2LRqaw&sig=9UMY6GTUPv124QSXQqViZn2_UMU&redir_esc=y#v=onepage&q=apa%20itu%20penelitian%20deskriptif%20kualitatif&f=false).

Reken, Feky et al., *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera, 2024.

Rokhim, Abdul. *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad SAW*. STAIN Jember Press, 2013.

Rozim, Elsy Pratiwi, Ajeng Wahyuni. "Strategi *Survival* Dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Sate Blendet Di Balong Kabupaten Ponorogo". *Journal of Economics Business Research*, Vol. 3, No. 1 (2023), <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/niqosiya/article/view/1267/644>.

S. Adrianus Girikkallo et al., *Buku Ajar Mikro Ekonomi*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grub, 2023.

Silvia, Vani Ningsih. "Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Kota Pinang." Skripsi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024. <https://etd.uinsyahada.ac.id/10643/1/1940200193.pdf>.

Subair, Nurlina. *Srtategi Bertahan Hidup Perempuan Kepala Rumah Tangga Miskin*. AGMA, 2018. [https://www.researchgate.net/publication/338762310\\_Strategi\\_Bertahan\\_Hidup\\_Perempuan\\_Kepala\\_Rumah\\_Tangga\\_Miskin](https://www.researchgate.net/publication/338762310_Strategi_Bertahan_Hidup_Perempuan_Kepala_Rumah_Tangga_Miskin).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Alfabeta Bandung, 2014).

Suhas, Endri Islam, Rifai. "Strategi Bertahan Hidup Para Pedagang Pakaian Konvensional Di Tengah Maraknya Online Shop (Studi Kasus Pedagang Di Panorama Kota Bengkulu)". *Jurnal Niara* Vol. 17, No. 2 (2024), <https://pustaka-psm.unilak.ac.id/index.php/nia/article/view/22710/6821>.

Sunarsi, Clara, Nurmala Ahmar. *Strategi Kepemimpinan Biaya, Diferensiasi, Mnajemen Keberlanjutan dan Pengelolaan Laba*. NEM, 2022, [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qvp7EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+kepemimpinan+biaya&ots=jU5deLuRJo&sig=0k7AoQR-h\\_DKYfoSOJPxuFfquNQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=strategi%20kepemimpinan%20biaya&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=qvp7EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=strategi+kepemimpinan+biaya&ots=jU5deLuRJo&sig=0k7AoQR-h_DKYfoSOJPxuFfquNQ&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi%20kepemimpinan%20biaya&f=false).

Sipatmi, Tri, Nur Hidayah. "Survival Strategy For Grinting Crackers On The South Coast Of Yogyakarta". *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Vol. 9, No. 2 (2020), [file:///C:/Users/TC/Downloads/15939-34987-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/TC/Downloads/15939-34987-1-SM%20(1).pdf).

Syaiful, M. "Strategi Penghidupan Nelayan Pedagang Di Tempat Pelelangan Ikan (Lelong)". *SIGN Journal of Social Science* Vol. 1, No. 1 (2020), <https://jurnal.penerbitsign.com/index.php/sjss/article/view/v1n1-1/45>.

Wadud, Abdul Nafis. *Ekonomi Makro Islam Teori & Praktek*. Mitra Abadi Press, 2009.

Wadud, Abdul Nafis. *Paradigma Ekonomi Islam*. LP3DI Press Lumajang, 2010.

Widia, Dinda Utami, Anisa Ahla, Adil Siswanto. "Efektifitas Strategi Pemberdayaan UMKM Pada Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso". *Journal Of Indonesian Social Society*, Vol. 2, no. 2 (2024), <https://jurnal.padangteknologi.com/index.php/jiss/article/view/237/162>.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Malihatuz Zahro

Nim : 211105020078

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Survival Strategy Pedagang Kecil Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)*" adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan keaslian tulisan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Probolinggo, 10 Oktober 2025



Dewi Malihatuz Zahro

211105020078

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

## MATRIKS PENELITIAN

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Survival Strategy Pedagang Kecil Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana survival strategy yang diterapkan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo dalam menghadapi tantangan.</li> <li>2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan survival strategy pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo untuk bertahan hidup.</li> <li>3. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam dapat diterapkan survival strategy yang dilakukan oleh pedagang kecil di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Survival strategy</li> <li>2. Pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategi korporasi</li> <li>2. strategi pertumbuhan,</li> <li>3. Strategi stabilitas</li> <li>4. Strategi retrenchment</li> <li>5. Strategi bisnis</li> <li>6. Strategi kepemimpinan biaya</li> <li>7. Strategi diferensiasi</li> <li>8. Strategi fokus</li> <li>9. Strategi fungsional</li> <li>10. Strategi operasional</li> <li>11. Strategi pemasaran</li> <li>12. Strategi keuangan</li> <li>13. Satrategi sumber daya alam (SDM)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Data Primer</li> <li>2. Data Sekunder</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pendekatan dan Jenis Penelitian pendekatan kualitatif deskriptif,</li> <li>2) Lokasi penelitian Pasar Besuk, Desa Besuk Agung, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo</li> <li>3) Subjek penelitian pimpinan pasar, pedagang sayur, pedagang kerupuk, pedagang gorengan, pedagang bumbu, pedagang baju, dan pedagang sembako.</li> <li>4) Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi.</li> <li>5) Analisis Data: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.</li> <li>6) Keabsahan data: triangulasi sumber.</li> <li>7) Tahap-tahap penelitian: tahap perencanaan penelitian, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian.</li> </ol>

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

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa yang bapak/ibu lakukan untuk meningkatkan penjualan?
2. Apakah selama berdagang bapak/ibu melakukan banyak perubahan pada jenis dagangan?
3. Bagaimana bapak/ibu mempertahankan pembeli supaya tidak lari ke pedagang yang lain?
4. Apa yang biasanya bapak/ibu lakukan ketika dagangan sedang sepi pembeli?
5. Bagaimana bapak/ibu menentukan harga jual barang kepada pembeli?
6. Apa yang membedakan produk bapak/ibu dari produk pedagang yang lain?
7. Bagaimana cara bapak/ibu menjaga hubungan dengan pelanggan tetap supaya mereka terus berbelanja di tempat bapak/ibu?
8. Bagaimana cara bapak/ibu melakukan pengadaan barang dengan modal terbatas?
9. Bagaimana pembagian kerja antara anggota keluarga?
10. Apa faktor yang mempengaruhi bapak/ibu melakukan strategi bertahan hidup di pasar?
  11. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang keberkahan rezeki dalam usaha?
  12. Bagaimana bapak/ibu menerapkan nilai-nilai Islam dalam berdagang?
  13. Apakah dalam berdagang bapak/ibu menghindari praktik curang atau penipuan?

 <p><b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b>  <b>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER</b>  <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>  Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp (0331) 487550  Fax (0331) 427005 e-mail: <a href="mailto:febi@uinkhas.ac.id">febi@uinkhas.ac.id</a> Website: <a href="https://febi.uinkhas.ac.id">https://febi.uinkhas.ac.id</a></p>		 															
Nomor : B-266/Un.22/7.a/PP.00.9/04/2025 Lampiran : - Hal : Permohonan Izin Penelitian	15 April 2025																
<p>Kepada Yth.  Pimpinan Pasar Besuk, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo  Jalan Raya, Meronggian, Besuk Agung, Kec. Besuk, Kabupaten Probolinggo,  Jawa Timur 67283</p> <p>Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :</p> <table border="0"> <tr> <td>Nama</td> <td>:</td> <td>Dewi Malihatuz Zahro</td> </tr> <tr> <td>NIM</td> <td>:</td> <td>211105020078</td> </tr> <tr> <td>Semester</td> <td>:</td> <td>VIII (Delapan)</td> </tr> <tr> <td>Jurusan</td> <td>:</td> <td>Ekonomi Islam</td> </tr> <tr> <td>Prodi</td> <td>:</td> <td>Ekonomi Syariah</td> </tr> </table> <p>Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Survival Strategy Pedagang Kecil di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo) di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.</p> <p>Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.</p> <p style="text-align: right;">A.n. Dekan Wakil Dekan Bidang Akademik,  Nurul Widyawati Islami Rahayu</p> <p style="text-align: right;"></p>			Nama	:	Dewi Malihatuz Zahro	NIM	:	211105020078	Semester	:	VIII (Delapan)	Jurusan	:	Ekonomi Islam	Prodi	:	Ekonomi Syariah
Nama	:	Dewi Malihatuz Zahro															
NIM	:	211105020078															
Semester	:	VIII (Delapan)															
Jurusan	:	Ekonomi Islam															
Prodi	:	Ekonomi Syariah															

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertandatangan Dibawah ini

Nama : Hannan

Jabatan : Pimpinan Pasar Besuk

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas di bawah ini:

Nama : Dewi Malihatuz Zahro

Nim : 211105020078

Program Studi : Ekonomi Syariah

Universitas : UIN KHAS Jember

Telah selesai melaksanakan penelitian di Pasar Besuk Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Dengan penelitian berjudul **“Survival Strategy Pedagang Kecil di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Besuk Kabupaten Probolinggo)”** terhitung dari 21 April – 5 Mei 2025.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

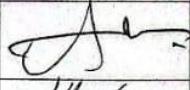
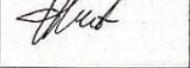
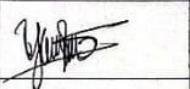
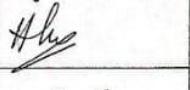
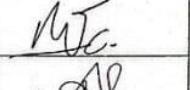
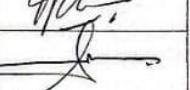
Probolinggo, 5 Mei 2025

Pimpinan Pasar Besuk



**UNIVERSITAS ISLAM NABI JEMERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan Penelitian	Paraf
1.	21 April 2025	Mengantarkan surat ijin penelitian kepada pimpinan pasar besuk	
2.	24 April 2025	Melakukan wawancara dengan ibu pek pedagang sayur di pasar besuk	
3.	26 April 2025	Melakukan wawancara dengan ibu ita pedagang gorengan di pasar besuk	
4.	27 April 2025	Melakukan wawancara dengan ibu hos pedagang bumbu di pasar besuk	
5.	27 April 2025	Melakukan wawancara dengan ibu eko pedagang kerupuk di pasar besuk	
6.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan ibu sri pedagang baju di pasar besuk	
7.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan bapak rasul pedagang sembako di pasar besuk	
8.	5 Mei 2025	Meminta surat keterangan selesai bimbingan	

Probolinggo, Mei 2025

Mengetahui,

Pimpinan  PASAR BESUK

NIP. 197010112007011021

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

**DOKUMENTASI PENELITIAN**

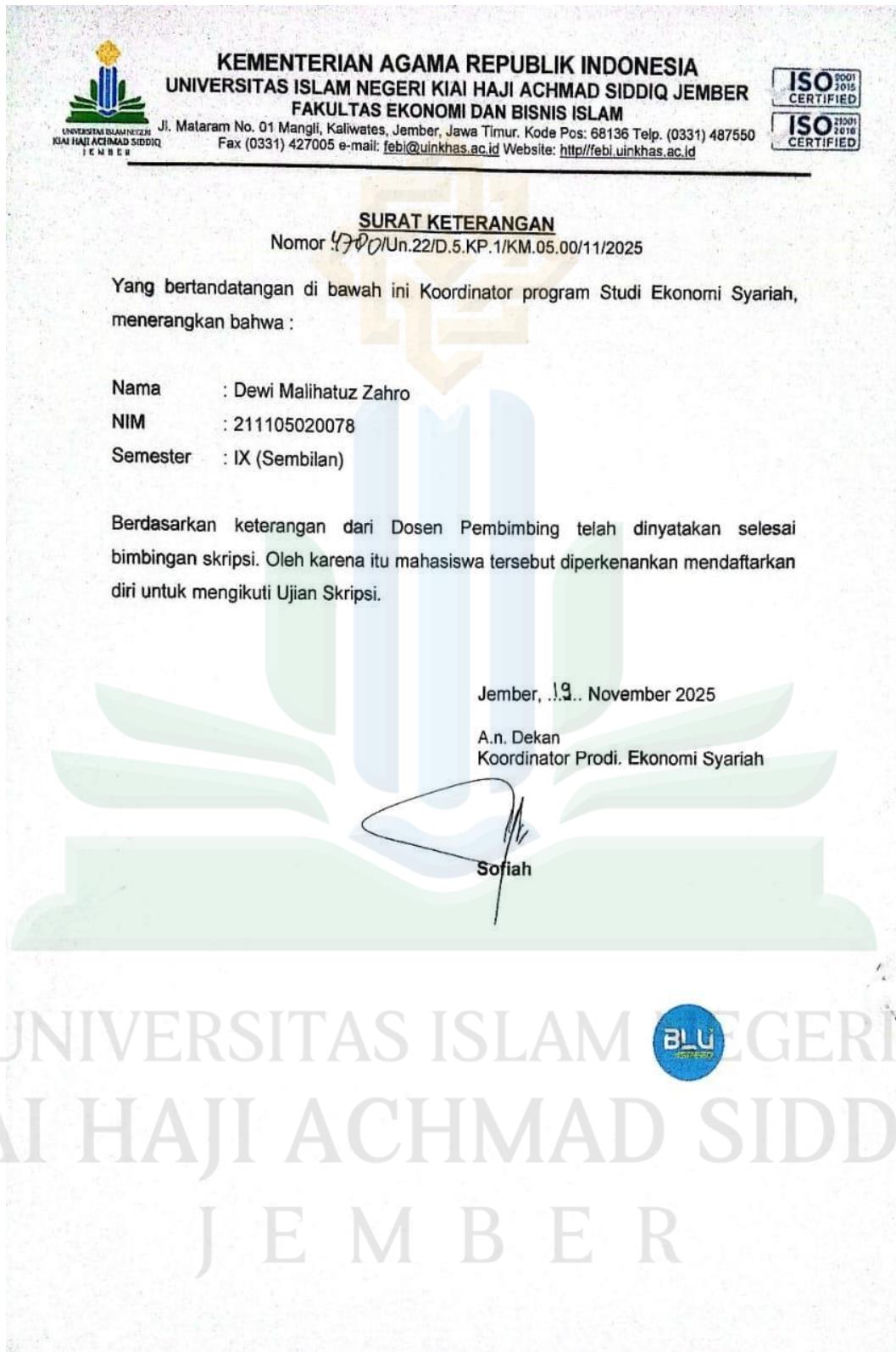
	
Wawancara dengan ibu pek (pedagang)	Wawancara dengan ibu ita (pedagang)

	
Wawancara dengan ibu hos (pedagang)	Wawancara dengan ibu eko (pedagang)

	
<p>Wawancara dengan bapak rasul (pedagang)</p>	<p>Wawancara dengan ibu sri (pedagang)</p>


<p>Wawancara dengan pimpinan Pasar Besuk</p>







**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](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



**SURAT KETERANGAN**

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dewi Malihatuz Zahro  
 NIM : 211105020078  
 Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)	✓	
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitisasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 17 November 2025  
 Pembimbing

  
 Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M. Par  
 NIP.197411102009021001



## SITASI DOSEN

Masruroh, Nikmatul, Attori Alfi Shahrin, Kontensi Agama, Pasar Dan Negara

Dalam Membangkitkan Daya Saing Ekonomi Umat Melalui Sertifikasi Halal, *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars* 6, no. 1 (2022):837,

[https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?cf\\_chl\\_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5\\_1mmxLFdydQ-1736825840-1.0.1.1](https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?cf_chl_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5_1mmxLFdydQ-1736825840-1.0.1.1)  
[PrS\\_AoCdxIDtYMP.LPZxCUScc2cC66kuWas916rTyUw.](https://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/430?cf_chl_tk=M9b3IsOHO8hPnzru.THfH0wv3g.iEma5_1mmxLFdydQ-1736825840-1.0.1.1)

Rokhim, Abdul. *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad SAW*. STAIN Jember Press, 2013.

Wadud, Abdul Nafis. *Ekonomi Makro Islam Teori & Praktek*. Mitra Abadi Press, 2009.

Wadud, Abdul Nafis. *Paradigma Ekonomi Islam*. LP3DI Press Lumajang, 2010.

Widia, Dinda Utami, Anisa Ahla, Adil Siswanto, “Efektifitas Strategi Pemberdayaan UMKM Pada Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso, *Journal Of Indonesian Social Society* 2, no. 2 (2024): 88-89,  
<https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jiss/article/view/237/162>.

### **BIODATA PENULIS**



Nama	: Dewi Malihatuz Zahro
Tempat/Tgl Lahir	: Probolinggo, 12 Januari 2003
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Dusun Krajan, RT/RW: 010/003, Desa Sindet Lami, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo.
NIM	: 211105020078
Prodi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. HP	: 082232857719
Email	: <a href="mailto:dewimalihatuzzahro01@gmail.com">dewimalihatuzzahro01@gmail.com</a>
Riwayat Pendidikan:	
TK PKK Tunas Suci	: 2007-2008
SDN Besuk Agung	: 2009-2015
SMP Darul Lughah Wal Karomah	: 2015-2018
MA Darul Lughah Wal Karomah	: 2018-2021
UIN KHAS Jember	: 2021-2025