

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PASAR SUMBER  
REZEKI KECAMATAN SUNGAI LILIN MUBA)**



**SKRIPSI SARJANA S1**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)**

**OLEH:**

**LATIF LATUN NIKMAH**

**642017018**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
2021**

Palembang, 25 Februari 2021

Hal: Pengantar Skripsi

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi berjudul STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PASAR SUMBER REZEKI KECAMATAN SUNGAI LILIN MUBA), ditulis oleh saudara/i LATIF LATUN NIKMAH telah dapat diajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang  
Demikian terima kasih

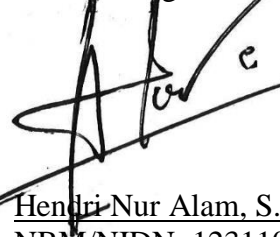
Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



M. Jauhari, S.E., M.Si  
NBM/NIDN: 1096413/0231106903

Pembimbing II



Hendri Nur Alam, S.E., M.Si  
NBM/NIDN: 1231101/0222108202

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PASAR SUMBER  
REZEKI KECAMATAN SUNGAI LILIN MUBA)**

Yang ditulis oleh saudari LATIF LATUN NIKMAH, NIM 642017018

Telah di munaqosah dan dipertahankan

Di depan panitia penguji skripsi

Pada Tanggal 08 Maret 2021

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 08 Maret 2021

Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I

NBM/NIDN: 895938/0206057201



Sekretaris

Helyadi, S.H., M.H

NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dr. Hoirul Anri, M.E. Sy

NBM/NIDN: 1098812/02212056605

Penguji II

Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si

NBM/NIDN: 1152552/0211048702

Menegaskan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum.

NBM/NIDN: 731454/0215126902

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Latif Latun Nikmah

Nim : 642017018

Judul Skripsi : “Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin MUBA)”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dikemudian hal terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, 08 Maret 2021  
Penulis



**Latif Latun Nikmah**  
**NIM: 642017018**

## **ABSTRAK**

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan yang bersifat ekonomi bagi masyarakat. Keragaman para pedagang dan beberapa faktor yang mendasari baik dari intern maupun ekstren menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda. Mulai dari mempromosikan barang, bonus, harga diskon, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah. Pasar tradisional desa sumber rezeki merupakan salah satu pasar yang ada di kecamatan sungai lilin. Merupakan suatu tempat kegiatan sektor perdagangan dan jasa. Hal ini terbukti dengan eksistensi pasar yang memang masih digemari oleh para konsumen dan para tengkulak dari beberapa daerah. Strategi yang dilakukan oleh para pedagang pada beberapa jenis barang dagangannya.

Seperti pemberian potongan harga, dan bonus. Sehingga dikhawatirkan dapat menimbulkan penyimpangan strategi dalam berdagang. Seperti unsur penipuan, tidak jujur, merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam. Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan. Dalam penelitian ini yang memiliki sumber data asli sedangkan tehnik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Langkah terakhir dalam metode penelitian adalah analisa data. Dngan hasil peneitian: menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional adalah adanya bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi. Serta strategi yang belum sesuai adalah adanya pencampuran barang yang berkualitas baik dengan yang berkualitas biasa tanpa bersikap jujur mnerangkan perihal atau kondisi barang dagangannya.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Pedagang Pasar Tradisional Dan Ekonomi Islam

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

خَيْرُ النَّاسِ أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا وَأَتْقَاهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bagus budi pekertinya dan yang paling bermanfaat bagi orang lain”

&

“JALANI LAH HIDUP INI DENGAN OPTIMIS, BERBASIS AL-QUR’AN  
DAN HADIST”

### KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

- **Untuk bapak dan ibuku tercinta yang telah berjuang mencari rezeki untukku sampai saat ini**
- **Adik-adik ku tercinta**
- **Kedua pembimbingku (M. Jauhari S.E., M.Si. Hendri Nur Alam, S.E., M.Si.)**
- **Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syari’ah Universitas Muhammadiyah Palembang**
- **Almamaterku Tercinta Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syari’ah Universitas Muhammadiyah Palembang**

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim....*

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan manusia dari kegelapan ke zaman yang terang-benderang. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syari'ah di Universitas Muhammadiyah Palembang. Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan materil. Maka penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selama ini sudah membesarkan saya dengan tulus, memberikan semangat serta mendoakanku selama aku menempuh pendidikan hingga selesai.
2. Oom dan Tante yang tak henti-hentinya memberikan semangat, dukungan moral, sampai kebutuhan ekonomi.
3. Bapak Dr. H. Abid Djazuli S.E. MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi S.Ag.M. Hum selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang

5. Bapak M. Jauhari S.E., M.SI dan ibu Rina Dwi Wulandari S.E., M.SI selaku kepala dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
6. Bapak M. Jauhari S.E., M.SI selaku pembimbing I skripsi yang selalu memberikan saran, pengarahan, dan masukan sehingga skripsi dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan.
7. Bapak Hendri Nur Alam, S.E., M. Si selaku pembimbing II skripsi yang selalu memberikan saran, pengarahan, dan masukan sehingga skripsi dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan.
8. Dosen dan asisten dosen segenap karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
9. Masyarakat Desa Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin)” yang telah bersedia membantu proses penelitian skripsi ini
10. Almamaterku tercinta Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang yang selalu mendidik, mengajarkan serta mendewasakan dalam berpikir dan bertindak
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 Fakultas Agama Islam Prodi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Palembang khususnya yang sudah membantu proses penyelesaian skripsi ini
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan dapat bermanfaat dan menjadi amal saleh di sisi-Nya. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua *Amin Ya Rabbal'Alamin*.

Palembang, 08 Maret 2021



Latif Latun Nikmah  
NIM: 642017018

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Metode Penelitian .....	8
G. Sistematika penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA/TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Sebelumnya .....	13
B. Landasan Teori .....	15
1. Strategi Pemasaran .....	15
2. Pedagang pasar tradisional .....	17
3. Konsep dan Mekanisme Pemasaran islami .....	24
<b>BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah Pasar Tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin .....	33
B. Kondisi Geografis .....	35
C. Kondisi Sosial Ekonomi .....	36
D. Kondisi Sosial Keagamaan .....	39
E. Struktur Organisasi .....	40

<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>42</b>
A. Strategi pemasaran pedagang pasar tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin. ....	42
B. Tinjauan Teori Marketing Syari'ah Terhadap Strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin.....	46
C. Strategi Pemasaran Syari'ah yang digunakan Pedagang Pasar Tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin .	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
A. Simpulan .....	49
B. Saran-Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Dan Persamaan .....	14
Tabel 3.1 : Jumlah Penduduk .....	36
Tabel 3.2 : Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 3.3 : Mata Pencarian .....	37
Tabel 3.4 : Sarana Dan Prasarana .....	38
Tabel 3.5 : Jumlah Penduduk Menurut Agama .....	40

## **DAFTAR GAMBAR**

Struktur organisasi Pasar Tradisional Desa Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin .....	41
---	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Pasar dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi memang sangat berpengaruh khususnya dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik dipusat maupun daerah. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah 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 kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional*, (pusat perbelanjaan dan toko modern, 2007)www.bpkp.go.id.

Dan bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai. dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Monzer Kahf di tahun 1968 menggambarkan sebuah pasar itu terbentuk dari produsen-produsen kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah tidak tertentu.

Keragaman para pedagang dan beberapa faktor yang mendasari baik dari intern maupun ekstern menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, harga diskon, bonus, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah. Berkaitan dengan strategi tersebut, dalam bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariat, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Pemasaran dalam perspektif Islam adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan berubah value dan suatu inisiator kepada stakeholdernya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>2</sup> Tata cara syariat yang harus di terapkan dalam bisnis islam yaitu:

1. Tauhid Semua bisnis pada dasarnya bertujuan untuk memberikan manfaat atau solusi terhadap suatu masalah tertentu. Yang perlu di perhatikan agar solusi

---

<sup>2</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PTMizan Pustaka, 2006) hal. 29.

yang diterapkan memiliki nilai yang berkah maka semua kegiatan bisnis harus di dasari dengan tauhid, sehingga dalam menerapkan tauhid dalam bisnis tidak hanya mengharapkan keuntungan saja melainkan untuk mencari keridhoan Allah.

2. Prinsip Keadilan yang disebut dengan adil adalah mengutamakan kebenaran sesuai dengan Syariat Islam begitu pula dengan bisnis. Jika setiap pelaku bisnis menerapkan keadilan maka tidak ada pihak yang di rugikan dan bisnis akan semakin berkembang karena mendapat kepercayaan dari masyarakat.
3. Bebas dari unsur *Riba* Meskipun riba sangat dilarang dalam Islam. namun kenyataannya banyak transaksi riba yang terjadi di tengah-tengah masyarakat indonesia yang notabene penduduknya mayoritas beragama Islam. Fenomena tersebut sangat bertolak belakang dengan prinsip bisnis Syariah yang menerapkan sistem Islam dalam menjalankan kegiatan usaha sehingga segala bentuk praktik *Riba* dilarang dalam bisnis.
4. Tidak berbisnis yang haram Pantangan dalam bisnis Syariah adalah tidak diperbolehkan terlibat dalam segala bentuk kegiatan yang terdapat unsur haram didalamnya. Bisnis yang haram dapat menimbulkan dampak buruk dan kebohongan. contoh bisnis narkoba dan minuman keras. Seperti dalam hadis di katakan:

الرُّهُرِيُّ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ حَدَّثَنَا حَسَّانُ حَدَّثَنَا أَبُو نَسْرٍ قَالَ قَالَ مُحَمَّدٌ هُوَ اللهُ عَنْهُ قَالَ  
 سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي  
 ثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ



*Nabi bersabda: “barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau di panjang kan umurnya, maka bersilaturahmi.” (Matan lain; Muslim 4638, Abi Daud 1443, Ahmad 12128)*

Dari hadist tersebut dapat kita pahami bahwa seorang muslim harus mencari rezeki yang halal dan di tunjang dengan melakukan silaturahmi. Didalam transaksi jual beli Islam menyarankan agar kedua belah pihak yang melakukan jual beli agar bertemu langsung karena akan timbul ikatan persaudaraan antara penjual dan pembeli. Di dalam keterikatan itu kedua belah pihak akan senantiasa saling membantu dan bekerja sama untuk saling meringankan baik secara sukarela atau dengan adanya imbalan. Dari hadist diatas menggambarkan bahwa Allah SWT akan memberi rezeki bagi orang yang selalu menyambung silaturrahi antar sesama. Dalam hal ini, yang akan disusun teliti adalah terkait dengan strategi pemasaran pedagang pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam yang terletak di pasar tradisional desa Sumber Rezeki. Merupakan salah satu pasar yang ada di kecamatan Sungai Lilin.

Pasar Tradisional Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin MUBA merupakan suatu tempat kegiatan sektor perdagangan dan jasa. Hal ini terbukti dengan eksistensi pasar yang memang masih digemari oleh para konsumen dan para tengkulak dari beberapa daerah. Dalam observasi awal, penyusun telah memperoleh informasi tentang strategi yang dilakukan oleh para pedagang pada beberapa jenis barang dagangannya. Seperti pemberian potongan harga, dan bonus. Sehingga dikhawatirkan dapat menimbulkan penyimpangan strategi

dalam kualitas berdagang. Seperti unsur penipuan (*gharar*), tidak jujur, merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam. Dalam hadist dikatakan:

حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ شُعْبَةَ عَنِ الْعَلَاءِ وَابْنِ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ  
 قَلَّ سَمِعْتُ الْعَلَاءَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ  
 عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ الْكَاذِبَةُ مَنْفَقَةٌ لِسَلْعَةٍ مَمْحَقَةٌ لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرٍ

الْبَرَكَاتُ

*Nabi bersabda: “sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.”  
 Ibnu fajar berkata: “menghapus keberkahan”. (Matan lain: Bukhori 1945, Nasa’I 4385, Abu Daud 2897).*

Dari hadist tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berlebihan dengan sumpah palsu, bombastis, tetapi harus realitas. Karena, jika dilakukan dengan penuh bombastis, dapat menyesatkan dan mengecoh konsumen. Jika suatu saat konsumen itu menyadari akan kebohongan suatu produk, maka secara pasti mereka akan meninggalkannya. Akibatnya, produksi akan mengalami penurunan, tentu saja keuntungan semakin kecil. Meningkatkan kinerja dan memilih pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha merupakan cara yang tepat agar tetap eksis dalam persaingan dan produknya bisa di kenal dan di minati konsumen. Pemasaran sangat penting dalam menjalankan kemajuan dan kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha di bidang jasa maupun di bidang penjualan produk. Pemasaran memegang fungsi yang sangat komplek dan menyangkut secara keseluruhan kepentingan pada suatu unit bisnis.

Pemasaran harus secara intensif menjalin kerja sama dengan bagian lain sehingga membentuk suatu sinergi dalam meningkatkan nilai pelanggan. Kesuksesan kinerja pemasaran bukan sesuatu yang berdiri sendiri tetapi lebih pada kerjasama antar fungsi dan bagian yang membentuk suatu rangkaian rantai nilai dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dari pemaparan permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus pasar Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin MUBA)**<sup>3</sup>

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini di perlukan supaya pembahasan dan tujuan tidak menjalar menjadi luas, dengan ini penulis membatasi masalah yang akan di bahas dalam penelitian hanya dalam ruang lingkup strategi pemasaran pedagang pasar tradisional Desa Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dikemukakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Usman Rianse, abdi, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal.12.

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Dilakukan oleh Pedagang Pasar Tradisional di Pasar desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin?
2. Bagaimana Tinjauan dari Teori Marketing Syariah Terhadap Strategi yang dilakukan oleh Pedagang Pasar Tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin?
3. Strategi Pemasaran Syari'ah Apa yang digunakan Pedagang Pasar Tradisional di desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah serta rumusan masalah yang tertera diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh pedagang pasar di pasar tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin.

1. Untuk mengetahui tinjauan teori marketing syariah terhadap strategi yang dilakukan pedagang pasar Tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin.
2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Syari'ah apa saja yang di gunakan di pasar Tradisional desa Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin kabupaten Musi Banyuasin.

### **E. Manfaat Penelitian**

Sedangkan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan memberikan masukan bagi masyarakat luas pada umumnya.
2. Bagi universitas diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan dengan strategi pemasaran.
3. Bagi umum, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pemasaran.
4. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun ke dalam dunia kerja yang sebenarnya.

### **F. Metode Penelitian**

Adapun metode yang di gunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Jenis penelitian lapangan

Penelitian ini akan di laksanakan di Desa Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin dan data yg di peroleh dari penelitian ini adalah strategi pemasaran pedagang pasar tradisional di tinjau dari perspektif ekonomi islam.

## 2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah Kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini melalui narasumber wawancara dan pengamatan terhadap salah satu pedagang pasar tradisional di desa tersebut oleh penulis selain itu juga sumber data juga di peroleh dari internet, buku, majalah, dll.<sup>4</sup>

## 3. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang akan peneliti gunakan adalah dengan cara:

### a. Observasi

Yaitu dengan pengamatan secara langsung para pembuat keputusan, berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan.

### b. Wawancara / Interview

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada pihak yang akan diteliti, yaitu pengelola pasar dan salah satu pedagang pasar tradisional dipasar desa sumber rezeki kecamatan sungai lilin kabupaten musi banyuasin.

### c. Metode kepustakaan

Didalam pengumpulan data studi pustaka penulis memperoleh data-data dari buku. Serta bacaan-bacaan lain yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) hal.103.

#### 4. Teknis Analisa Data

Menurut Mudjiaraharjo Analisis data kualitatif adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga di peroleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin di jawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa di sederhanakan untuk akhirnya bisa di fahami dengan mudah. Setelah data terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian.<sup>5</sup>

#### **G. Sistematika penulisan**

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika penulisan yang merupakan garis besar dari skripsi ini, sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> . V.Wiratna Sujarweni. *Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru,2020)  
46hal.34

**BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, Sistematika Penulisan.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA/ TEORI**

Pada bab ini berisi tentang penelitian sebelumnya, pengertian strategi pemasaran, pengertian pedagang pasar tradisional, kosep dan mekanisme pemasaran islami.

**BAB III: DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang sejarah pasar tradisional sumber rezeki kecamatan sungai lilin muba, kondisi geografis, kondisi social ekonomi, kondisi social keagamaan, struktur organisasi.

**BAB IV: ANALISIS DATA**

Pada bab ini menjelaskan tentang Strategi pemasaran pedagang pasar tradisional Sumber Rezeki kecamatan Sungai MUBA, Tinjauan Teori Marketing Syari'ah Terhadap Strategi yang dilakukan pedagang pasar tradisional Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin MUBA, Strategi Pemasaran Syari'ah yang digunakan Pedagang Pasar Tradisional Sumber Rezeki kecamatan Sungai Lilin MUBA.



**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang Simpulan yang didapat dari penelitian tersebut, dan saran yang ditunjukkan kepada pihak terkait bagi pedagang pasar tradisional, peneliti selanjutnya dan prodi ekonomi syariah fakultas agama islam UM Palembang.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2007.
- Basu swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008) hal. 75.
- Cholifah, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim di daerah Semarang*. Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo) hal. 6.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*, BFFE-Yogyakarta. 2014
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka. 2006
- Indriyo Gito Sudarno, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BFFE-Yogyakarta 2014) hal. 285.
- Jusmaliani dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*, Bumi Aksara. Jakarta
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2006)
- K. Lubis Suhrawardi. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Liberty, Yogyakarta 2002) hal. 6.
- Nur Faeni Ulyati, *Strategi pemasaran pedagang pasar tradisional dalam perspektif ekonomi islam (Studi kasus di pasar Lubuksiu-Tegal)*. Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo) hal. 30.
- Philip cotler & A.B susanto, *Manajemen pemasaran di Indonesia, Analisis perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: salemba empat, 2000) Hal.11
- Rivai, Veitzhal., *Islamic Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*, (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2007)

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung 2008

Usman Rianse, abdi, *metodologi penelitian sosial ekonomi teori dan aplikasi*, (: Alfabeta, Bandung 2012)

V.Wiratna Sujarweni. *Penelitian Kualitatif*, (PT. Pustaka Baru, Yogyakarta 2020)

Yuniati Asmaniah, *Bauran promosi dalam perspektif islam*. Skripsi, (Malang: Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2007) hal. 6.

[Http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-pasar-menurut-para-ahli.html](http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-pasar-menurut-para-ahli.html).

Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional*, (pusat perbelanjaan dan toko modern, 2007)[www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id).

Darsono, Wakil Ketua Pengelola Pasar Tradisional Desa Sumber Rezeki, wawancara, sumber rezeki, 4 januari, pukul 10.00

Ganang, Pedagang Pasar Tradisional Desa Sumber Rezeki, wawancara, sumber rezeki, 6 januari 2021, pukul 15.00

Susi, Pedagang Pasar Tradisional Desa Sumber Rezeki, wawancara, sumber rezeki, 6 januari 2021, pukul 13.00

Syafa'atun, Pedagang Pasar Tradisional Desa Sumber Rezeki, wawancara, sumber rezeki, 6 januari 2021, pukul 10.00

Buku Data Informasi Desa Sumber Rezeki Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuwasin