

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DISUSUN OLEH:

ISMAWATI
NIM. 11425203974

JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRi SULTAN SYARIF KASIM RIAU -
PEKANBARU
1442 H / 2021 M



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Dr. NURNASRINA, SE, M.Si
 DOSEN FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Pekanbaru, Juli 2021

No : Nota Dinas
 Lamp :
 Hal : Pengajuan Skripsi
 Sdr. Ismawati

Kepada Yth
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
 UIN Suska Riau Pekanbaru
 di-
 Pekanbaru

Assalamu 'alaikum Warohmatullah Wabarokatuh.

Dengan Hormat

Setelah membaca, meneliti, memberikan bimbingan seperlunya serta mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara Ismawati berjudul : **“Strategi Bersaing Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah”** dapat diajukan untuk menempuh ujian munaqasah guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau .

Harapan kami dalam waktu dekat saudara Ismawati dapat dipanggil dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian harapan kami, atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullah Wabrokatuh.

Pembimbing

Dr. Nurnasrina, SE, M.Si
NIP.19800405 200901 2 008

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DENGAN PASAR MODERN DI KELURAHAN BANGKO JAYA KABUPATEN ROKAN HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH", yang ditulis oleh:

Nama : ISMAWATI
NIM : 11425203974
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 09 Agustus 2021
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Daring / online

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Agustus 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Mawardi S.Ag

Sekretaris
Roni Kurniawan, S.H M.H

Penguji I
Kamirudin, M.Ag

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Dr. Zulkifli, M.Ag
NIP. 197410062005011005





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Ismawati 2021 : Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah”

Latar belakang penelitian bahwa pasar tradisional di desa bangko sudah lama berdiri dan awalnya pada umumnya masyarakat berbelanja dipasar bangko, namun semakin perkembangnya zaman banyak bermunculan pasar moderen dan mengakibatkan menurunnya omset penjualn pasar tradisional maka diperlukan strategi agar bisa bersaing. maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bersaing pedagang pasar tradional dengan pasar moderen di kelurahan Bangko Jaya kabupaten Rokan Hilir, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam bagaimana strategi bersaing pedagang pasar tradional dengan pasar modern di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 257 diambil 10% dengan rumus *slovin* didapat sampel 42 orang dengan teknik *rendom sampling*.teknik pengumpulan data oservasi, wawancara, angket ,dokumentasi dan studi kepustakaan kemudian dianalisa menggunakan analisa *deskriptif kualitatif*.

Hasil penelitian strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar modern dikelurahan bangko jaya kabupaten rokan hilir diantara yaitu : memperhatikan kadaluarsa dengan tanggapan ia 38 atau 90,4 %, dan barang dijual lengkap sebanyak 30 atau 71,4%. lebih murah sebanyak 27 atau 64,2%. namun yang belum atau masih kurang diterapkan adalah strategi tidak adanya diskon sebanyak 27 atau 64,2%. Timbangan yang tidak sesuai ketentuan 32 atau 76,1 % dan kadang info yang disampaikan terkadang tidak benar sebanyak 20 orang atau 47,6%.tinjauan ekonomi islam tentang strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar modern di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir diantara: tempat yang bersih, harga diantara pedagang tidak jauh berbeda ini sesuai dengan ekonomi Islam, namun dari segi barang dan promosi masih belum sepenuhnya sesuai ekonomi Islam karena adanya barang yang terkadang dicampur kualitasnya.

KATA PENGANTAR

Tiada rangkaian kalimat yang paling indah selain mengucapkan untaian kalimat syukur alhamdulillah kehadiran Allah swt yang telah memberikan berbagai nikmat, karunia, dan inayahNya kepada penulis sehingga mempermudah dalam penyusunan skripsi guna melengkapi tugas akhir Program S1 Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad saw, yang telah mewariskan Al- Qur'an dan sunnah sebagai petunjuk kebenaran sampai akhir zaman. Setelah melewati aral dan rintangan, semangat yang tak mudah padam dan usaha yang tak pernah mengenal lelah, akhirnya penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah”** dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini selain untuk memenuhi persyaratan akademik meraih gelar sarjana, mudah-mudahan juga dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan kepada semua pihak.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu melalui karya ini penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang senantiasa mendo'akan dan mengharapkan keberhasilan penulis. Ucapan yang sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan dukungan, baik secara moril maupun materil terutama do'a, demi kebahagiaan dan masa depan penulis.
2. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, do'a serta motivator demi tercapainya cita-cita penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Hairunas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Dr. Hj. Helmiati, M. Ag, selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwin, S. Pt., M.Sc., Ph.D, selaku Wakil Rektor III.
4. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku wakil Dekan I, Bapak Dr. Mawardi, S.Ag., M.Si. selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku wakil Dekan III.
5. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag, M.Ag selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah.
6. Ibu Dr. Nurnasrina, SE, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Nurlaili, M. Pd, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menimba ilmu yang bermanfaat pada almamater ini.
9. Bapak/Ibu Pegawai Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah melayani pengurusan administrasi penulis.
10. Seluruh karyawan Perpustakaan UIN Suska Riau yang telah memberikan fasilitas peminjaman buku kepada penulis.
11. Semua responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada seluruh teman-teman Ekonomi Islam yang memberikan makna kebersamaan selama masa perkuliahan serta motivator penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Kepada seluruh keluarga kedua penulis "FK-MASSYA" yang kebersamai dan memberikan segala ilmu agama agar senantiasa selalu memperbaiki diri untuk menjadi muslimah yang memiliki kepribadian yang lebih baik lagi.
14. Sahabatku Irsa Datul Husni, Herlina, Tutik Salmiati, Riska Wahyuni, Fuani Amini dan Nur Aini yang selalu memotivasi dan memberikan masukan supaya penulis bisa dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Atas segala bantuan, petunjuk, bimbingan, semangat serta doa dari berbagai pihak. Semoga menjadi amal kebaikan dunia dan akhirat dan semoga Allah swt membalasnya. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 2021

Penulis

ISMAWATI
NIM. 11425203974

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Metode Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional Variabel.....	10
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II. GAMBARAN UMUM PASAR BANGKO KELURAHAN BANGKO JAYA	
A. Sejarah	13
B. Visi dan Misi Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya.....	13
C. Struktur Organisasi	14
BAB III. TINJAUAN TEORITIS	
A. Strategi Bersaing	17
B. Pedagang	25
C. Pasar	27
D. Persaingan Usaha dalam islam.....	31
E. Pasar dalam Ekonomi Islam.....	38
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisional dengan Hadirnya Pasar Modern dikelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.....	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Ekonomi Islam Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisional Dengan Hadirnya Pasar Modern Di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir	57
--	----

BAB V. KESIMPULSN DAN SARAN

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Omset Penjualan Pedagang Tradisional Setelah ada Pasar Moderen.....	4
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel IV. 1 Tanggapan Responden Tentang Berapa Lama Bapak/Ibuk Menjadi Pedagang di Pasar Tradisional Bangko.....	48
Tabel IV. 2 Tanggapan Responden Tentang Barang Yang Bapak/Ibuk Dijual Dipasar Tradisional ini Lengkap	49
Tabel IV. 3 Tanggapan Responden Tentang Barang Yang Bapak/Ibuk Jual Dilengkapi Dengan Tanggal Kadarluarsa	49
Tabel IV. 4 Tanggapan Responden Tentang Dalam Berjualan Bapak/Ibuk Menjual Produk Yang Terbaru yang Jarang Dijual Dipasar	50
Tabel IV. 5 Tanggapan Responden Tentang Harga Barang Yang Bapak/Ibuk Jual Dipasar Tradisional Lebih Murah Dibanding Pasar Moderen	51
Tabel IV. 6 Tanggapan Responden Tentang Ada Diskon Yang Bapak/Ibuk Berikan Kepada Para Pembeli.....	51
Tabel IV. 7 Tanggapan Responden Tentang dalam Berdagang Bapak/Ibuk Melakukan Promosi Untuk Menarik Pembeli.....	52
Tabel IV. 8 Tanggapan Responden Tentang Dalam Berdagang Bapak/Ibuk Memperhatikan Tata Letak Barang Yang Akan Dijual	52
Tabel IV. 9 Tanggapan Responden Tentang Dalam Berdagang Bapak/Ibuk Memperhatikan Kebersihan Tempat Jualan.....	53
Tabel IV. 10 Tanggapan Responden tentang Akses Jalan Ke pasar Tradisional ini Mudah	54
Tabel IV. 11Tanggapan Responden tentang Tata Letak Pedagang Sudah Tertata Rapi	54
Tabel IV. 12 Tanggapan Responden tentang Membeda-bedakan Harga Antara Para Pembeli.....	55
Tabel IV. 13 Tanggapan Responden Tentang Mencampurkan Barang Antara Kualitas Bagus Dengan Kualitas Yang Tidak Bagus.....	55
Tabel IV. 14 Tanggapan Responden Tentang Memberikan Informasi Yang Benar Tentang Barang yang Diperjualbelikan	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel IV. 15 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Timbangan Yang Sesuai Aturan yang Telah Ditentukan.....

57



DAFTAR GAMBAR

Gambarl : 2.1 Struktur Organisasi Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya..... 15



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman dengan ditandai munculnya era globalisasi yang merambah pada dunia bisnis dan perdagangan, dibangunlah tata kelola yang lengkap dengan sarana dan fasilitas penunjang guna untuk memudahkan akses dalam kehidupan sehari-hari. Pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Pentingnya pasar dalam islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.¹

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Adanya transaksi tersebut akan meningkatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki setiap objek ekonomi tersebut.²

Mekanisme pasar merupakan mekanisme perniagaan yang paling ideal menghasilkan transaksi yang baik dan didasarkan oleh *mutual goodwill* (saling menghendaki kebaikan) diantara pelaku- pelakunya, yaitu penjual dan pembeli.³

¹ Isnawati, Skripsi: *Peranan Pasar Tradisional di Kelurahan Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Palalawan Dalam Meningkatkan Perekonomian Pedagang Menurut Ekonomi islam.* (Pekanbaru, UIN Suska, 205), hal. 2.

² Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Cet. Ke- 3, hal. 13

³ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alfa Riau, 2007), hal. 101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mekanisme pasar dapat mengalokasikan faktor-faktor produksi dengan cukup efisien dan dapat mendorong perkembangan ekonomi disebabkan karena ia memiliki beberapa kebaikan yang dijelaskan dibawah ini:

1. Pasar dapat memberi informasi yang lebih tepat.
2. Pasar memberikan perangsang untuk pengembangan kegiatan usaha.
3. Pasar memberikan perangsang untuk memperoleh keahlian moderen.
4. Pasar mengalahkan penggunaan barang dan faktor produksi secara efisien.⁴

Islam memiliki rambu-rambu dan aturan main yang dapat diterapkan di pasar dalam upaya menegakkan kepentingan semua pihak, rambu atau aturan tersebut terdapat dalam Al-Qur`an dan hadits. Seperti dalam Al-Qur`an surat Al-Furqon ayat 7:

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُوبَ مَعَهُ نَذِيرًا ﴿٧﴾

Artinya: “Dan mereka berkata: “Mengapa Rasul itu memakan makanan yang berjalan dipasar-pasar? Mengapa tidak diturunkan kepadanya seorang malaikat agar malaikat itu memberi peringatan bersama-sama dengan dia”⁵(QS. Al-Furqon: 7)

Dari segi macamnya pasar dibagi menjadi dua bagian yaitu pasar tradisonal dan pasar moderen. Pasar tradisional dengan kondisi pasar yang becek dan bau, tawar menawar yang rumit, tidak aman, resiko pengurangan timbangan, penuh sesak, dan sejumlah alasan lainnya. Padahal, pasar tradisional juga masih memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah masih adanya

⁴ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), Cet. Ke-3, hal. 41-42

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahan*, (Jakarta: CV Dasru Sunnah, 2007)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kontrak social saat tawar menawar antara pedangang dan pembeli. Perdagangan merupakan aspek kehidupan yang bersifat horizontal dengan sendirinya dapat berarti beribadah karena memberi kemudahan kepada orang yang membutuhkan.⁶

Sedangkan pasar moderen adalah suatu pasar atau tokoh yang mengacu kepada konsep *store environment* yang mempunyai 3 elemen utama yaitu: *store image, store atmospheres dan store theatrics*.⁷

Salah satu Pasar tradisional yang terletak di Desa Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir berdiri sekitar tahun 2005, luas lahan pasar sekitar 7131,75 M² terdiri dari tiga hamparan yaitu, hamparan I seluas 4013,75 M², hamparan II seluas 286 M², dan hamparan III seluas 2823 M², lahan tersebut adalah lahan yang dihibahkan oleh salah satu warga yang mampu di Desa Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir untuk dijadikan lokasi sarana dan prasarana pasar Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.⁸

Namun berdasarkan pengamatan penulis terhadap pedagang di pasar baru Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir semakin hari semakin sepi, sehingga transaksi jual beli pedagang pasar tradisional dari hari kehari semakin menurun⁹. Adapun data awal dari jumlah pendapatan pedagang pasar tradisional dapat dilihat pada tabel berikut:

⁶ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: CV. Alfabeta, 1994), cet. Ke-2, hal.75

⁷ Hermawan Kartajaya, *Menggali potensi wirausaha*, (Jakarta: CV.dian Anugerah, 2006),hal.29

⁸ Dokumentasi, *Pasar Tradisional Desa Bangko Jaya*, (Rokan Hilir: 10 Januari 2018).

⁹ pak buyung , *Wawancara*, pada 10 januari 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1
Tabel Omset Penjualan Pedagang Tradisional Setelah
ada Pasar Moderen

No	Jenis barang dagangan	Omset / bulan		
		Juni	Juli	Agustus
1	Pedagang sembako	8.000.000	7.200.000	7.000.000
2	Pedagang sayuran	2.800.000	2.700.000	2.200.000
3	Pedagang ikan	7.400.000	8.000.000	7.800.000
4	Pedagang baju	5.000.000	5.280.000	3.000.000
5	Pedagang pecah belah	3.800.000	1.500.000	1.800.000

Sumber: Data Olahan 2018

Dari tabel di atas diambil kesimpulan bahwa dari data yang penulis dapat secara langsung dari para pedagang di antara pedagang sembako, pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang baju dan pedagang pecah belah.

Adanya penurunan omset yang terus menerus dari bulan Juni, Juli dan Agustus tahun 2018 ini yang sangat mengalami penurunan yang signifikan adalah pedagang baju dan pedagang pecah belah.

berdasarkan observasi dilapangan ada beberapa pasar moderen yang lokasinya berdekatan dengan pasar tradisional Di Kecamatan Bangko Jaya. dengan data sebagai berikut:

Tabel.1.2
pasar modern di Kecamatan Bangko Jaya

No	Pasar modern
1	Alfamart

2	Indomaret
3	Swalayan Samudra Teknik

Sumber : data 2021

Dari tabel dapat diketahui bahwa ada beberapa pasar modern yang masih berdekatan dengan pasar tradisional, maka perlu adanya strategi oleh pasat tradisional agar bisa bersaing dengan beberapa pasar modern yang ada dan semakin banyak berkembang.

Berdasarkan wawancara awal kepada pedagang baju ia mengatakan bahwa untuk pembeli baju sekarang minat konsumen menurun karena banyaknya ruko-ruko baju di toko-toko moderen walaupun kami tetap mengikuti model baju yang tren hari ini.¹⁰

Akibat menjamurnya pasar moderen di Kelurahan Bangko kondisi ini tentu mengakibatkan menurunnya pendapatan pedagang para pedagang-pedagang yang ada di pasar. Dari wawancara kepada salah seorang pembeli ia menagtakan lebih senang berbelanja ditempat yang lebih nyaman dibandingkan dengan keadaan yang berdesak-desakan karena ramainya pengunjung yang lewat tersebut. Selain itu keadaan pasar yang becek dan kotor membuat masyarakat kurang berminat untuk belanja ke pasar.¹¹

Dari pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut ke dalam bentuk tulisan ilmiah dengan judul:

“STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DENGAN

¹⁰ Ibuk astuti (pedagang baju), wawancara, 05 November 2018

¹¹ Winda (pembeli), wawancara, 05 November 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

PASAR MODERN DI KELURAHAN BANGKO JAYA KABUPATEN ROKAN HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang di persoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Dengan demikian penulis hanya meneliti tentang” Tantangan pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir menurut ekonomi syariah”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir?

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai syarat mengajukan skripsi pada jurusan Ekonomi syariah Fakultas Syariah dan Hukum.
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah kanzah ilmu pengetahuan dalam bidang dalam bidang ekonomi.
- c. Menambah wawasan bagi penulis dan mengetahui, membahas serta menetapkan hukum terhadap suatu fakta/kenyataan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah Pasar Tradisional di Desa Bangko Jaya Kecamatan Bangko Pusako Kabupaten Rokan Hilir. Lokasi ini dipilih karena pasar tradisional yang terletak di Desa Bangko Jaya Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir ini merupakan pasar yang perkembangannya paling lama di daerah tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah pedagang pasar tradisional di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Objek penelitian ini adalah pasar tantangan yang dihadapi oleh pasar tradisional dengan hadirnya pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.

3. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu keseluruhan objek dan subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti¹². Populasi penelitian ini adalah para pedagang sembako yang berada di Pasar Tradisional Desa Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.¹³ Populasi dalam penelitian ini sebanyak 257 orang pedagang. Diambil sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rumus Slovin} &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{257}{(1 + 257 \times 0.01)^2} \\
 &= \frac{257}{(1 + 5,14)} \\
 &= \frac{257}{6,14} \\
 &= 41,8 \text{ atau } 42 \text{ orang pedagang}
 \end{aligned}$$

¹² Nanang, Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta, rajawaliPres, 2010).hal. 66

¹³ Derman, *Kepala Pasar Rabu*, (Bangko jaya: 10 Januari 2018).

Maka sampel dalam penelitian adalah 16% dari jumlah keseluruhan di dapat sampel sebanyak 42 pedagang.

4. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang di peroleh secara langsung dari Pasar Tradisional Kelurahan Bangko Jaya.
- b. Data skunder, yaitu data yang diperoleh dari riset perpustakaan dan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan instrument:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat untuk mengetahui subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan. Disini penulis mengamati lokasi pasar, pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Desa Bagko Jaya Kecamatan Bangko Pusako, serta mengamati bagaimana mekanisme perdagangannya dan mendokumentasikan para Pedagang di Pasar Tradisional Desa Bangko Jaya.

b. Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara adalah sebuah percakapan (*face to face*) antara peneliti dan informan, dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab.¹⁴

c. Angket (kuesioner)

Penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis (angket) dengan memberi alternatif jawaban untuk setiap item pertanyaan, kemudian disebarkan kepada responden yang menjadi objek yang diteliti.

d. Dokumentasi.

Dokumentasi yaitu mengumpulkan berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian¹⁵.

e. Studi Kepustakaan

yaitu data yang didapat dari beberapa rujukan buku atau jurnal yang berkaitan dengan penelitian .

6. Metode Pengelolaan Analisis Data

Dalam analisis data, penulis menggunakan *deskriptif kualitatif* yaitu setelah semua data berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya¹⁶.

¹⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, PT. Gramedia, 2004), hal. 119.

¹⁵ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008). Hal. 125.

¹⁶ Bunga Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta, Kencana, 2008), hal. 68.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Metode Penulisan

Dalam penulisan ini, digunakan metode-metode yang terdiri dari:

- a. Deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari yang bersifat umum kepada yang bersifat khusus. Maksudnya adalah dari sebuah judul kemudian diambil atau ditarik dari beberapa permasalahan dan dijadikan beberapa bab.
- b. Deskriptif, yaitu mengumpulkan data dan keterangan kemudian dianalisa hingga disusun sebagaimana yang dikehendaki dalam penelitian ini.

F. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional Variabel dalam penelitian ini dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No	Defenisi Operasional	Indikator
1	Strategi Persaingan usaha dalam teori manajemen dapat diartika sebagai suatu kegiatan bersaing bertanding anatar pengusaha atau pembisnis yangs atu dengan pengusaha didalam memenagkan pangsa pasar (<i>share market</i>) dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. daya saing produk 2. daya saing harga 3. saya saing marketing 4. daya saing jaringan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian dalam lima bab yang terdiri dari sub bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan tentang Latar Belakang, Batasan dan Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PASAR TRADISIONAL PASAR BARU KELURAHAN BANGKO JAYA

Bab ini akan dijelaskan tentang lokasi yang meliputi, Desa Bangko Jaya Geografis Desa Bangko Jaya, Struktur Organisasi Desa Bangko Jaya, Demografis Desa Bangko Jaya. Pasar Bangko Jaya: sejarah singkat pasar Bangko Jaya, Visi Misi pasar Bangko Jaya, Struktur Organisasi pasar Bangko Jaya, Letak Geografis Desa Bangko Jaya.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang Pasar Tradisional dalam pandangan Ekonomi Syariah yang meliputi: Pasar dalam Tinjauan Ekonomi Syariah, Terdiri dari: Pengertian Pasar, Hisbah Terhadap Pasar, Kedudukan Pasar dalam Kegiatan Ekonomi, Mekanisme Pasar. Peran Pasar dalam Meningkatkan perekonomian terdiri dari: Perdagangan dalam Islam, Peran Pasar dalam Kegiatan Ekonomi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan di jelaskan tentang: strategi Pedagang Pasar Tradisional strategi bersaing pedagang tradisional dengan pasar moderen di kelurahan bangko jaya kabupaten Rokan hilir. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang strategi Pedagang Pasar Tradisional strategi bersaing pedagang tradisional dengan pasar moderen di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir.

BAB V

PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PASAR BANGKO

KELURAHAN BANGKO JAYA

A. Sejarah

Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya berdiri pada tahun 2005. Pasar dibentuk atas persetujuan masyarakat untuk membuat masyarakat sekitar menjadi lebih mudah mencari bahan pokok kehidupan sehari-harinya, dan tidak perlu jauh lagi ke pasar induk. Pasar Bangko hanya di buka pada hari Kamis saja.

Melihat perkembangan kebutuhan masyarakat dalam berbelanja serta bertambahnya jumlah kependudukan di Kelurahan Bangko Jaya, maka pada tahun 2005 dibangunlah kios-kios dan meja-meja guna untuk memperluas area pasar serta memperbanyak dan menambah barang-barang yang di jual di pasar Bangko tersebut.

Penambahan kios-kios dan meja-meja di Pasar Sberdampak positif, baik dari pengelola, pedagang ataupun konsumen. Hingga sekarang Pasar Bangko masih dianggap pasar yang sangat penting keberadaannya di kalangan masyarakat di Kelurahan Bangko Jaya Kecamatan Bangko Pusako Kabupaten Rokan Hilir.

B. Visi dan Misi Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya

Sejak awalnya berdiri sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bila kebutuhan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan keinginan konsumen terpenuhi dan mereka puas atas jasa yang diberikan otomatis perusahaan akan memperoleh keuntungan sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut Pasar Sukamaju menetapkan Visi dan Misi sebagai berikut.¹⁷

Visi dan Misi Pasar Bangko

Membuat masyarakat dan penjual nyaman disaat melakukan jual beli di Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya.

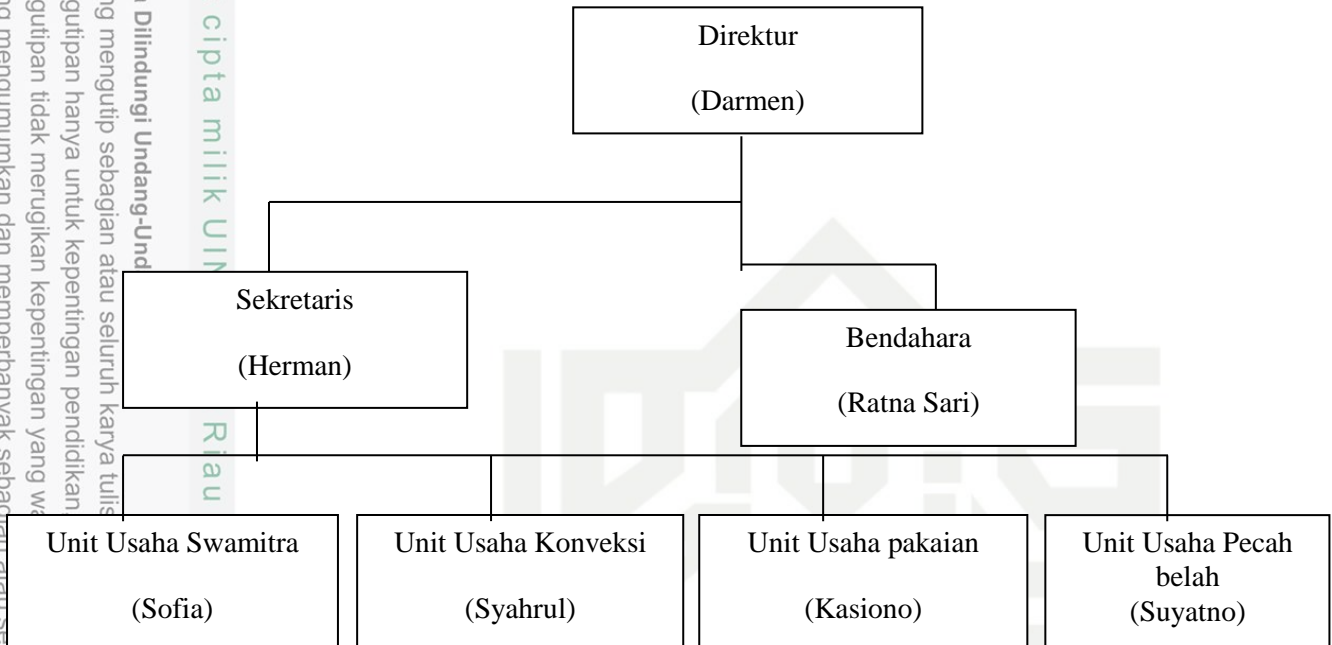
C. Struktur Organisasi

Suatu organisasi tercipta akibat adanya sekelompok orang yang bekerja sama untuk pencapaian suatu tujuan tertentu. Untuk memperlancar sistem administrasi yang bersifat statis dibutuhkan sarana-sarana organisasi yang dinamis berupa struktur organisasi. Struktur organisasi memperlihatkan pembagian tugas, pelaksanaan tugas, pelimpahan wewenang tanggung jawab dan tanggung jawab yang mencerminkan hubungan atasan dan bawahan untuk mengambil sebuah keputusan yang tepat dalam menjalankan perusahaan.

Bentuk struktur organisasi dari Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya berbentuk *line* (garis) yang dipakai oleh seseorang direktur yang mempunyai garis komando. Direktur merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang mempunyai tugas menetapkan tujuan dan kebijakan-kebijakan perusahaan, menyusun rencana yang efektif sesuai dengan kemampuan dan anggaran yang tersedia.

¹⁷ Data Profil Pasar Sukamaju Tahun 2017

Gambar. 2.1
Struktur Organisasi Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya



Sumber : Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya

D. Sosial Ekonomi Masyarakat Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya

Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya antara pedagang dan pembeli, sebagai tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli tentunya pasar menjadi tempat berkumpulnya orang-orang yang terdiri dari berbagai macam suku, agama, budaya dan lain-lain. Sebagaimana yang terdapat di Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya, keadaan masyarakat sangat majemuk yang terdiri dari berbagai suku bangsa diantaranya yaitu suku Melayu, Batak dan Jawa. Bahasa Jawa dan Batak adalah bahasa yang paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat pedagang di Pasar Bangko Kelurahan bangko Jaya berasal dari suku Jawa dan Batak. Selain suku-suku yang berbeda, tingkat usaha yang

dilakukan oleh pedagang Pasar Bangko Kelurahan Bangko Jaya juga berbeda antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Itu semua dikarenakan adanya perbedaan modal, tingkat pendidikan, hobi, kreatifitas serta pengalaman kerja masing-masing pedagang. Sebahagian besar dari mereka adalah pedagang tetap yang menempati kios atau meja yang ada di Pasar Bangko, namun tidak sedikit juga sebagian dari mereka yang merupakan pedagang tidak tetap, yaitu mereka yang berdagang berpindah-pindah dengan menempati meja-meja yang ada di Pasar tersebut. Kebanyakan dari mereka adalah pedagang yang berasal dari keluarga yang berekonomi sedang atau bawah, sehingga mereka banyak melakukan berjualan seadanya dengan modal pas-pasan demi memenuhi kebutuhan hidupnya.¹⁸

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

¹⁸ Janah, Pedagang Pasar bangko Jaya *Wawancara*, Pekanbaru: 05 November 2018

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Strategi Bersaing

1. Pengertian Strategi

Strategi secara *Etimologi* berasal dari kata Yunani *Strategeia* (*stratus*= militer dan *ag*=memimpin) yang artinya seni ilmu untuk menjadi seorang jenderal.¹⁹ Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jenderal, dan gabungan kata *stratos* (tentara) dan *ago* (pemimpin).²⁰

Sedangkan menurut *Terminologi* strategi adalah cara mencapai tujuan yang harus diikuti oleh setiap bagian dalam perusahaan.²¹ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi merupakan Ilmu merencanakan dan mengarahkan sesuatu.²² Istilah strategi diawali atau bersumber dan populer di dunia militer.

Sedangkan menurut beberapa ahli diantaranya Menurut Webster's new dictionary, strategi adalah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berkala besar, menggerakkan pasukan ke posisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh, Sehingga penggunaan istilah strategi lebih

¹⁹ Irene Diana Sari Wijayanti, *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendikia Press, 2008), hal. 61.

²⁰ Fred R. David, *Manajemen Strategi*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), Edisi 9, hal. 34

²¹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hal. 8

²² Frista Artmanda W, *Kamus Besar Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jombang: Lintas Media, 2006), hal. 921



dominan dalam situasi peperangan, sebagai tugas seorang komandan dalam menghadapi musuh, bertanggung jawab mengatur cara atau taktik untuk memenangkan peperangan.²³

Menurut Griffin Strategi merupakan suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Namun tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan Organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.²⁴

Strategi dapat dipandang sebagai rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai kegiatan-kegiatan utama organisasi yang akan menentukan keberhasilannya untuk mencapai tujuan pokok dalam lingkungan yang penuh tantangan. Strategi didefinisikan pula sebagai pola tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu, definisi ini mengandung arti bahwa setiap organisasi selalu mempunyai strategi walaupun tidak pernah secara eksplisit dirumuskan, strategi selalu melibatkan sumber daya lainnya dengan tantangan dan resiko yang harus dihadapinya dari lingkungan perusahaan.²⁵ Dalam upaya mencapai tujuan dari strategi-strategi dalam organisasi/perusahaan maka diperlukan adanya manajemen strategi.

Seiring dengan berkembangnya zaman dan pola pikir manusia. Strategi militer seringkali diadopsi dan diterapkan dalam lembaga profit

²³ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi, Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), hal. 147

²⁴ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet. Ke-5, hal. 132.

²⁵ T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 86

ataupun non profit. Banyak terdapat kesamaan/kemiripan antara strategi bisnis/non bisnis ataupun militer yang semuanya itu berusaha menggunakan kekuatan-kekuatan mereka sendiri dalam menggempur kelemahan lawan.

Memang sangat jelas pengertian tentang strategi diatas, namun perlu dispesifikasikan dan dirumuskan tentang pengertian strategi yang mengarah kebidang bisnis, berikut ini beberapa pengertian strategi dibidang bisnis/non bisnis:

- a. Strategi merupakan suatu upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat tercapai dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh suatu lembaga/perusahaan disamping itu diusahakan pula untuk selalu mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan yang ada.
- b. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan kompetitif yang diharapkan.²⁶
- c. Strategi merupakan alat untuk mencapai perubahan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Dari berbagai definisi para Ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana tentang upaya untuk dapat dicapainya tujuan-tujuan perusahaan yang ada dan lingkungan yang dihadapinya.

²⁶ Blocher,dkk, *Manajemen Biaya*, Terjemahan A. Susty Ambarriani, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam manajemen strategi ada 5P yang sama artinya dengan strategi yaitu: perencanaan (*plan*), pola (*pattern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permintaan atau taktik (*play*):

a. strategi adalah perencanaan

konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dimasa depan. akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan kemas depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan dimasa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan dimasa lampau.

b. strategi adalah pola

dikenal dengan istilah” *intended strategy*” karena belum terlaksana dan berorientasi kedepan. atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan perusahaan.

c. strategi adalah posisi

yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju

d. strategi adalah perspektif

yaitu cenderung melihat ke dalam organisasi

e. strategi adalah permainan

suatu manuver untuk memberdaya lawan atau pesaing. suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.²⁷

²⁷ suryana, kewirausahaan, (jakarta: PT.Salemba Empat,2006),hal.173-174

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengertian Persaingan

Persaingan adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan.²⁸ Sedangkan Usaha dalam kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengarahkan, tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, atau untuk mencapai sesuatu.²⁹

Maka dapat dipahami bahwa melakukan kegiatan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan artinya kita harus mendapatkan besarnya peluang usaha yang berumur panjang, sehingga mampu mengembalikan modal investasi. Dalam menjalankan persaingan ada beberapa unsur yang dijalankan sebuah usaha antara lain: daya saing kualitas barang, daya saing harga, daya saing pemasaran daya saing kerja.

Persaingan usaha dalam teori manajemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing bertanding anatar pengusaha atau pembisnis yang satu dengan pengusaha didalam memenagkan pangsa pasar (*share market*) dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan. Persaingan usaha terdiri dari:³⁰

- a. Persaingan sehat Berkaitan tiga hal:
 - 1) Pencegahan atau peniadaan praktek monopoli
 - 2) Menjamin persaingan yang sehat

²⁸ Kasmir, kewirausahaan, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2007),hal.258.

²⁹ Sherly, *Usaha terlaris*,(Jogjakarta: galang press2010),hal.9.

³⁰ Jur.M.Udin Silalahi, *Perusahaan saling mematkan dan bersekongkolan*,(Jakarta: PT.Elex Media,2007),hal.127.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Melarang persaingan yang tidak jujur

b. Persaingan tidak sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum .

Dalam kegiatan bisnis harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Oleh karena itu diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing sebagaimana disebutkan oleh didin Hafiuddin antara lain:³¹

- 1) Daya saing produk-produk yang akan ditawarkan harus kualitasnya bisa bersaing dengan baik.
- 2) Daya saing harga tidak mungkin memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki sangat mahal harganya.
- 3) Daya saing marketing dunia marketing berbicara masalah pasar maka hal yang terpenting adalah bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah di produksi.
- 4) Daya saing jaringan kerja (*Net working*) suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika” bermain se kerjasama diri” dalam hal ini bermakna melakukan kerjasama, koordinasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga bisnis lainnya berbagai bidang.

³¹ Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dalam praktek*,(Jakarta: Gema Insani,2002),hal .44



3. Strategi Bersaing

Kompetisi mempunyai pengertian adanya persaingan antara perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Kompetisi antara perusahaan dalam merebutkan pelanggan akan menuju pada inovasi dan perbaikan produk dan yang pada akhirnya pada harga yang lebih rendah. Dalam pengertian sempit kompetisi adalah perusahaan-perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk membuat pelanggan membeli produk mereka bukan produk pesaing. Oleh karena itu, akan terdapat pihak yang menang dan yang kalah.³²

Kotler dan Porter menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya. Menurut Porter, persaingan akan terjadi pada beberapa kelompok pesaing yang tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, dapat pada produk atau jasa substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir.³³ Persaingan merupakan proses kerja tanpa henti terhadap kemampuan suatu perusahaan untuk mencari dan mempertahankan sebuah keunggulan.

Strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.³⁴

³² Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, Yogyakarta :Graha ilmu,2011,hal.125-126

³³ Muchammad Fauzi,*Manajemen Strategik*, S(emarang: CV. Karya Abadi Jaya,2015),hal.,71

³⁴ Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 35.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bersaing.

Beberapa aspek inti dari teori Porter tersebut adalah:

- a. Persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan. Hal ini berarti bahwa keberhasilan atau kegagalan bergantung pada keberanian perusahaan untuk dapat bersaing. Tanpa berani bersaing, keberhasilan tidak mungkin dapat diperoleh Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi yang langgeng ketika menghadapi persaingan.
- b. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi langganan atau pembeli. Keunggulan bersaing menggambarkan cara perusahaan memilih dan mengimplementasikan strategi generik (biaya rendah, diferensiasi, dan fokus) untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing. Dengan kata lain, keunggulan bersaing menyangkut bagaimana suatu perusahaan benar-benar menerapkan strategi generiknya dalam kegiatan praktis.
- c. Ada dua jenis dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah dan diferensiasi. Semua keunggulan bersaing ini berasal dari struktur industri. Perusahaan yang berhasil dengan strategi biaya rendah memiliki kemampuan dalam mendesain produk dan pasar yang lebih efisien dibandingkan pesaing. Sedangkan diferensiasi adalah kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik serta memiliki nilai lebih (*superior value*) bagi pembeli dalam bentuk kualitas produk, sifat-sifat khusus, dan pelayanan lainnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Guna memperoleh suatu keunggulan bersaing, perusahaan harus menganalisa sumber-sumber daya yang dimiliki untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatannya dalam rangka membangun suatu kemampuan (*capability*) untuk mencapai keunggulan. Menurut Agustinus Sri Wahyudi ada beberapa keunggulan bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan, yaitu pada :

- a. Harga
- b. Pangsa pasar
- c. Merek
- d. Kualitas produk
- e. Kepuasan konsumen
- f. Jalur distribusi.³⁵

B. Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Pedagang secara *Etimologi* adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.³⁶ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan

³⁵ Fauzi, *Loc-cit.* hal.88

³⁶ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), hal.231



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.³⁷

Sedangkan Perdagangan adalah aktivitas jual beli yaitu barter (*swap*) barang dengan harga barang, baik perdagangan dalam negeri, yakni barter yang berlangsung di dalam negeri serta tunduk pada kekuasaan Negara.³⁸

2. Macam-macam Pedagang

Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.
- b. Pedagang menengah/ agen/ grosir Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.
- c. Pedagang eceran/ pengecer Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

³⁷ Kensil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 15.

³⁸ Abdurrahman al-maliki, *Politik Ekonomi Islam*, (Bangil :Al-izzah.2001),hal.101



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar secara *etimologi* adalah tempat orang berjual beli.³⁹ Pasar secara *Terminologi* adalah sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Pasar secara umum adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.⁴⁰

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu, artinya juga di dalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli adalah untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.⁴¹

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Semula, istilah

³⁹ Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islam. Edisi kelima* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007) hal. 6

⁴⁰ Philip kotler & A.B Susanto, *Manajemen pemasaran Di Indonesia Analisis, perencanaan, Implementasi dan pengendalian*,(Jakarta: Salemba Empat, 2000),hal.11

⁴¹ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana 2007).hal.69



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar menunjukkan tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang mereka, misalnya dialun-alun.⁴²

Sebuah pasar adalah sebuah mekanisme yang melaluinya para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan tempat di mana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa.⁴³

2. Macam-macam Pasar

Pasar juga mempunyai berbagai macam-macam cara transaksinya, tempat, contohnya Pasar tradisional dan Pasar modern, dalam 2 Pasar tersebut terdapat perbedaan yaitu:

a. Pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari Kios-kios atau Gerai, Los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola Pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik,

⁴² Thamrin Abdullah dan Francis tantri, *Manajemen Pemasaran*(Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal.19

⁴³ Samuelson Dan Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi* , (Jakarta: Media Global Edukasi, 2003), hal. 29



jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.⁴⁴

Syarat-syarat pasar tradisional menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

- 1) *Aksesibilitas*, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas.
- 2) *Kompatibilitas*, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya.
- 3) *Fleksibilitas*, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.
- 4) *Ekologis*, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/ Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya. Dalam ketentuan Pasar Tradisional salah satunya adalah wajib menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat (*hygienis*) dan aman.⁴⁵

b. Pasar Moderen

Tidak banyak berbeda dari Pasar Tradisional, namun Pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung

⁴⁴ http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar#Pasar_Modern 01 januari 2019

⁴⁵ Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama.⁴⁶ Dan memang harus diakui, Pasar Modern memang lebih menguntungkan konsumen. Meski harganya lebih mahal, kualitas barang jelas lebih baik. Bahkan, untuk beberapa jenis barang, harganya lebih murah dari pada di Pasar Tradisional.⁴⁷

3. Tantangan Pasar Tradisional

Dalam aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan (*competitor*) di antara pelaku usaha. Maka itu merupakan sebuah tantangan bagi Pelaku usaha. Maka para pengusaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang/jasa sebaik mungkin agar diminati dan di beli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaiknya, dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak *kompetitif*. Persaingan dalam Pasar dan mekanisme Pasar dapat membentuk beberapa jenis Pasar. Ada yang disebut dengan Pasar persaingan sempurna (*Perfect Competition Market*) adalah struktur Pasar yang paling ideal karena sistem Pasar ini adalah

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Susuka Press 2007), hal. 110

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



struktur Pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang dan jasa yang sangat tinggi *efesiensinya*.⁴⁸

Tantangan pasar tradisional adalah adalah hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah yang ada dipasar atau dalam menghadapi persaingan. adapun indikator untuk melihat tantangan pasar traisional diantaranya :⁴⁹

- a. Aspek jarak
- b. Aspek aksestibilitas
- c. Aspek perilaku konsumen
- d. Pendidikan
- e. Pendapatn keluarga

D. Persaingan Usaha dalam islam

Menurut Muhammad Firdaus NH dkk dalam bukunya yang berjudul “Dasar dan strategi pemasaran syariah “ yaitu pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perbahan nilai (*value*). Dalam menghadapi persaingan Tidak boleh ada hal–hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip–prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip–prinsip muamalah tidak terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam Syariat Islam⁵⁰

⁴⁸ Mustafa Kamal Rokan, *HukumPersainganUasaha* (Jakarta: Rajawali Pers,2010) hal . 1-2

⁴⁹ Lestari hidayati, *Jurnal Arsitektura* Vol.14 No.2 oktober 2016

⁵⁰ Muhammad Firdaus NH dkk, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Ransain, 2005), Cet Ke-1, h. 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Buchari Alma memberikan sebuah definisi tentang *marketing syariah*.

Marketing syariah merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam⁵¹.

Disamping itu, strategi persaingan usaha dari segi pemasaran dalam Islam harus memperhatikan standar keharaman dalam Islam, baik haram dari segi zat, haram selain zat, dan tidak sah shalat akad yang dilakuka³⁹.

Selain merujuk pada pendapat para pakar pemasaran dunia dan firman

Allah dalam Al-Qur'an surah Shaad ayat 24 yang berbunyi :

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بِعَضُّهُمْ عَلَىٰ بَعْضِ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ
دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَأَسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ ﴿٢٤﴾

Artinya : “Daud berkata: Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang – orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh, dan Amat sedikitlah mereka ini. Dan daud mengetahui bahwa kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.”

Sehingga M.Syahir Sula, menyimpulkan bahwa pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu insiator kepada

⁵¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Jakarta : Alfabeta,2009).h. 258.

stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip – prinsip muamalah dalam Islam.

Berikut ini tanggapan Islam tentang bauran pemasaran Pertama, *Products* (produksi). Dalam perspektif syariah produksi merupakan suatu yang penting. Al-qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an yang diarahkan kepada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus diproduksi untuk memenuhi kebutuhan manusia, bukan memproduksi barang – barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.

Disamping itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas bagi pembeli. Pasalnya, berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Selain itu, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat memberikan penilaian terhadap barang yang akan dibeli. Produk konsumen adalah berdaya guna, yang menghasilkan perbaikan spiritual bagi konsumen itu sendiri. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam pemasaran Islam bukan merupakan pengertian produk dalam pemasaran syariah⁵².

Kedua, *harga*. Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan – kekuatan permintaan dan penawaran. Merunut Ibnu Khaldun, bahwa harga normal atau keseimbangan

⁵²Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Ed. Ke-1, h. 21.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 harga itu akan terbentuk apabila terjadi secara alami, tanpa intervensi dari pemerintah. Dan menurutnya faktor mempengaruhi harga adalah permintaan dan penawaran, intervensi pemerintah, daya beli, dan nilai kerja. Jika pergerakan harga dipasaran berjalan secara normal, maka pemerintah tidak memiliki intervensi untuk menetapkan harga. Satu hal yang perlu digaris bawahi, bahwa dalam Islam tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.⁵³

Ketiga, dalam Islam promosi yang dibenarkan adalah promosi yang mengandung nilai kejujuran, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Didalamnya tidak terdapat unsur-unsur gharar atau kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Pada sisi lain harus menyampaikan apa adanya walaupun mungkin ada berdampak luar biasa bagi penjual karena tidak dibesar-besarkan akan kelebihan produknya namun berkah. Disamping itu, metode yang terpakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Dan terakhir yang keempat tanggapan Islam tentang bauran pemasaran, yaitu distribusi. Penempatan barang adalah faktor vital dalam dunia usaha. Berkaitan erat dengan posisi ini adalah sarana transportasi dan pengangkutan.

Pemasaran adalah bagian aktivitas atau kegiatan jual beli. Pada dasarnya, Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan.

⁵³ *Ibid.* 22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penghargaan tersebut berangkat dari ketentuan Allah, bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan dengan dasar suka sama suka.

Dalam melaksanakan persaingan usaha harus terhindar dari unsur yang dilarang, diantaranya:⁵⁴

1. *Gharar atau Taghrir* (Ketidak pastian) dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan
2. *Tadlis* (Perdagangan dengan penipuan) dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.
3. Menimbun barang untuk menaikkan harga.
4. Menjual barang hasil curian atau korupsi.
5. Transaksi *najasy* (Iklan atau promosi palsu)
6. Mengingkari perjanjian
7. Banyak bersumpah untuk meyakinkan pembeli
8. Mempermainkan harga.
9. Bersifat memaksa dan menekan.
10. Mematikan pedagang kecil.
11. Melakukan *monopoly's rent seeking atau ikhtikar* (mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi).
12. Menjual sesuatu yang hukumnya haram.
13. Melakukan *riswah* (sogok).
14. *Tallaqi rukban* (aktivitas yang dilakukan oleh para tengkulak).

Adapun karakteristik etika bisnis syariah adalah:

⁵⁴<http://www.Marketing.Syariah.com>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang marketer syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariah yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan harus mengindikasikan kepada syariat Islam. Pemasaran syariah meyakini bahwa hukum-hukum ketuhanan ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan.

Seorang pemasar syariah walaupun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain akan tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang pemasar syariah akan selalu meraskan bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan di hisab dan dimintai pertanggungjawabannya kelak pada hari kiamat.⁵⁵

Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat berhati-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumennya. Apabila seorang pemasar syariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi masalah,

⁵⁵Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *loc-cit, h.*. 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga tidak hanya keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan

2. Etis (*akhlaqiyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karna hal ini bersifat universal.

Seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satunya dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan kualitas produk yang ditawarkan, karna ketika hilangnya etika dalam bisnis akan menyebabkan kehancuran kepada seluruh pihak terkait⁵⁶

3. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel, syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala Arab, namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja apapun model atau gaya pakain yang dikenakan⁵⁷

4. Humanistis

Keistimewaann yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk

⁵⁶ *Ibid*, Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, h.22.

⁵⁷ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2007), h.25.

manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keahwannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat Islam adalah syariat humanistik, diciptakan untuk manusia sesuai kapasitasnya tanpa mempedulikan ras, warna kulit, Kebangsaan dan status. Sehingga syariah marketing bersifat universal.

E. Pasar dalam Ekonomi Islam

Pasar adalah sebuah fenomena budaya yang berkembang dari zaman prasejarah hingga sekarang yang berguna sebagai tempat tukar menukar barang dan transaksi jual beli. Pasar bisa dikatakan sebagai sebuah monumen yang menyatakan berkembang atau tidaknya suatu pemerintahan. Bila sistem ekonomi pasarnya lemah maka sudah barang tentu negara tersebut tidak berhasil dalam mensejahterakan rakyatnya. Dalam perekonomian, pasar sangat berperan penting khususnya dalam sistem ekonomi bebas/liberal.⁵⁸

Konsep halal dan haram sangatlah jelas dalam mekanisme bisnis dan transaksi dipasar. Secara umum aturan halal dan haram kontrak komersial atau bisnis diatur dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa':29 Allah berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai 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. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.(QS:An-Nisa':29)

⁵⁸ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000),hal. 21.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Hidayatullah Riau

Dalam pengelolaan pasar diperlukannya Salah satu tugas pokok muhtasib adalah mengawasi Pasar. Dia harus menjaga keharmonisan sesama pedagang di Pasar dan mengawasi aktivitas di dalamnya. Tujuannya adalah mencegah kedzaliman dengan cara mengontrol alat timbang, takaran, ukuran, dan berbagai alat dagang lainnya dia juga berhak melarang terjadinya rekayasa harga dan mencegah perdagangan barang-barang haram. Selain itu juga mengawasi praktik perdagangan. Muhtasib harus melarang berbagai cara perdagangan yang diharamkan, dan pencegahan pendapatan keuntungan yang berlebihan karena rekayasa harga. wewenang *muhtasib* dalam melakukan pengawasan perdagangan.⁵⁹

Dalam urusan dagang Nabi selalu bersikap sopan dan baik hati, Nabi juga menghindari sikap berlebihan dalam berdagang, seperti banyak bersumpah. Nabi sangat membenci orang-orang yang dalam dagangannya menggunakan sumpah palsu.⁶⁰

Pelayanan menurut *Ensiklopedi Islam* adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayanan disuatu perusahaan lebih terarah maka pihak perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimum.⁶¹

⁵⁹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007), hal.166

⁶⁰ Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 225

⁶¹ Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), cet. ke-1, hal.96

Dalam teori Ekonomi Islam. Nilai-nilai yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya antara lain:⁶²

1. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah” dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari pada Allah”. Karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya. Dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptkan manusia adalah untuk beribadah kepada-nya. Karena segala aktifitas manusia dalam hubungan dengan alam dan Sumber Daya Manusia (*mua'mulah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah.

2. Keseimbangan (*'Adl*)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlaku terhadap Makhluk-nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat

⁶²Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013) Cet. Ke-2.hal.25-26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari padanya secara adil dan baik, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al- Hujarat (49) : 13

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Arinya: “Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”. (QS.Al-Hujarat: 13)

Implikasi Ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku Ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain.

3. Nubuwwah

Karena rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja didunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan didunia dan akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al- Ahzab (33): 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: " Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah." (QS. Al- Ahzab: 21)

4. Khalifah

Status khallifah atau pengemban amanat Allah itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhalfaan itu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al- Baqarah (2): 30.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِیْفَةً ۗ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ



Artinya : "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (QS. Al-Baqarah:30)

5. Ma'ad

Secara harfiah *ma'ad* diartikan “ Kembali”. Karena itu semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya didunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-‘Alaq (96): 8

اِنَّ اِلٰى رَبِّكَ اَلْرٰجِعٰٓى

Artinya: "Sesungguhnya Hanya kepada Tuhan mulah kembali (mu)." (QS. Al-‘Alaq:8).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayat diatas menjelaskan bahwa dunia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh). Namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia. Oleh karena itu Allah melarang untuk terkait pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Ada empat sifat Nabi Muhammad SAW dalam berdagang yang menjadi *Key Succes Factors (KSF)* yaitu disingkat dengan SAFT :⁶³

1. *Shiddiq* (benar dan jujur)

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan. Oleh karena itulah, Allah SWT memerintahkan orang-orang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *Shiddiq*. Allah SWT berfirman dalam Surat At-Taubah (9) :119

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

Artinya : " Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS.At-Taubah: 119)

2. *Amanah* (Terpercaya, kredibel)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan *kredibel*. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban,

⁶³ Hermawan Kartajaya. *Loc.it* hal. 120-135

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

amanah ditampilkan dalam keterbukaan, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat An- Nisa'(4) :58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat."(QS. An- Nisa':58)

3. *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau bijaksana. Dalam dunia bisnis bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan dan bijaksana agar usaha bisa lebih efektif dan efisiensi serta mampu menganalisa situasi persaingan dan perubahan dimasa yang akan datang. Kecerdasan disini yaitu kecerdasan dalam bentuk spiritual. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Ra'd (13) : 3

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ اثْنَيْنِ يُغْشَىٰ اللَّيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: "Dan Dia-lah Tuhan yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai padanya. Dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasang-pasangan, Allah menutupkan malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan.(QS.Al- Ra'd :3)

4. *Thabligh* (komunikatif)

Sifat *Thabligh* artinya komunikatif dan argumentatif, dalam dunia bisnis orang yang memiliki sifat *thabligh*, akan meyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Dalam melayani seorang karyawan dituntut untuk bisa menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan berbicara secara komunikatif dan benar. Sebagaimana Allah berfirman dalam Surat Al-Ahzab (33): 70-71

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ اَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوْبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيْمًا ﴿٧١﴾

Artinya :” Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar. (QS.Al-Ahzab: 70-71).

Untuk menjaga keberlangsungan Pasar secara normal dan tetap dapat mewujudkan kemesalhatan hidup masyarakat diperlukan suatu lembaga yang mengawasi kegiatan secara optimal. Lembaga tersebut berkewajiban mengamati mekanisme Pasar dan menjaganya dari peraktek penimbunan (*Ihktikar*), penipuan dan peraktek ribawi maupun tindakan yang menyebabkan terjadinya distorsi Pasar. Selain itu lembaga tersebut mempunyai wewenang untuk memberikan sanksi kepada para pelaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pasar yang melakukan penyimpangan atas kaidah dan aturan yang telah ditetapkan.⁶⁴



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁶⁴ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta, Zikrul Hakim, 2004), hal.89.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan :

1. Strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar modern di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir diantara yaitu : memperhatikan kadaluarsa dengan tanggapa ia 38 atau 90,4 %, dan barang dijual lengkap sebanyak 30 atau 71,4%. Lebih murah sebanyak 27 atau 64,2%. namun yang belum atau masih kurang diterapkan adalah strategi tidak adanya diskon sebanyak 27 atau 64,2%. Timbangan yang tidak sesuai ketentuan 32 atau 76,1 % dan kadang info yang disampaikan terkadang tidak benar sebanyak 20 orang atau 47,6%.
2. Tinjauan ekonomi Islam tentang Strategi bersaing pedagang pasar tradisional dengan hadirnya pasar modern dikelurahan bangko jaya kabupaten rokan hilir diantara: tempat yang bersih, harga diantara pedagang tidak jauh berbeda ini sesuai dengan ekonomi Islam, namun daris segi barang dan promosi masih belum sepenuhnya sesuai ekonomi Islam karena adanya barang yang terkadang dicampur kualitasnya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, yaitu :

1. pihak pengelola : seharusnya pihak pengeola pasar tradisional memperhatikan atau memberika arahan agar edagang tidak curang dalam berdagang baik dari segi kualitas barang dan kuantitas timbangan.
2. pihak pedagang : seharusnya pedagang harus jujur dalam berdagang dan lebih meningtkkan produk-produk baru agar pembeli tertarik untuk datang kepasar tradisional.
3. pihak pemerintah : seharusnya memperhatikan akses jalan kepasar tradional.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman al-maliki, *Politik Ekonomi Islam*, (Bangil :Al-izzah.2001)
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam. Edisi kelima* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007)
- Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* , (Pekanbaru: Susuka Press 2007)
- _____, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo ,Persada, 2013)
- Blocher,dkk, *Manajemen Biaya*, Terjemahan A. Susty Ambarriani, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: CV. Alfabeta, 1994)
- Bunga Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta, Kencana, 2008)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahan*, (Jakarta: CV Dasru Sunnah, 2007)
- Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dalam praktek*,(Jakarta: Gema Insani,2002)
- Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*,(Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014)
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manejemen*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Fred R. David, *Manajemen Strategi*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004)
- Frista Artmanda W, *Kamus besar Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jombang:Lintas Media,2006)
- Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi, Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003)
- Hermawan Kartajaya, *Menggali potensi wirausaha*, (Jakarta: CV.dian Anugerah, 2006)
- Irene Diana sari Wijayanti, *Manejemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendikia Press, 2008)
- Jonathan Sarwono, (*Marketing Intelligence*, Yogyakarta :Graha ilmu,2011)
- Jur.M.Udin Silalahi, *Perusahaan saling mematkan dan bersekongkolan*,(Jakarta: PT.Elex Media,2007)
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana 2007)
- Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2007)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kensil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)
- Lestari hidayati, *Jurnal Arsitektura* Vol.14 No.2 oktober 2016
- M. nafarin ,*Penganggaran Perusahaan*,(Jakarta: Salemba Empat,2007)
- Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alfa Riau, 2007)
- Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, (Jakarta: Erlangga, 2001)
- Muchammad Fauzi,*Manajemen Strategik*, S(emarang: CV. Karya Abadi Jaya.2015)
- Muhammad Firdaus NH dkk, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Ranaisan, 2005)
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2008)
- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999),
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Rajawali Pers,2010)
- Nanang, Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta, rajawali Pres, 2010)
- Nurul Huda, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana,2007)
- Philip Kotler & A.B Susanto, *Manajemen pemasaran Di Indonesia Analisis, perencanaan, Implementasi dan pengendalian*,(Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta, Zikrul Hakim,2002)
- Samuelson Dan Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi* , (Jakarta: Media Global Edukasi, 2003)
- Sherly, *Usaha terlaris*,(Jogjakarta: galang press2010)
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*,(Jakarta: Sinar Grafika, 2000)
- Suryana, *Kewirausahaan*,(Jakarta: PT.Salemba Empat,2006)
- T. Hani Handoko, *Manajemen*,(Yogyakarta: BPFE, 1999)
- Thamrin Abdullah dan Francis tantri, *Manajemen Pemasaran*(Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2014)
- W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, PT. Gramedia, 2004)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Pedagang

Di-

Tempat

Assalamualaikumwaromatullahiwabarokatuh.

Semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat dan selalu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Dalam menunjang pelaksanaan dapat kiranya Bapak/Ibu mengisi sejumlah angket dan memberikan sejumlah jawaban atas pertanyaan yang dimaksud untuk tujuan sebagai dasar analisa dalam penulisan laporan penelitian (Skripsi).

Adapun permasalahan yang hendak dipaparkan pada laporan penelitian dalam bentuk skripsi ini adalah. “STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DENGAN PASAR MODEREN DI DI KELURAHAN BANGKO JAYAKABUPATEN ROKAN HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH”

A. Petunjuk Pengisian

1. Quesioner ini hanya untuk penelitian saja, jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak akan berpengaruh terhadap posisi atau jabatan Bapak/Ibu.
2. Berikan tanda (X) atau silang pada pilihan a,b, dan c yang sesuai keinginan Bapak/ Ibu.
3. Terima kasih Bapak/Ibu telah bekerja sama, semoga Allah membalas kebaikan Bapak/Ibu. Amin

Pekanbaru, Juni 2019

mengetahui Peneliti

Ismawati
11425203974

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Identitas Responden

Nama :
Usia :
Jenis kelamin :
Alamat :

1. Sudah berapa lama bapak/ibuk menjadi pedagang di pasar tradisional bangko ?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1-2 tahun
 - c. >3 tahun ke atas

“DAYA SAING PRODUK”

2. Apakah barang yang bapak/ibuk dijual dipasar tradisional ini lengkap?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak
3. Apakah barang yang bapak/ibuk jual dilengkapi dengan tanggal kadaluarsa?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
4. Apakah dalam berjualan bapak/ibuk menjual produk yang terbaru yang jarang dijual dipasar ?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak

“DAYA SAING HARGA”

5. Apakah harga barang yang bapak ibuk jual dipasar tradisonal lebih murah dibanding pasar moderen?
 - a. Iya
 - b. Kurang tau
 - c. Tidak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Apakah ada diskon yang bapak/ibuk berikan kepada para pembeli?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak

“ DAYA SAING KENYAMANAN TEMPAT (PLACE)”

7. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk melakukan promosi untuk menarik pembeli ?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
8. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk memperhatikan tata letak barang yang akan dijual ?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak
9. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk memperhatikan kebersihan tempat jualan?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak
10. Apakah menurut bapak/ibuk akses jalan kepasar tradisional ini mudah ?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“ DAYA SAING PROMOSI “

11. Apakah bapak/ibu mempromosikan barang dengan harga pada event-event tertentu?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak
12. Apakah bapak/ibu menyediakan spanduk atau nama tokoh yang menarik?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak
13. Apakah bapak/ibu memberikan discount dalam mempromosikan barang dagangan?
 - a. Iya
 - b. Kurang
 - c. Tidak

“PERSAINGAN USAHA DALAM ISLAM”

14. Apakah dalam berdagang bapak/ ibuk membeda-bedakan harga antara para pembeli ?
 - a. Iya
 - b. kadang-kadang
 - c. tidak
15. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk mencampurkan barang antara kualitas bagus dengan kualitas yang tidak bagus?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk memberikan informasi yang benar tentang barang yang diperjualbelikan?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
17. Apakah bapak/ibuk menggunakan timbangan yang sesuai aturan yang telah ditentukan?
 - a. Iya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“PERSAINGAN USAHA DALAM ISLAM”

12. Apakah dalam berdagang bapak/ ibuk membeda-bedakan harga antara para pembeli ?
 - a. Iya
 - b. kadang-kadang
 - c. tidak
13. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk mencampurkan barang antara kualitas bagus dengan kualitas yang tidak bagus?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
14. Apakah dalam berdagang bapak/ibuk memberikan informasi yang benar tentang barang yang diperjualbelikan?
 - a. Iya
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak
15. Apakah bapak/ibuk menggunakan timbangan yang sesuai aturan yang telah ditentukan?
 - a. Iya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

31-19
Menyatrjini
(Signature)
(NURANSARWA, SE, M.Si)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **"STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DENGAN PASAR MODERN DI KELURAHAN BANGKO JAYA KABUPATEN ROKAN HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh:

Nama : ISMAWATI
NIM : 11425203974
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Agustus 2021
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Mawardi S.Ag

Sekretaris
Roni Kurniawan, S.H M.H

Penguji I
Kamirudin, M.Ag


Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui :
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
NIP. 19750801 200701 1 023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



JURNAL HUKUM ISLAM
مجلة الأحكام الشرعية
Journal For Islamic Law
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293
Po. Box 1004 Telp. (0761) 541845 Fax. (0761) 562052
www.jurnalhukumislam.com email: admin@jurnalhukumislam.com
HP. 081275158167 -- 085213573469

SURAT KETERANGAN


Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : ISMAWATI
NIM : 11425203974
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
**JUDUL : STRATEGI BERSAING PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DENGAN PASAR MODERN DI KELURAHAN BANGKO JAYA
KABUPATEN ROKAN HILIR MENURUT EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing: Dr. Nurnasrina, SE, M.Si

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 18 Agustus 2021
Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.
NIP. 19880430 201903 1 010



RIWAYAT HIDUP

Assalamu'alaikum Wr.Wb

ISMAWATI yang lahir pada tanggal 12 November 1995 di Bangko Jaya. Penulis merupakan anak keempat (4) dari 5 bersaudara dari ayah yang bernama Murtiono dan ibu yang bernama komsatun, serta mempunyai kakak yang bernama Irmawati, abang yang bernama Erwinto dan Marianto beserta adik yang bernama Lisnawati

Riwayat pendidikan formal yang telah penulis tempuh ada sebagai berikut: Sekolah Dasar Swasta 017 Karya Bakti Kecamatan Bangko Pusako, Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Furqon Rokan Hilir, dan tamat tahun 2011. Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMA) Harapan Rokan Hilir, tamat tahun 2014. Dan melanjutkan Kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum pada tahun 2014. Serta Alhamdulillah dapat menyelesaikan Program S1 dengan gelar Sarjana Ekonomi pada tahun 2021.

Dalam masa perkuliahan penulis telah melaksanakan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Pabri Kelapa Sawit (PKS) PT. Wana jingga Timur (WJT) Kecamatan Cerenti Kabupaten Kuantan Sengingi dan juga telah melaksanakan Pengabdian Masyarakat (KKN) pada Kecamatan Sungai Apit Kabupaten Siak, Riau bulan Juli- Agustus. Penulis melakukan penelitian pada bulan November 2018 dengan Judul, **“Strategi Bersaing Pedagang Pasar Tradisonal Dengan Pasar Modern Di Kelurahan Bangko Jaya Kabupaten Rokan Hilir Menurut Ekonomi Syariah”**. Akhirnya pada tanggal 09 Agustus 2021 penulis di munaqasyahkan dalam sidang Ujian Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN SUSKA RIAU dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Dengan predikat kelulusan “Cukup Memuaskan”. Semoga hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Amin yaa rabbal’alamin.....

Wassalamu'alaikum Wr.Wb