

**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.

**EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA  
PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN  
MENURUT EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH :**

**NIA NUR AINI**

**NIM. 11920521975**

**PROGRAM S1**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**2023 M / 1445H**



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru Dalam Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : Nia Nur Aini

NIM : 11920521975

Program Studi : Ekonomi Syariah

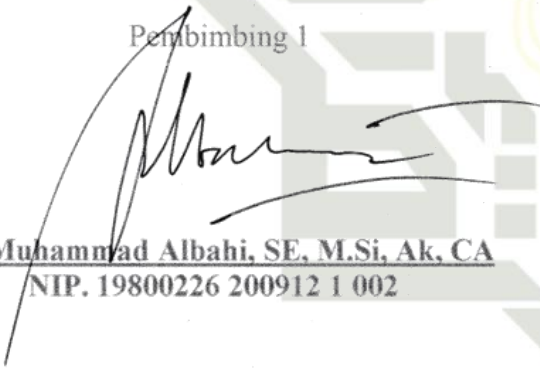
Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah


Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Agustus 2023

Pembimbing 1

Pembimbing 2

  
Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si, Ak, CA  
 NIP. 19800226 200912 1 002

  
Yuni Harlina, S.HI, M.Sv  
 NIK. 130 217 034

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

Nama : Nia Nur Aini  
 NIM : 11920521975  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Hal ini dimunaqasyahkan pada :

Hari : Selasa, 3 Oktober 2023  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

**Pekanbaru, 9 OKTOBER 2023  
 TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
 Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris  
 Rostam, SE, M.E.Sy

Penguji I  
 Denilawat, SE, M.Si

Penguji II  
 Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si, Ak, CA

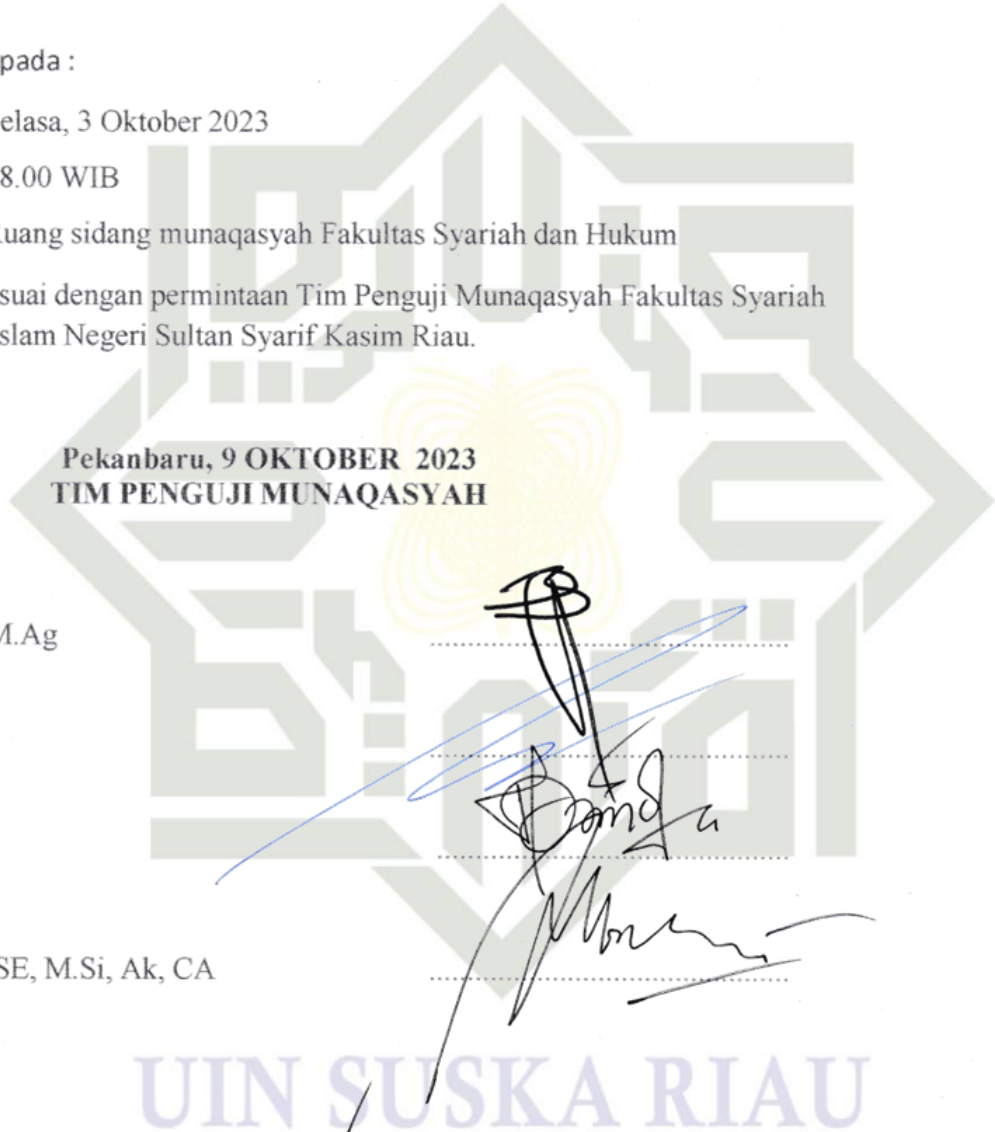
Mengetahui:  
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. H. Zulkifli, M.Ag**  
 NIP. 197440062005011005

- 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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  
 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau







Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2023

Tanggal : 10 September 2023

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : NIA NUR AINI  
 NIM : 11920521975  
 Tempat/ Tgl. Lahir : Padang Panjang / 23 februari 2000  
 Fakultas Pascasarjana : Syariah dan Hukum  
 Program Studi : Ekonomi Syariah (S1)  
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* : Analisis Pedagog Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru dalam Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertai/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.

4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertai/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 17 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



NIA NUR AINI

NIM : 11920521975

Pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

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

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.

Dilarang Cipta Diinstitusikan: Undang-Undang

Hak Cipta Diinstitusikan: Undang-Undang

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.

**ABSTRAK**
**Nia Nur Aini (2023): “Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru Dalam Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah”**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberadaan pasar malam puskopau yang kurang diminati masyarakat saat ini, karena produk dan wahana bermain sangat terbatas, lokasi dan sarana prasarana kurang memadai serta tidak ada inovasi teknologi, sehingga pasar modern dan *e-commerce* lebih mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak terbatas dengan menyediakan produk yang lengkap, sarana prasarana memadai dan inovasi teknologi. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menjelaskan eksistensi pasar malam puskopau dalam persaingan ekonomi modern, untuk menjelaskan strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau dalam persaingan ekonomi modern dan untuk menjelaskan tinjauan ekonomi syariah mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau dalam persaingan ekonomi modern.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*), Subjek penelitian ini adalah pengunjung, pedagang dan ketua pasar malam puskopau. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah eksistensi pedagang pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern menurut ekonomi syariah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif.

Pergeseran pola hidup masyarakat ke arah selera yang lebih modern yang umumnya disediakan oleh pusat perbelanjaan modern dan dimudahkan oleh sistem perbelanjaan *e-commerce* sehingga membuat pasar malam puskopau menjadi tertinggal dan kurang diminati masyarakat saat ini. Hal tersebut berdampak pada kondisi usaha pedagang pasar malam yaitu: penurunan volume pengunjung atau pembeli, penurunan omset pedagang, ketidakstabilan perputaran modal pedagang dan penurunan jumlah pedagang. Oleh karena itu, pedagang menerapkan strategi pemasaran *marketing mix* 7P dan 4E. Ditinjau dari ekonomi syariah, pedagang menerapkan unsur pemasaran syariah yaitu *Rabbaniyyah*, *Al-akhlaqiyyah*, *Al-waqi'iyah* dan *Al-insaniyyah*. Namun, pedagang belum menerapkan strategi pemasaran secara keseluruhan yaitu belum menerapkan inovasi teknologi dalam memperkenalkan keberadaannya, terlebih lagi pasar malam puskopau berlokasi di dalam perumahan warga, berskala kecil serta jauh dari jalan raya, sehingga tidak mudah untuk diketahui masyarakat luas di luar perumahan tersebut. Kemudian belum ada dukungan dari pengelola pasar terkait sarana prasarana dan lokasi yang memadai.

**Kata Kunci: Eksistensi, Pasar Malam, Persaingan Ekonomi Modern, Strategi Pemasaran, Ekonomi Syariah.**





### 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.

## KATA PENGANTAR



### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji milik Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga selesai dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beserta salam tidak lupa kita hadiahkan kepada junjungan besar yakni Nabi Muhammad SAW yang telah berjasa dengan semua pengorbanan dan tauladannya sehingga berhasil mengantarkan umat manusia ke jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Skripsi ini berjudul **“EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENURUT EKONOMI SYARIAH”**, yang merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau. Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil, tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak pada penulisan skripsi ini tidak akan selesai sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga tercinta yaitu Ayah Zulkarnaini Kasim, Ibu Nurbaiti, Adik tersayang Raka Satria dan Irfan Fajri yang telah memberikan motivasi dan dukungan, segala do'a, nasehat dan semangat tiada henti penulis dapatkan selama menyelesaikan skripsi ini, serta ucapan terimakasih untuk seluruh keluarga yang penulis sayangi.



**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
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau, Wakil Rektor I Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt, M.Sc, Ph.D, dan beserta seluruh jajaran civitas akademik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di UIN Suska Riau.
  3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.Si dan Wakil Dekan III Dr. Hj. Sofia Hardani, M.Ag.
  4. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag, dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc.Ak.
  5. Bapak Muhammad Albahi, SE, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing 1 (Materi) yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
  6. Ibu Yuni Harlina, S.HI, M.Sy selaku Pembimbing II (Metodologi) yang senantiasa membantu dan membimbing jalannya pembuatan skripsi sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar.
  7. Bapak Syamsuddin Muir, H., Lc., M.A. Selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
  8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menimba ilmu di bangku perkuliahan UIN SUSKA RIAU.
  9. Kepala Dinas Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru Bapak Hadi Sanjoyo, AP, M.Si, Ketua Pasar Malam Puskopau Bapak Efri Wardi S. Sr,



**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.

Pedagang dan Pengunjung pasar malam puskopau yang telah membantu proses penelitian dan memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Keluarga besar Ekonomi Syariah khususnya Ekonomi Syariah D angkatan 2019 yang telah banyak memberikan saran, motivasi kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan, yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya, pendengar dan peneliti selanjutnya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang tak luput dari berbagai kesalahan, tentunya dalam skripsi ini pun tak lepas dari berbagai kekurangan baik yang menyangkut teknis penyusunan, tata bahasa maupun isinya. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Pekanbaru, Oktober 2023  
Penulis

**NIA NUR AINI**  
**NIM. 11920521975**

UIN SUSKA RIAU





**Hak Cipta Ditindungi 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 ISI**

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisaan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
A. Kerangka Teoritis .....	13
1. Eksistensi .....	13
2. Pasar Malam .....	14
3. Persaingan Usaha .....	16
4. Strategi Pemasaran (Marketing Mix) .....	20
5. Ekonomi Modern .....	25
6. Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Kebertahanan Usaha .....	33
B. Penelitian Terdahulu .....	37
C. Kerangka Berpikir .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	44
A. Jenis Penelitian .....	44
B. Lokasi Penelitian .....	44
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	45
D. Informan Penelitian .....	45
E. Sumber Data Penelitian .....	46
F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	47



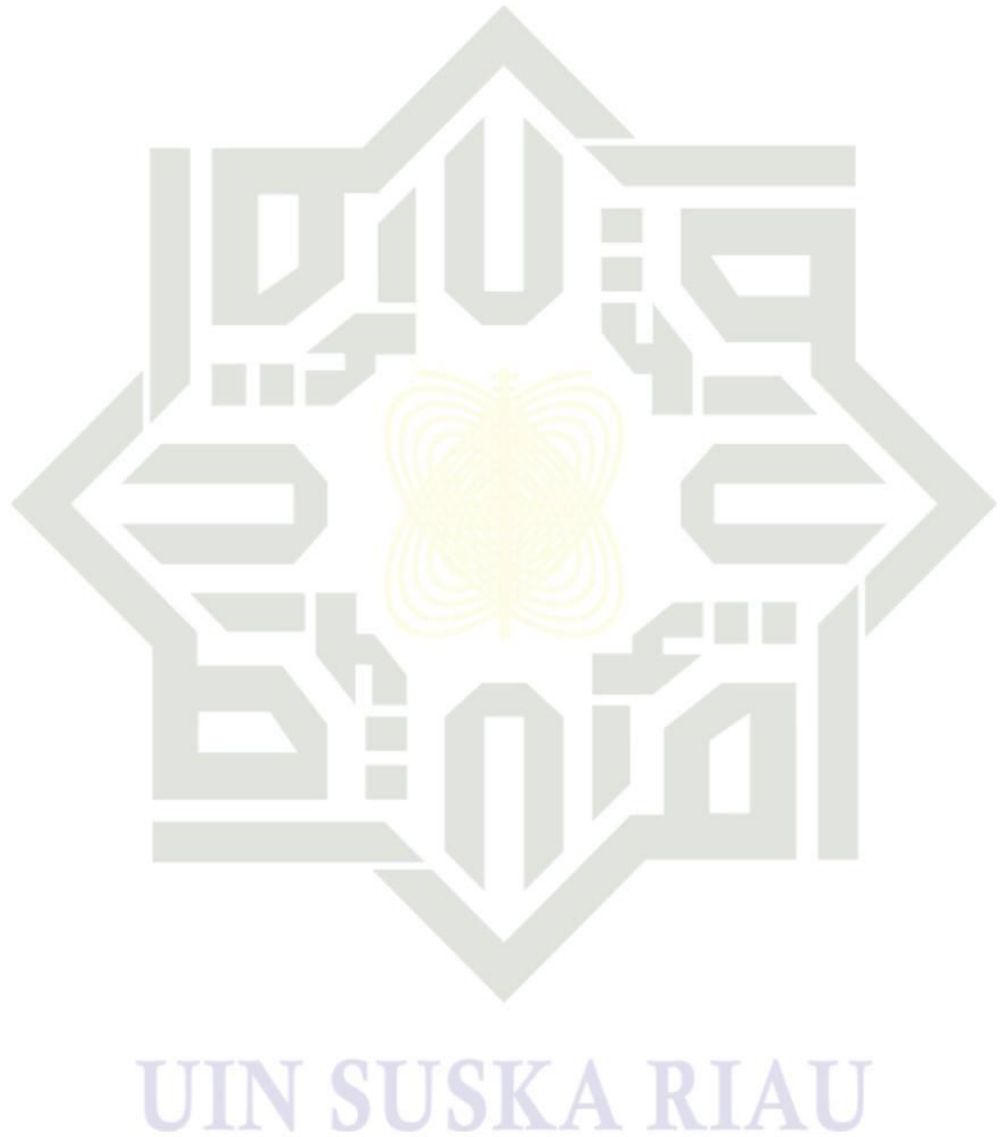
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

G. Teknis Analisis Data .....	48
H. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Eksistensi Pasar Malam Puskopau Dalam Persaingan Ekonomi Modern .....	51
1. Persepsi Pengunjung .....	51
a. Minat Pengunjung Berbelanja dan Bermain di Pasar Malam Puskopau di Tengah Ritel Modern dan Digital .....	51
b. Faktor Pendorong Konsumen Berkunjung Ke Pasar Malam Puskopau .....	52
c. Kekurangan Pasar Malam Puskopau Menurut Pengunjung .....	55
2. Persepsi Pedagang .....	56
a. Persepsi Pedagang Mengenai Eksistensi Pasar Malam Puskopau .....	56
b. Dampak Persaingan Ritel Modern dan Digital Terhadap Kondisi Usaha .....	57
3. Persepsi Ketua Pasar Malam .....	59
B. Faktor Penghambat Berkembangnya Pasar Malam Puskopau dan Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam Puskopau .....	60
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Malam Puskopau di Tengah Persaingan Ekonomi Modern .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Populasi Pedagang Pasar Malam Puskopau .....	4
Tabel 1.2 Daftar Pusat Perbelanjaan (Mall) di Kota Pekanbaru .....	5
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	46

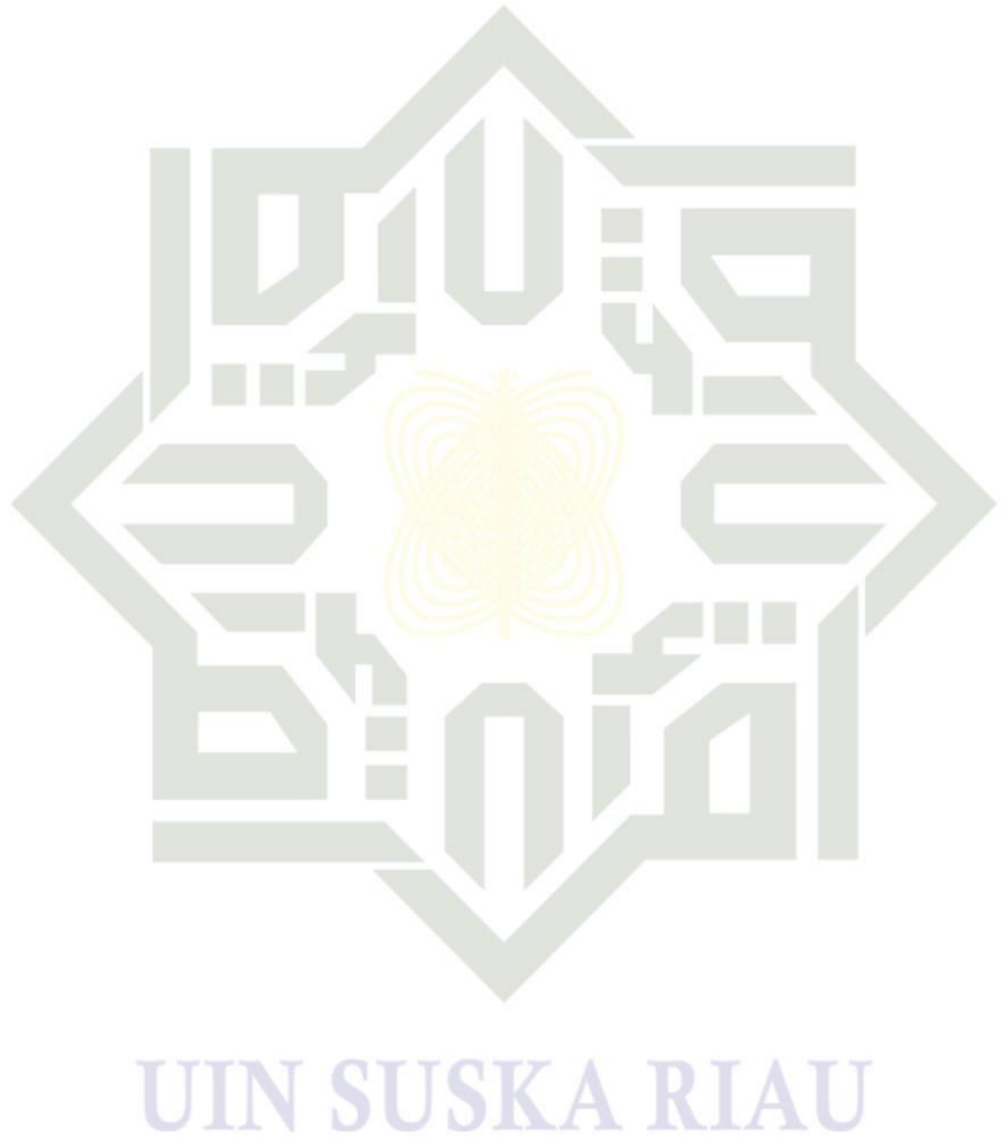


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - 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 GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia Tahun 2017 - 2023.....	2
Gambar 1.2 Data Pengunjung <i>E-commerce</i> Kuartal 1 2023 .....	6



### 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 I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan salah satu aspek penting dalam perekonomian suatu wilayah. Pada saat ini, keberadaan pasar tradisional mulai tergeser oleh keberadaan pasar modern, yang mana pasar modern memberikan fasilitas yang lengkap, memberikan rasa aman dan nyaman saat berbelanja, serta kondisi bangunan yang bagus dan terawat. Selain itu, jumlah pasar modern juga jauh lebih banyak dibandingkan dengan pasar tradisional sehingga pasar modern lebih mudah dijangkau. Sedangkan pasar tradisional memiliki kesan kumuh dengan bangunan yang tidak terawat dan memprihatinkan.

Selain pasar modern, pesaing yang memiliki pengaruh lebih besar adalah pasar digital atau biasa dikenal dengan *e-commerce*. Dengan berkembangnya dunia digital semakin memudahkan berbelanja kebutuhan tanpa harus keluar rumah. *E-commerce* merupakan aplikasi teknologi yang mengarah pada otomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja. *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang dan informasi melalui internet dan sarana online lainnya. *E-commerce* memberi lebih banyak pilihan, dan dapat memilih barang-barang yang berbeda dari banyak vendor.<sup>1</sup> Sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pasar modern dan *e-commerce* ketimbang berbelanja di pasar tradisional, yang di

<sup>1</sup> Mohammad Aldrin Akbar dan Siti Nur Alam, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 2

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

kemudian hari akan berdampak pada penghasilan pedagang di pasar tradisional.<sup>2</sup> Berikut jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia tahun 2017-2023.

Gambar 1.1



Statistik mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian pada 2018, jumlahnya naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna. Lalu, pada tahun 2021, jumlahnya kembali naik mencapai 193,2 juta pengguna dan diprediksi akan mencapai 212,2 juta pengguna pada 2023.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Nola Irna Pratami dan Hariyanto, "Daya Layan dan Pola Sebaran Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Kepuasan Pembeli dan Pasar Tradisional Kota Semarang" dalam *Jurnal Geo Image*, Volume. 9., No. 2., (2020), h. 122

<sup>3</sup> Ginee, "Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-commerce tahun 2017-2023", Artikel dari : <https://ginee.com/id/insights/dampak-e-commerce/>, Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 10.16





Dunia Usaha pada masa sekarang ini mengalami perkembangan yang semakin pesat, ditandai dengan banyaknya kemunculan ritel modern maupun *e-commerce* yang mengakibatkan meningkatnya jumlah usaha maupun bisnis dengan jenis produk yang sama dengan pasar tradisional. Sama halnya dengan pasar malam puskopau kota pekanbaru yang menawarkan jenis barang yang sama dengan pasar modern dan *e-commerce* seperti pakaian, tas, kosmetik, kuliner, dll.

Pasar Malam Puskopau sendiri adalah bentuk dari pasar tradisional dan pasar harian yang telah dimodifikasi sedemikian rupa. Pasar malam puskopau ini berlokasi di Jalan Pepaya, Kelurahan Jadirejo, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru atau yang lebih dikenal dengan nama Pasar Malam Puskopau. Lokasi pasar malam puskopau yang berada di sekitar pemukiman masyarakat dan waktu operasionalnya berlangsung setiap malam pukul 19.00 s/d 22.00 WIB.

Secara sosial dan ekonomi, pasar malam puskopau ini berperan sebagai wadah bertemunya para pedagang dan pembeli di malam hari. Pedagang di pasar malam puskopau menjajakan dagangannya dengan lapak-lapak sederhana menggunakan meja, terpal ataupun karpet yang ditata sedemikian rupa untuk menarik calon pembeli. Selain arena permainan, pasar malam juga dipenuhi dengan aneka lapak baju, sepatu, kosmetik, pernak-pernik, dan juga berbagai macam kuliner. Berikut populasi pedagang pasar malam puskopau:

#### 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.

**Tabel 1.1**  
**Populasi Pedagang Pasar Malam Puskopau**  
**Kota Pekanbaru**<sup>4</sup>

No.	Jenis Usaha	Pelaku Usaha
1	Kuliner	20
2	Pakaian	18
3	Kosmetik	5
4	Assesoris	11
5	Wahana Bermain Anak-anak	8
6	Sepatu	5
7	Service Hp	1
8	Tas	8
9	Mainan Anak-anak	1
	Total	77

Berdasarkan hasil pengamatan, bahwa harga barang dagangan di pasar malam puskopau terbilang lebih murah dari pada harga pasaran di luar sana. Namun, format kehadiran pasar modern dan *e-commerce* lebih menyesuaikan pada kebutuhan dan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang dinamis. Dimana pasar modern dan *e-commerce* menawarkan keunggulan teknologi, keragaman barang dan inovasi pelayanan (*technological*

<sup>4</sup> Efri Wardi, Ketua Pasar Malam Puskopau, *Dokumentasi*, Pekanbaru, 19 Agustus 2023

## 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.

*development for retail*).<sup>5</sup> Berikut ini adalah daftar pusat perbelanjaan modern (mall) di kota Pekanbaru:

Tabel 1.2

No.	Mall	No.	Mall
1.	Mall SKA Pekanbaru	11.	Lotte Grosir Pekanbaru
2.	Mall Ciputra Seraya	12.	Hawaii Department Store Tuanku Tambusai
3.	Mall Pekanbaru	13.	Hawaii Department Store Yos Sudarso
4.	Metropolitan Trade Center Pekanbaru	14.	Metro Plaza Harapan Raya
5.	Plaza Citra	15.	Green City Mall
6.	Plaza Senapelan	16.	Sadira Plaza
7.	Sukaramai Trade Center	17.	Riau Town Square
8.	Plaza Ramayana	18.	Living World Pekanbaru
9.	Panam Square	19.	Mall Pekanbaru Park City Walk
10	The Central Plaza	20	Transmart Carrefour Pekanbaru. <sup>6</sup>

Selain itu, masyarakat perkotaan lebih cenderung menggunakan layanan *e-commerce* seperti Shopee, Olx, Bukalapak, Lazada, dll. Kemudian *online shop* tersebut memiliki fitur alternatif pembayaran yang sangat

<sup>5</sup> Rina Indistuti, "Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Dinamis di Kota Bandung" dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 10., No. 2., (2008), h.18

<sup>6</sup>Wikipedia, "Daftar Pusat Perbelanjaan di Pekanbaru", Artikel dari: [https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_pusat\\_perbelanjaan\\_di\\_Pekanbaru](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pusat_perbelanjaan_di_Pekanbaru) , Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 10.49



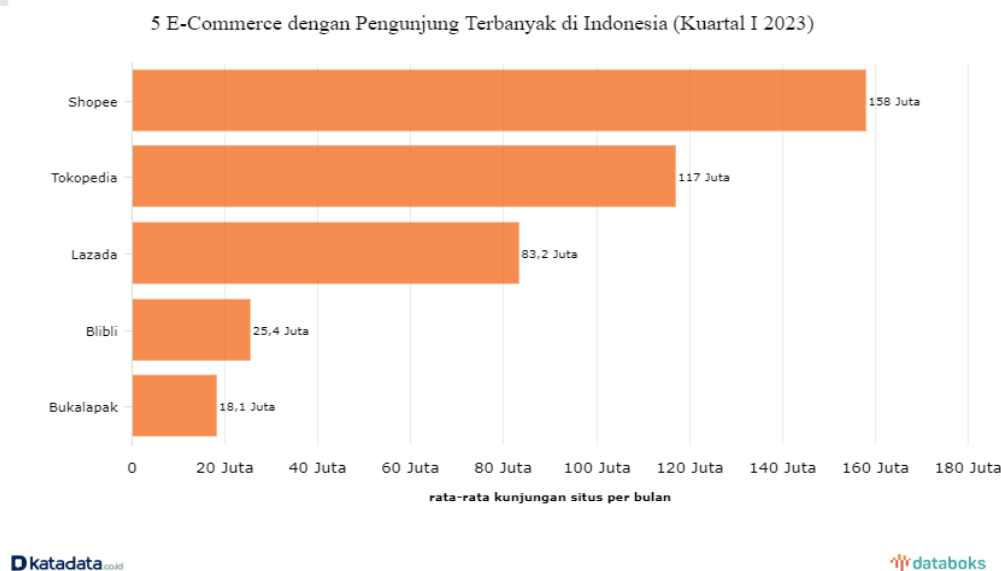
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

diminati masyarakat saat ini melalui transfer dan COD (*Cost On Delivery*), sehingga berbelanja menjadi lebih efektif dan efisien tanpa harus keluar rumah. Berikut data pengunjung *e-commerce* periode januari s/d maret 2023.

Gambar 1.2



Berdasarkan data similar web, Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2023 selama periode januari-maret, situs shopee meraih rata-rata 157,9 juta kunjungan per bulan, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode sama, situs tokopedia meraih rata-rata 117,9 juta kunjungan per bulan, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode sama, situs tokopedia meraih rata-rata 117 juta kunjungan, situs lazada 83,2 juta kunjungan, situs Blibli 25,4 juta kunjungan. Lima situs *e-commerce* tersebut cenderung menurun pada januari-februari 2023. Namun, pada maret 2023 trennya naik lagi bersamaan dengan datangnya bulan Ramadan 1444 Hijriah. Sepanjang maret 2023, jumlah



#### 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

kunjungan ke situs shopee naik sekitar 10% dibanding bulan sebelumnya (*month-on-month/mom*). Kunjungan ke situs tokopedia juga naik sekitar 6% (*mom*), pengunjung situs lazada meningkat 13% (*mom*), dan pengunjung situs blibli tumbuh 5% (*mom*). Tren berbeda hanya terjadi pada Bukalapak. Pada maret 2023 kunjungan ke situs Bukalapak masih sama seperti bulan sebelumnya. Adapun Ketua Dewan Pembina Asosiasi E-commerce Indonesia, Rudiantara, menilai *e-commerce* masih menjadi penopang ekonomi digital dalam negeri pada 2023. Lebih dari setengah ekonomi digital berasal dari *e-commerce*. Bahkan, tahun ini diperkirakan transaksi *e-commerce* bisa mencapai Rp 600 triliun sampai Rp 700 triliun, untuk semua jenis *e-commerce*.<sup>7</sup>

Dalam praktik perdagangan pasar malam, dibutuhkan modal sebagai alat untuk menjaga keberlangsungan aktivitas para pedagang. Para pedagang pasar malam harus bekerja keras dalam mengembalikan modal serta memperoleh keuntungan dari hasil perdagangan. Modal ini akan digunakan untuk mempertahankan pekerjaan mereka. Para pedagang lebih memusatkan perhatian pada cara bertahan hidup melalui kebertahanan terhadap pekerjaan sebagai pedagang pasar malam.

Pedagang mampu menekan harga jual karena di pasar malam tidak membayar pajak, tidak menggunakan AC, dan biaya sewa lapak cukup terjangkau. Diketahui bahwa biaya sewa lapak ialah Rp 250.000 per bulan,

<sup>7</sup> Adi Ahdiat , “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023”, Artikel dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>, Diakses pada 18 Juni 2023, pukul 22.03



sudah mencakup biaya listrik dan kebersihan. Sehingga pedagang pasar malam mampu menekan harga jual guna menarik minat konsumen.

Berdasarkan pengamatan, pengunjung di pasar malam sangat sepi di hari kerja dalam setiap malamnya. Bahkan dalam satu malam di hari kerja terkadang pedagang tidak menjual satu pun barang dagangannya. Pengunjung lumayan ramai pada hari sabtu dan minggu (*weekend*), itupun masih terbilang sepi. Sedangkan Kondisi pasar malam yang benar-benar ramai adalah ketika libur nasional seperti malam tahun baru, menjelang lebaran, Lebaran, Natal, dll. Hal tersebut menggambarkan eksistensi pasar malam sangat rendah di tengah persaingan ekonomi modern. Yang dulunya pasar malam diminati masyarakat, sekarang menjadi tertinggal karena perubahan gaya hidup masyarakat yang dinamis, sehingga pasar modern dan *e-commerce* lebih mampu memenuhi gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang dengan inovasi dan kemajuan teknologi.

Kajian mengenai eksistensi pasar malam ini diperlukan, Karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling pasar malam puskopau, kita bisa membuktikan bahwa keberadaan pasar malam masih diakui dan masih diminati pada saat ini. kemudian, penilaian eksistensi pasar malam sangat penting guna memperoleh pembuktian akan hasil kerja atau performa pedagang pasar malam puskopau di tengah persaingan ekonomi modern.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU

#### 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  
KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN  
MENURUT EKONOMI SYARIAH”.

### B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini nanti terarah, maka diperlukan batasan masalah yang akan diteliti nantinya. Dan penelitian ini nantinya akan difokuskan pada eksistensi pedagang pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern menurut ekonomi syariah.

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana eksistensi pedagang pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern?
2. Bagaimana strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern?

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan eksistensi pasar malam puskopau Kota Pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern.
2. Untuk menjelaskan strategi pedagang mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau Kota Pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern.
3. Untuk menjelaskan tinjauan ekonomi syariah mempertahankan eksistensi pasar malam puskopau Kota Pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern.

#### 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.



## E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, Bagi khasanah ilmu pengetahuan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi tambahan dalam bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai eksistensi pasar dalam persaingan ekonomi modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengembangan dalam dunia Ekonomi dan Bisnis Syariah. Bagi mahasiswa, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, Wawasan dan sebagai sumber referensi pada masa mendatang.
2. Manfaat Praktisi, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa dan lapisan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam Ilmu Ekonomi Syariah di setiap perguruan tinggi pada Fakultas Syariah dan Hukum maupun Bisnis. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan strata 1 Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan pola dasar pembahasan skripsi dalam bentuk bab dan sub bab yang secara logis saling berhubungan dan merupakan suatu masalah yang diteliti. Penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini berpedoman pada Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum. Penulis membagi menjadi lima bab agar mempermudah

### 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.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pembahasan dalam pembuatan skripsi ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama merupakan Bab Pendahuluan. Dalam bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini merupakan uraian dari segi teori dalam penelitian ini, yang berkenaan dengan eksistensi, pasar malam, persaingan usaha, ekonomi modern dan tinjauan ekonomi syariah mengenai keberterahan usaha.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian tentang eksistensi pedagang pasar malam puskopau kota pekanbaru dalam persaingan ekonomi modern menurut ekonomi syariah.





## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup, dimana penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan uraian pada bab sebelumnya.

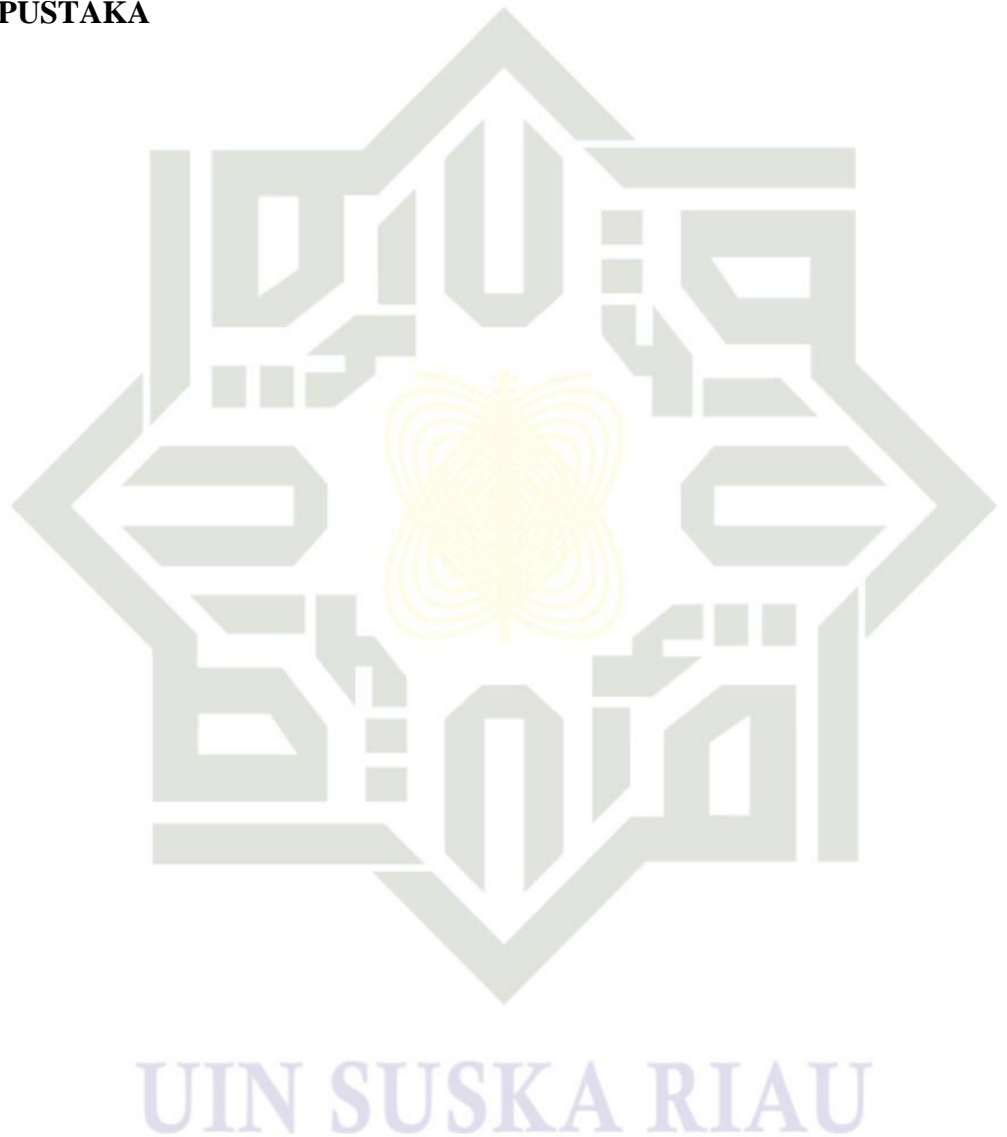
## DAFTAR PUSTAKA

© 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.



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

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Teoritis

##### 1. Eksistensi

Pengertian Eksistensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari kata *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.<sup>8</sup>

Menurut Sjaifirah dan Prasanti, Eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya sesuatu. Eksistensi ini diperlukan karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling, kita bisa membuktikan bahwa keberadaan suatu hal diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Ramayani, “eksistensi ikan larangan sebagai kearifan local pembangunan masyarakat miangkabau (studi kasus ikan larangan di batu busuk kelurahan lambung, bukit pauh padang)” dalam *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, Volume 3., No. 6., (2019), h. 1588

<sup>9</sup> *Ibid*

**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.

Menurut Abidin Zaenal, eksistensi adalah suatu proses yang dinamis tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.<sup>10</sup>

Menurut Kirkegaard, eksistensi adalah suatu keputusan yang berani diambil oleh manusia untuk menentukan hidupnya dan menerima konsekuensi yang telah manusia ambil. Jika manusia tidak berani untuk melakukannya maka manusia tidak bereksistensi dengan sebenarnya.<sup>11</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa Eksistensi merupakan kemampuan untuk menjaga keberadaan usaha dan meningkatkan pertumbuhan usahanya, kemudian memperoleh respon dari masyarakat yang membuktikan hasil kerja atau performa usahanya di dalam suatu lingkungan.

## 2. Pasar Malam

### a. Pengertian Pasar Malam

Pasar malam adalah pasar yang melakukan transaksi perdagangan di malam hari, biasanya selain memasarkan produk-produk kebutuhan masyarakat sehari-hari, juga menawarkan beberapa permainan dan hiburan yang menarik bagi anak-anak dan orang dewasa. Pasar Malam merupakan pasar yang sama dengan pasar

<sup>10</sup> Sitti Rosmalah, *Eksistensi Usaha Tani dan Keberdayaan Petani di Pulau Wawonii*, (Yogyakarta: NEM, 2022), h. 31

<sup>11</sup> Kadeni dan Ninik Srijani, "Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", dalam *Jurnal Equilibrium*, Volume. 8., No. 2., (2020), h. 192



**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.

tradisional hanya saja pasar malam dibuka dengan skala yang lebih kecil dari pada pasar tradisional umumnya.<sup>12</sup>

**b. Faktor-faktor Pendorong Berkembangnya Pasar Malam**

Secara umum, yang menjadi faktor pendorong berkembangnya pasar malam adalah:

- a. Harga barang dan jasa yang dijual relatif murah.
- b. Barang-barang yang dijual aneka ragam, baik makanan, minuman dan kebutuhan sehari-hari.
- c. Sarana hiburan di malam hari bagi masyarakat sekitar.
- d. Faktor waktu luang bagi pegawai/karyawan yang bekerja dan tidak sempat berbelanja di siang hari.
- e. Faktor keterjangkauan, sehingga efektif dan efisien dari segi waktu dan transport.<sup>13</sup>

**c. Faktor-faktor Penghambat Berkembangnya Pasar Malam**

Secara umum, yang menjadi faktor penghambat berkembangnya pasar malam adalah:

- 1) Belum adanya lokasi yang permanen, menyebabkan pasar malam belum tertata dengan baik dan cenderung mengganggu ketertiban umum.
- 2) Belum dilakukan pembinaan oleh instansi terkait, karena dianggap ilegal.

<sup>12</sup> Wahab, *Perdagangan Nasional*, (Semarang: Alprin, 2010), h. 8

<sup>13</sup> Effendi, "Kajian Pasar Malam dalam Rangka Upaya Memasarkan Produk Daerah di Kabupaten Kutai Kartanegara", dalam *Jurnal Ilmu Hukum*, Volume. 1., No. 1., (2013), h. 7

### 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) Belum tersedianya sarana yang memadai menyangkut tempat parkir, tempat pembuangan sampah, toilet, listrik dan air bersih.
- 4) Faktor keamanan dan kebersihan yang belum optimal.
- 5) Belum adanya Perda dan Perbub tentang pasar malam, agar pengaturannya jelas.<sup>14</sup>

## 3. Persaingan Usaha

### a. Pengertian Persaingan Usaha

Seorang ahli ekonomi Jerman, Rainer Adam berpendapat bahwa persaingan adalah suatu mekanisme yang efektif dan efisien bertujuan untuk menemukan solusi-solusi baru atas masalah-masalah baru dan tantangan-tantangan baru yang selalu muncul dalam dunia ekonomi. Rainer Adam juga menambahkan persaingan diartikan sebagai instrument non-otoriter yang mencegah munculnya kekuatan dominan dalam sistem ekonomi, sekaligus membatasi kekuasaan pada umumnya.<sup>15</sup>

Persaingan usaha adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.<sup>16</sup> Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan

<sup>14</sup> *Ibid.*, h. 8

<sup>15</sup> Ensiklopedia, "Persaingan (Ekonomi)", artikel dari [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Persaingan\\_\(ekonomi\)#:~:text=Menurut%20ahli%20ekonomi%20Jerman%20dari,selalu%20muncul%20dalam%20dunia%20ekonomi](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Persaingan_(ekonomi)#:~:text=Menurut%20ahli%20ekonomi%20Jerman%20dari,selalu%20muncul%20dalam%20dunia%20ekonomi), diakses pada 22 Agustus 2023, pukul 20.26

<sup>16</sup> Mudarajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 86

**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.

yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar.

Secara Umum Persaingan Bisnis adalah rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga dan kualitas barang atau jasa yang baik.<sup>17</sup>

**b. Faktor-faktor Persaingan Usaha**

Adapun faktor-faktor persaingan usaha :

- 1) Produk yang diperjualbelikan sama.
- 2) Saluran distribusi sama.
- 3) Adanya perubahan naik turun harga.
- 4) Pemasok produksi sama.<sup>18</sup>

**c. Jenis-jenis Persaingan**

Terdapat empat tingkat persaingan berdasarkan tingkat substitusi produk diantaranya:

- 1) Persaingan Merek

Persaingan yang terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa pada pelanggan yang

<sup>17</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.27

<sup>18</sup> Ismail Yusanto, *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayaan, 2003), 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.

sama dengan harga yang sama. Misalnya teh botol sosro dan fresh tea.

#### 2) Persaingan Industri

Persaingan yang terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaingnya adalah semua perusahaan yang memproduksi produk atau kelas produk yang sama. Misalnya teh botol sosro industrinya tidak hanya industri teh botol, tetapi semua industri minuman. Karena itu pesaingnya adalah Coca Cola, Aqua, dll.

#### 3) Persaingan Bentuk

Persaingan bentuk terjadi ketika pengusaha atau wirausahawan memproduksi barang yang ternyata memiliki kemiripan dengan barang yang diproduksi usaha lain. Contoh dari persaingan bentuk adalah persaingan antara pengusaha dengan kerajinan ukiran patung.

#### 4) Persaingan Generik

Persaingan generik lebih berfokus pada target pasar. Tipe ini muncul dikarenakan target pasar maupun konsumen yang sama. Maksudnya, dua perusahaan yang menjual produk dengan konsumen yang sama akan menimbulkan persaingan generik.

Selain itu, dalam dunia usaha juga dikenal dua jenis persaingan bisnis, yang terdiri dari :

**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) Persaingan Sehat (*Healthy Competition*)

Adalah persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.

2) Persaingan Gorok Leher (*Cut Throat Competition*)

Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang di bawah harga yang berlaku di pasar.<sup>19</sup>

**d. Hal-hal Yang Dipersaingkan Dalam Persaingan Usaha**

## 1) Daya saing kualitas, Baik produk maupun tempat.

Produk-produk yang akan dipasang kualitasnya harus bisa bersaing dengan baik. Selain itu, *Place* atau pasar merupakan tempat menjual produk atau jasa yang diusahakan. Tempat menjual produk atau jasa itu ada bermacam-macam mulai dari pasar tradisional sampai dengan pasar modern seperti supermarket dan mall. Pilihan itu akan berkembang sesuai dengan kemampuan *entrepreneur* yang bersangkutan.<sup>20</sup>

## 2) Daya saing harga

Tidak mungkin akan memenangkan persaingan jika produk sangat mahal harganya. Penentuan harga barang/jasa dalam

<sup>19</sup> P. Putra, et.al, *Kewirausahaan*, (Bandung: Nilacakra, 2021), h. 158

<sup>20</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2011),

#### 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.

menyiasati persaingan bisnis perlu sekali mendapat perhatian bagi pebisnis, lebih-lebih lagi seorang enterprenur yang baru terjun ke dunia bisnis.

#### 3) Daya saing *marketing*

Dalam hal ini kemampuan mengemas produk sangat dibutuhkan. Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang menunjang bauran pemasaran lainnya. Tanpa promosi, produk tidak dikenal oleh konsumen. Tanpa promosi, kebijakan discount harga bisa saja tidak dikenal. Komponen-komponen promosi terdiri dari periklanan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan promosi penjualan.<sup>21</sup>

#### 4) Daya saing jaringan kerja (*networking*)

Suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan kalah jika bermain sendiri tanpa melakukan kerjasama dengan lembaga bisnis lainnya.<sup>22</sup>

### 4. Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*)

#### a. *Marketing Mix* (7P)

Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran adalah *marketing mix*, yang merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Terdapat 7 unsur *marketing mix* yaitu:

<sup>21</sup> Didin Hafidhuddin, *op. cit.*, h. 44

<sup>22</sup> *Ibid.*, h. 45





#### 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) *Product* (Produk)

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### 2) *Price* (Harga)

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Pedagang harus menetapkan harga yang kompetitif, yaitu harga jual produk tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan harga produk pesaing. Penetapan harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing akan menyebabkan rendahnya minat konsumen. Sebaliknya, penetapan harga yang terlalu murah juga bukan merupakan strategi yang benar. Hal tersebut justru dapat menjadi boomerang bagi produk perusahaan, karena justru dapat memunculkan anggapan atau sentiment negatif dari konsumen.

#### 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.

Konsumen berspekulasi bahwa produk yang lebih murah identik dengan kualitas barang yang rendah.<sup>23</sup>

### 3) *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk tujuan menarik calon pelanggan agar bersedia membeli atau mengonsumsi produk yang dipromosikan.<sup>24</sup> Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media masa seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi, *direct mail* dan media sosial.

Media promosi yang dapat digunakan antara lain: Periklanan, Promosi Penjualan, Publisitas, Hubungan Masyarakat, dan pemasaran langung. Penentuan media promosi yang akan digunakan didasarkan pada jenis dan bentuk produk itu sendiri. Promosi juga dapat dilakukan dengan cara meningkatkan *market share*, berikut langkah-langkahnya:

- a) promosi yang diimbangi pembukaan cabang baru.
- b) Menambah produk serta pelayanan baru.
- c) Menjual produk dan layanan pada pelanggan yang sudah ada dengan peningkatan kuantitas.
- d) Memperluas pasar ke daerah baru.

<sup>23</sup> P. Putra, et.al, *op. cit.*, h. 166

<sup>24</sup> *Ibid.*, h. 167

#### 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.

e) Menargetkan pasar dan pelanggan baru.

f) Masuk dalam sistem penjualan terbaru (misalnya *e-commerce*).

#### 4) *Place* (Saluran Distribusi)

Saluran Distribusi adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemiliknya dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai industri.<sup>25</sup>

#### 5) *People* (Partisipan)

Orang yang memiliki andil dalam memberikan pelayanan kepada konsumen selama melakukan pembelian. Konsumen akan merasa betah dan nyaman untuk mengkonsumsi produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan apabila dibarengi dengan pelayanan yang baik dari pelaku usaha. Rasa loyalitas dapat muncul dari konsumen yang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Cara bersikap, bertutur kata, bertingkah laku dan menghormati pelanggan merupakan aspek yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan yang mampu menerapkannya dengan baik.

#### 6) *Process* (Proses)

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.

<sup>25</sup> Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix, "Analisa Marketing Mix 7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process dan Physical Evidence)" dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Volume. 1., No. 2., (2010), h. 219



#### 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) *Physical evidence* (Fasilitas pendukung)

Fasilitas Pendukung adalah Prasarana pendukung yang berkaitan dengan layanan pelanggan yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, seperti Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin, alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas dan lain-lain. Hal tersebut menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk/jasa.<sup>26</sup>

#### b. *Marketing Mix* (4E)

- 1) *Experience* (pengalaman) adalah apa yang dialami konsumen ketika mereka menggunakan suatu produk atau jasa. Konsumen tidak hanya fokus pada keinginannya saja, tetapi juga menginginkan pengalaman dari produk yang dibelinya.
- 2) *Exchange* (pertukaran), berfokus pada nilai yang diberikan oleh produk atau jasa. Ada pertukaran antara uang yang diberikan konsumen untuk produk atau jasa yang akan mereka terima.
- 3) *Everywhere* (dimana-mana), produk atau jasa dapat digapai konsumen di mana pun berada. Terlebih di era digital seperti saat ini, dengan memaksimalkan platform seperti website atau pun sosial media sebagai solusi jitu agar suatu brand dapat dikenal masyarakat di mana pun.

<sup>26</sup> Ryan Nugroho dan Edwin Japarianto, "Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, price dan place terhadap tingkat kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya" dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume. 1., No. 2., (2013), h. 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.

- 4) *Evangelism* (penyebaran), yakni pelanggan tetap menjadi pihak yang mendukung kegiatan pemasaran dengan cara mengkomunikasikan produk ke pihak lain dari mulut ke mulut.<sup>27</sup>

## 5. Ekonomi Modern

### a. Pengertian Ekonomi Modern

Menurut Richard G Lipsey, Ekonomi modern adalah sistem ekonomi dimana harus bisa memenuhi kebutuhan manusia yang tak terbatas dengan sumber daya yang terbatas, sehingga masalahnya sangat kompleks.<sup>28</sup>

### b. Permasalahan Ekonomi Modern

Ekonomi modern mengakomodasikan masalah ekonomi dalam tiga masalah pokok, yaitu barang apa yang diproduksi dan berapa jumlahnya? Bagaimana cara memproduksi? Dan untuk siapa barang tersebut diproduksi?

#### 1) Apa dan berapa barang yang diproduksi?

Masalah ini menyangkut jenis barang dan jumlah yang akan diproduksi. Karena sumber daya yang terbatas, pelaku bisnis harus memutuskan barang apa yang akan diproduksi: apakah akan memproduksi makanan, obat-obatan, mesin-mesin industri, buku, mainan anak, dll. Setelah ditentukan apa yang akan diproduksi, masyarakat harus memutuskan berapa jumlah barang tersebut harus

<sup>27</sup> Eyora Jasmin Kinasih, "Apa itu Marketing Mix 4E?", Artikel dari: <https://kumparan.com/eyora-jasmine-n-k/apa-itu-marketing-mix-4e-ini-penjelasan-nya-1x5ndESuS/full>, diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 15.16.

<sup>28</sup> Muhammad Dinar dan Muhammad Hasan, *Pengantar Teori dan Aplikasi*, (Makasar: Pustaka Taman Ilmu, 2018), h. 3



diproduksi sehingga dapat ditentukan berapa sumber daya yang dialokasikan untuk makanan, obat-obatan, mesin industri, dll. Mengenai barang apa yang diproduksi dan berapa jumlahnya tergantung pada kondisi ekonomi dan sistem ekonomi Daerah/Negara yang bersangkutan.

2) Bagaimana cara memproduksi?

Masalah pertama dalam hal ini adalah teknologi atau metode produksi yang digunakan untuk memproduksi suatu barang: jumlah tenaga kerja, jenis mesin, serta bahan mentah yang akan digunakan. Produksi dengan teknologi padat karya banyak menggunakan tenaga manusia, tetapi jumlah produksinya terbatas. Jika yang digunakan adalah teknologi padat modal maka yang menjadi masalah adalah bagaimana memperoleh modalnya. Masalah kedua yang harus ditangani adalah bagaimana mengkombinasikan faktor-faktor produksi yang ada agar berhasil guna dan berdaya guna. Hal yang berkaitan dengan masalah metode produksi yakni bagaimana melakukan proses produksi tersebut se-efisien mungkin sehingga produksi dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Alam S, *Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 23

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.

### 3) Untuk siapa barang diproduksi?

Permasalahan disini adalah kosumen yang memerlukan barang. Dengan kata lain, pendistribusian produk dilihat dari . ukuran pendapatan konsumen atau masyarakat. Sistem ekonomi pasar berpendapat bahwa sedikit atau banyaknya distribusi tergantung pada persaingan dan mekanisme pasar.<sup>30</sup>

### c. Ritel Dalam Persaingan Ekonomi Modern

Kompetisi pasar dalam ekonomi modern, terdapat gambaran jelas perbandingan eksistensi pasar modern dan *e-commerce* dengan eksistensi pasar tradisional. Perkembangan pasar modern dan *e-commerce* cukup pesat. Dengan meningkatnya eksistensi pasar modern dan *e-commerce* ini dikhawatirkan dapat menggeser pasar tradisional yang sejak dulu telah ada. Khususnya pasar malam yang hanya bagian kecil dari wisata malam maupun pasar tradisional.<sup>31</sup> Berikut Penjelasan mengenai pasar modern dan *e-commerce*.

#### 1) Pasar Modern

Pasar Modern adalah Pasar dengan sistem pelayanan mandiri atau dilayani pramuniaga, menjual berbagai jenis barang secara eceran dalam suatu bangunan. Pembeli dapat melihat harga yang tercantum dalam barang (*barcode*). Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti: buah, sayuran, daging, Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat

<sup>30</sup> *Ibid.*, h. 24

<sup>31</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 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.

bertahan lama.<sup>32</sup> Pasar modern dapat berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.<sup>33</sup>

- a) Minimarket adalah toko yang berukuran relative kecil. Pada kelompok ini, hanya terdapat dua pemain besar yaitu Indomaret dan Alfamart.
- b) Supermarket, yang hanya terdiri dari 1 toko besar tapi menjual berbagai macam hal dari umum sampai khusus. Biasanya barang yang dijual cukup lengkap.
- c) Toko Ritel yang operasinya cukup besar. Toko modern ini menjual segala macam kebutuhan seperti makanan, minuman, pasta gigi, sabun mandi, pakaian, serta produk-produk *Non Food* seperti mainan, majalah, dan lain-lain. Pada kelompok ini, pemain utamanya seperti Hero, Carrefour, Suzuya Mall dan lain-lain.
- d) Departement Store (toko serba ada) adalah toko eceran modern yang berskala besar yang pengelolaannya dipisah dan dibagi menjadi bagian yang menjual pakaian wanita, pakaian pria, pakaian anak-anak dan lain-lain. Department Store mempunyai luas lantai penjualan lebih dari 400 m<sup>2</sup>.
- e) Hypermarket adalah jenis toko modern yang memiliki luas lantai penjualan lebih dari 5000 m<sup>2</sup> sehingga lebih luas

<sup>32</sup> Wahab, *op.cit.*, h. 9

<sup>33</sup>Tri Joko Utomo, "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel" dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume. 5., No. 1, (2010), h. 72



#### 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.

dibandingkan dengan supermarket. Jumlah jenis barang yang dijual di hypermarket sangat besar (lebih dari 50.000 item) dan meliputi banyak jenis produk. Barang-barang yang ditawarkan meliputi produk grosiran, minuman, *hardware*, bahan bangunan, perabot rumah tangga dan juga furnitur.<sup>34</sup>

#### 2) *E-commerce*

Internet pertama kali muncul pada tahun 1969 di Amerika Serikat, dimana dibentuk suatu jaringan komputer di University of California di Los Angeles, University of California di Santa Barbara, University of Utah dan Institut Penelitian Stanford. Sejarah perkembangan *e-businness* di dunia dimulai dari kemunculan internet yang kemudian berkembang sehingga timbullah *e-commerce*.<sup>35</sup>

Di Indonesia *e-commerce* telah dimulai sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau *D Net* sebagai perintis transaksi online. Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Dengan menggunakan internet, proses jual beli/perniagaan dapat menghemat biaya dan waktu.

<sup>34</sup> *Ibid.*, h. 125-126

<sup>35</sup> M. Anang Firmansyah, *Pengantar E-Marketing*, (Pasuruan: Qiara Media, 2020), h. 30





#### 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.

Menurut Laudon dan Traver, *e-commerce* merupakan transaksi komersial antara organisasi dan individu secara digital.<sup>36</sup> Perdagangan Elektronik atau *e-commerce* bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi perdagangan dilakukan secara online. *E-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran barang atau penjualan barang dan jasa secara elektronik.<sup>37</sup> Bentuk *e-commerce* di Indonesia terdiri dari :

- a) Iklan Baris, merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang tergolong sederhana, bisa dianggap sebagai evolusi dari iklan baris yang biasanya ditemui di koran-koran ke dalam dunia online. Penjual yang menggunakan sosial media atau forum untuk beriklan, biasanya tidak bisa langsung menyelesaikan transaksi pada website yang bersangkutan.
- b) *Retail*, merupakan jenis *e-commerce* yang di mana semua proses jual-beli dilakukan melalui sistem yang sudah diterapkan oleh situs retail yang bersangkutan. Oleh karena itu, kegiatan jual beli di retail relatif aman.
- c) *Marketplace*, Bisa dianggap sebagai penyedia jasa mall online, namun yang berjualan bukan penyedia *website*, melainkan

<sup>36</sup> Wahyu Pramana, "Analisis Digital Marketing dan Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume. 8., No. 2., (2013), h. 1529

<sup>37</sup> Mohammad Aldrin Akbar dan Sitti Nur Alam, *op. cit.*, h. 11

#### 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.

anggota-anggota yang mendaftar untuk berjualan di website marketplace yang bersangkutan. *Marketplace* umumnya menyediakan lapisan keamanan tambahan untuk setiap transaksi yang terjadi, seperti sistem pembayaran *escrow* atau lebih umum dikenal sebagai rekening bersama.<sup>38</sup>

Dalam *e-commerce* seluruh formalitas yang ada dalam transaksi konvensional dikurangi, disamping konsumen memiliki kemampuan untuk dapat mengumpulkan dan membandingkan informasi barang atau jasa yang dibutuhkan secara lebih leluasa tanpa dibatasi wilayah. Untuk mencari barang yang diinginkan pihak pembeli (*buyer*) dapat mengakses toko online melalui website atau mengunduh aplikasi, kemudian pembeli mengirimkan penawaran dan menentukan sistem pembayaran yang diinginkan kepada penjual (*seller*) untuk kemudian barang yang telah dipesan, dikemas dan dikirim oleh penjual. Salah satu sistem pembayaran yang banyak diminati oleh pembeli yakni *Cash on Delivery* (COD).

COD merupakan metode pembayaran yang dilakukan secara langsung di tempat setelah pesanan dari kurir diterima pembeli. Tujuan dari sistem pembayaran COD adalah untuk

<sup>38</sup> Eric Yuandrea, *Akibat Hukum Pencabutan Pmk No. 210/Pmk.010/2018 tentang Tax E-Commerce terkait Diskriminasi terhadap Industri Retail (Direct Selling)*, (Medan: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), h. 70

#### 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.

mempermudah pembeli dalam melakukan pembayaran tanpa harus memiliki rekening di bank atau kartu kredit.<sup>39</sup>

Sebagai salah satu pusat pengembangan *e-commerce* di Asia Tenggara, Indonesia memiliki banyak toko online yang dapat menampung penjual dan pembeli dalam satu platform besar sehingga memudahkan proses transaksi.<sup>40</sup> Beberapa toko online di Indonesia antara lain: Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Bibli, JD.ID, OLX, dll.

Perkembangan toko online atau *online shop* dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a) Jumlah pengguna internet yang terus bertambah
- b) Kemacetan lalu lintas.
- c) Trend belanja online internasional meningkat.
- d) Akses internet mudah dan murah.
- e) Memiliki fitur alternatif pembayaran.
- f) Harga yang kompetitif.
- g) Sistem pengiriman barang yang baik.<sup>41</sup>

<sup>39</sup> Afida Ainur Rokfa, "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery pada media E-commerce" dalam *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Volume. 6., No. 2., (2022), h. 162

<sup>40</sup> M. Hilmi Masruri dan Java Creativity, *Membangun Toko Online dengan Joomla & J2Store*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), h. 1

<sup>41</sup> Muzalifah, "Pendampingan dan Optimalisasi Jual Beli berbasis online pada pedagang pasar malam kota Palangkaraya" dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume. 3., No. 1., (2023), h. 37-42





## 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.

## 6. Tinjauan Ekonomi Syariah Mengenai Kebertahanan Usaha

### a. Marketing Syariah

Dalam ekonomi Islam, telah dijelaskan kiat-kiat untuk menjadi pemasar yang handal melalui pemasaran yang berbasis islam (Marketing Syariah) antara lain:

#### 1) Theistis (*Rabbaniyyah*)

Kondisi religius tercipta bukan karena keterpaksaan tetapi dari kesadaran akan nilai-nilai religius yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

#### 2) Etis (*Akhlaqiyyah*)

Seorang marketer sangat mengedepankan masalah ahlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya, yaitu: Jujur, Berperilaku adil dalam berbisnis, Bersikap melayani dan rendah hati serta tidak suka berburuk sangka

#### 3) Realistis (*Al-waqi'iyah*)

Seorang marketer adalah para pemasar professional yang tidak kaku, tidak berlebihan, tetapi sangat luwes sesuai perkembangan zaman.

#### 4) Humanistis (*Insaniyyah*)

Dengan memiliki nilai humanistis manusia menjadi terkontrol dan seimbang, bukan manusia yang serakah yang

## 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.

menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>42</sup>

### b. Konsep Persaingan Menurut Ekonomi Syariah

Dalam Konsep Ekonomi Syariah, Pesaing tidak dianggap sebagai pihak yang harus dikalahkan atau bahkan dimatikan, Pesaing merupakan mitra untuk turut menyukseskan usaha, sehingga setiap usaha mampu memacu dirinya untuk menjadi lebih baik tanpa harus menjatuhkan pesaingnya.<sup>43</sup> Sebagaimana firman Allah SWT QS.Al-Baqarah :148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اَيْنَ مَا تَكُونُوا يٰٓاْتِ بِكُمْ  
 اللهُ جَمِيعًا ۗ اِنَّ اللهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu .(Al-Baqarah : 148).*<sup>44</sup>

Dalam kandungan ayat Al-Quran diatas dijelaskan bahwa seorang muslim perlu berlomba-lomba dalam mengerjakan kebaikan. persaingan untuk tujuan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah.<sup>45</sup>

<sup>42</sup> Febby Ayu Syahputri dan Nuri Aslami, "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Medan" dalam *Jurnal Manajemen*, Volume. 1., No. 1., (2022), h. 32

<sup>43</sup> Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2019), Cet. Ke-1, h. 53

<sup>44</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Surabaya: Haam, 2014), h. 23

<sup>45</sup> M. Ismail Yusanto Dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 96

## 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.

### c. Inovasi Teknologi Dalam Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah

Dalam konsep dasar ekonomi syariah terdapat kerja keras dan kreatifitas. Ekonomi Syariah mendorong kerja keras, inovasi dan kreatifitas dalam upaya mencapai kemakmuran, tetapi selalu dalam kerangka aturan syariah.<sup>46</sup> Adopsi inovasi tidak dapat terlepas dari dunia bisnis kecil maupun bisnis yang sudah besar, Setiap bisnis harus menciptakan inovasi untuk mempertahankan eksistensi pasar dengan model-model terbaru yang dikeluarkan oleh pebisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>47</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Najm : 39-40 tentang balasan usaha :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾

Artinya: *Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya).*<sup>48</sup>

Dalam Ekonomi Modern, teknologi berperan penting menunjang kegiatan produksi dimana manufaktur semakin maju. Berapa banyak produsen yang tidak dapat bertahan karena tidak mampu bersaing dengan pesaing lain yang dapat memproduksi barang

<sup>46</sup> Asri Jaya, et.al, *Ekonomi Syariah*, (Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2023), h.

<sup>47</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 191

<sup>48</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *op. cit.*, h. 527





dan jasa yang jauh lebih banyak dari pada yang mereka produksi sendiri tanpa menggunakan fasilitas teknologi yang unggul.<sup>49</sup>

Di era digital juga banyak masyarakat muslim memanfaatkan internet untuk bertukar informasi tentang gaya hidup dan alat jual beli digital seperti mencari makanan halal, pakaian, wisata halal, atau berbagai topik tentang muslim dan keyakinan Islam. Baru-baru ini, mereka menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp, Insatagram, bahkan beberapa platform e-commerce yang digunakan untuk melakukan kegiatan tersebut. Dengan meningkatnya minat beli konsumen Muslim dalam pemasaran digital yang signifikan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dan industri untuk memberika layanan pemasaran digital yang tentunya dapat dipercaya kehalalannya dan sesuai dengan kaidah ekonomi Islam dalam pemasaran.<sup>50</sup>

#### 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.

<sup>49</sup> Dedi Mardianto, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Serang: Sada Kurnia Pustaka; 2022), h. 93

<sup>50</sup> Suci Hartini dan Muhammad Iqbal Fasa, “ Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam” dalam *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Volume. 5., No. 1., (2022), h. 197-198

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian (tahun) / Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Rina Indriastuti, Fitri Hastuti, dan Yudi Azis (Jurnal : 2008) “Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Dinamis di Kota Bandung”	Sama-sama membahas eksistensi pasar tradisional di tengah persaingan ekonomi modern.	Objek Penelitiannya Rina Indriastuti, dkk ialah pasar tradisional pada umumnya yang beroperasi di siang hari, sedangkan objek penulis lebih spesifik yaitu pasar malam. Kemudian, Penelitiannya Rina Indriastuti tidak menggunakan perspektif ekonomi syariah, sedangkan penulis berdasarkan perspektif ekonomi syariah	Pasar tradisional masih memiliki peluang berkembang berdampingan dengan pasar modern ( <i>co-exist</i> ), karena dua alasan . pertama dilihat dari sisi harga barang yang dijual sebagai hasil tawar menawar masih terklasifikasi sebagai harga bersaing relatif dibandingkan harga pasar modern. Kedua, dari hasil pengujian terhadap faktor pembeda keputusan pembeli dalam memilih pasar tradisional dan pasar non-tradisional, diperoleh

- 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik 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.

			indikasi kekuatan yang dapat dikembangkan dari jaminan harga jual yang kompetitif, yaitu masih dan akan dimilikinya segmen pembeli yang rasional dalam arti berbelanja dengan pertimbangan ketersediaan anggaran belanja untuk memperoleh kepuasan maksimum. <sup>51</sup>
Lena Uli Sihaloho (Skripsi: 2013), “Eksistensi Pasar Malam (Studi Kasus Pasar Malam Bayang Ohana di Kota Pekanbaru).”	Sama-sama membahas eksistensi pasar malam di tengah pengembangan pasar modern	Penelitiannya Lena Uli Sihaloho terfokus pada persaingan dengan pasar modern saja. Sedangkan penulis terfokus pada persaingan ekonomi modern yaitu pasar modern sekaligus e-	Dalam mempertahankan hidup maka pengelola pasar malam melakukan strategi seperti strategi menarik pengunjung agar tertarik untuk bermain, strategi menghadapi masalah saat genset mati atau rusak, strategi jika

<sup>51</sup> Rina Indiasuti, et.al, *op. cit.*, h. 17-38



## © Hak cipta milik 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.

		<p><i>commerce</i>. Selain itu Penelitiannya Lena Uli Sihalofo tidak menggunakan perspektif ekonomi syariah. Sedangkan Penulis menggunakan perspektif ekonomi syariah</p>	<p>pengunjung sepi, strategi jika mengalami gangguan cuaca, strategi jika mengalami kecelakaan dalam permainan, strategi jika musiman sekolah, serta strategi pemindahan lokasi.<sup>52</sup></p>
<p>Nasrudin Muzakki (Skripsi: 2020), “Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta”.</p>	<p>Sama-sama membahas eksistensi pasar tradisional di tengah pengembangan pasar modern dan ritel berjejaring.</p>	<p>Objek Penelitiannya Nasrudin Muzakki ialah pasar tradisional pada umumnya yang beroperasi di siang hari, sedangkan objek penulis lebih spesifik yaitu pasar malam. Kemudian, Penelitiannya Nasrudin Muzakki tidak</p>	<p>Strategi Pedagang mempertahankan eksistensi Pasar Sambilegi melalui: penguatan Kelembagaan Pasar, Peningkatan Kapasitas SDM pasar, serta Modal dan Manajemen Keuangan pasar.<sup>53</sup></p>

<sup>52</sup> Lena Uli Sihalofo, *Eksistensi Pasar Malam (Studi Kasus Pasar Malam Bayang Ohana di Kota Pekanbaru)*, (Skripsi: Studi Sosiologi UNRI, 2013), h. 1-110

<sup>53</sup> Nasrudin Muzakki, *Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi dalam Menghadapi Ritel Modern Berjejaring di Kabupaten Sleman, Yogyakarta*, (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020), h. 1-93

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>			<p>manggunakan perspektif ekonomi syariah, sedangkan peneliti berdasarkan perspektif ekonomi syariah.</p>	
<p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Ni Made Nopi Ariani (Jurnal: 2018), “Eksistensi Pasar Tradisional di tengah Persaingan dengan Pasar Modern di Kabupaten Buleleng”.</p>	<p>Sama-sama membahas eksistensi pasar tradisional di tengah pengembangan pasar modern</p>	<p>Dalam Penelitiannya Ni Made Nopi Ariani terfokus pada persaingan dengan pasar modern saja. Sedangkan penulis terfokus pada persaingan ekonomi modern yaitu pasar modern sekaligus <i>e-commerce</i>. kemudian, Objek Penelitiannya Ni Made Nopi Ariani ialah pasar tradisional pada umumnya yang beroperasi di siang hari, sedangkan objek</p>	<p>Pasar tradisional saat ini harus bersaing dengan pasar Modern. Jika tidak dipertahankan secara baik maka mungkin saja pasar tradisional akan disingkirkan oleh pasar modern, padahal kontribusi pasar tradisional sangat besar bagi APBD. Kontribusi pasar tradisional terhadap APBD dalam bentuk retribusi seperti uang parkir (karcis kendaraan), sewa tanah, pungutan harian, dan pendapatan</p>

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.

		<p>penulis lebih spesifik yaitu pasar malam.</p> <p>Selain itu, Penelitiannya Ni Made Nopi Ariani tidak menggunakan perspektif ekonomi syariah.</p>	<p>lainnya.<sup>54</sup></p>
<p>Novia Wahyu Ningsih (Skripsi: 2021), “Eksistensi Pasar Tradisional Cakruk terhadap Hegemoni Pasar Modern dan <i>E-commerce</i> dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam di Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung”.</p>	<p>Sama-sama membahas mempertahankan eksistensi pasar di tengah pengembangan pasar modern dan <i>e-commerce</i></p>	<p>Objek Penelitiannya Novia Wahyu Ningsih ialah pasar tradisional pada umumnya yang beroperasi di siang hari, sedangkan objek peneliti lebih spesifik yaitu pasar malam.</p>	<p>Dalam hegemoni pasar modern dan <i>e-commerce</i> berdampak pada penurunan pendapatan pedagang Tradisional Cakruk Desa Tiudan. Infrastruktur pasar tradisional memiliki tempat yang kumuh dan kotor. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Desa Tiudan dan para pedagang dalam</p>

<sup>54</sup> Ni Made Nopi Ariani, “Eksistensi Pasar Tradisional di Tengah Persaingan dengan Pasar Modern di Kabupaten Buleleng” dalam *Jurnal Akuntansi dan Humanika*, Volume. 8., No. 2., (2018), h. 125-133



menjaga eksistensi Pasar Tradisional Cakruk Desa Tiudan adalah menjadikan pasar sebagai tempat untuk mengadakan acara penting desa sehingga menjadikan tradisi di setiap tahunnya otomatis akan menimbulkan minat pengunjung pasar meningkat selain dengan mengalokasikan dana desa untuk pembangunan perbaikan fasilitas pasar demi menunjang eksistensi keberadaan Pasar Tradisional Desa Tiudan.<sup>55</sup>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

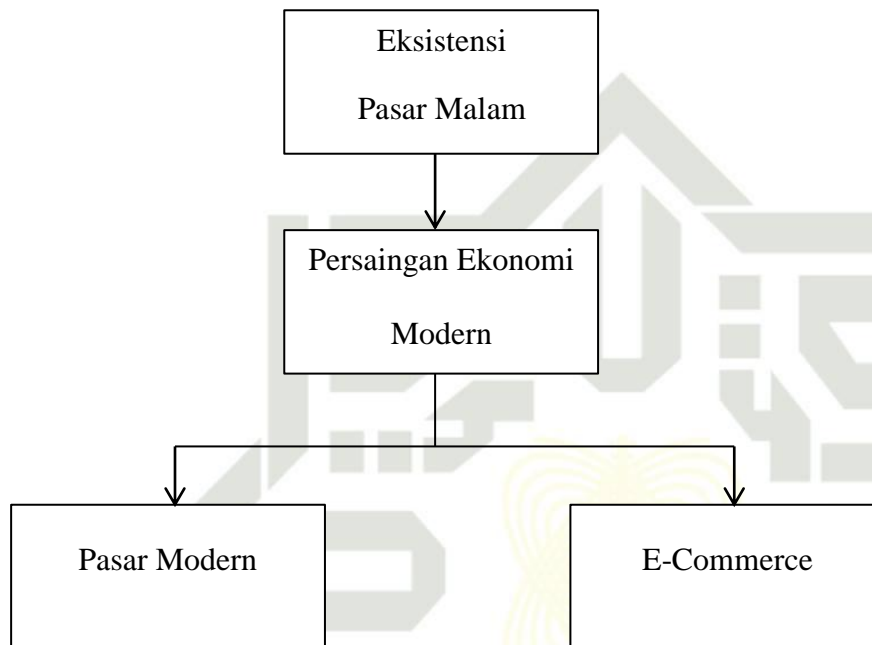
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



<sup>55</sup> Novia Wahyu Ningsih, *Eksistensi Pasar Tradisional Cakruk terhadap Hegemoni Pasar Modern dan E-Commerce dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam di Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung*, (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2021), h. 1-198

## C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir



Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, maraknya pasar modern dan *e-commerce* dikalangan masyarakat mengakibatkan eksistensi pasar malam terancam. Dimana barang yang ditawarkan di pasar malam sejenis dengan barang yang ditawarkan di pasar modern maupun *e-commerce*. Kemudian, pasar modern dan *e-commerce* menawarkan keunggulan teknologi dan inovasi pelayanan (*technological development for retail*), sehingga persaingan semakin sengit untuk pasar malam yang hanya sekedar bagian kecil dari pasar tradisional, pasar wisata maupun wisata malam.

### 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. 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 III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) yakni menjadikan bahan lapangan sebagai tumpuan utama. Sedangkan dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data yang bersifat deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>56</sup>

Pendekatan ini dipilih karena beberapa alasan : Pertama, Penyesuaian metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. Kedua, Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Ketiga, Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>57</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Pasar malam Jalan Pepaya, Kelurahan Jadirejo, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru. Alasan penulis memilih tempat tersebut karena lokasi tersebut memenuhi kriteria syarat permasalahan penelitian. Juga karena lokasinya terjangkau, sehingga menghemat biaya dan mempercepat penelitian.

<sup>56</sup> Sugiono, *memahami penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), cet.ke-3, h.30

<sup>57</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 9-10





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

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian adalah orang-orang yang dijadikan sumber dalam memberikan data sesuai dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.<sup>58</sup> Oleh sebab itu, subjek penelitian dalam penelitian ini ialah pengunjung, pedagang dan ketua pasar malam puskopau kota pekanbaru.

Objek adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variable tertentu), sementara objek dalam penelitian ini adalah eksistensi pedagang pasar malam puskopau dalam persaingan ekonomi modern.

### D. Informan Penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian. Teknik pengambilan informan yang dipilih oleh peneliti adalah *Total sampling*. Menurut Priyono, teknik *total sampling* adalah teknik pengumpulan sampel yang digunakan ketika meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian.<sup>59</sup> Subjek dalam penelitian ini yang dijadikan informan adalah pengunjung, pedagang dan ketua malam puskopau. Informan yang diwawancarai pada penelitian ini sebanyak 20 orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang terjadi, terdiri dari 11 pengunjung, 8 pedagang dan 1 ketua pasar malam puskopau.

<sup>58</sup> Tatang M Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988), h. 135

<sup>59</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), h. 119

**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 3.1

## Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1	Efri Wardi, S. Sr	Ketua Pasar
2	Rita	Pedagang Pakaian
3	Pak Boy	Pedagang Pakaian
4	April	Pedagang Tas
5	Jay	Pedagang Sepatu
6	Mai Pardi	Pemilik Kereta Anak
7	Angga	Pemilik Pasir Warna
8	Desi	Pedagang Kosmetik
9	Uci	Pedagang Kosmetik
10	Monika	Pengunjung
11	Tika	Pengunjung
12	Wilda	Pengunjung
13	Mirawati	Pengunjung
14	Melisa Sri Wahyuni	Pengunjung
15	Andika Pratama	Pengunjung
16	Julia Ningsih	Pengunjung
17	Ira Lisna	Pengunjung
18	Widia Ningsih	Pengunjung
19	Fika Yanti	Pengunjung
20	Lusi Afriyani	Pengunjung

**E. Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

## 1. Data Primer

Data primer bersumber dari wawancara yang akan dijawab oleh responden yaitu pedagang, pengunjung dan ketua pasar malam puskopau untuk mengetahui eksistensi pasar malam puskopau dalam persaingan ekonomi modern.

**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. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan, buku, majalah, laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>60</sup>

**F. Teknik Pengumpulan data Penelitian**

Teknik Pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Secara umum, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>61</sup>

## 1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden dalam bentuk tanya jawab secara tatap muka. Wawancara tidak hanya menangkap pemahaman atau ide, tetapi juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.<sup>62</sup>

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian.<sup>63</sup>

<sup>60</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Ba Press, 2015), h. 89

<sup>61</sup> Michael Quinn Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 90

<sup>62</sup> W.Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), h. 81

<sup>63</sup> *Ibid.*, h. 79





**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

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tertulis sebagai sumber informasi tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu tertentu. Bahkan, literatur-literatur yang relevan juga dimasukkan dalam kategori dokumen yang mendukung penelitian.<sup>64</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Analisis Data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis Data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan.<sup>65</sup>

## H. Deskripsi Lokasi Penelitian

### 1. Profil Pasar Malam Puskopau

Pasar Malam Puskopau merupakan bentuk dari pasar tradisional dan hiburan malam yang dibuka dengan skala yang lebih kecil. Pasar Malam Puskopau beroperasi sejak tahun 2012. Lokasinya sendiri berada di Jl. Pepaya, kelurahan Jadirejo, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru.

Dinamakan pasar malam puskopau karena pasar malam ini beroperasi di halaman puskopau atas izin pihak puskopau itu sendiri. Pihak

<sup>64</sup> *Ibid.*, h. 83

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), Cet. Ke-19, h. 224



puskopau (pusat koperasi angkat udara) merupakan pihak swasta yang menyediakan lokasi tetap bagi pedagang pasar malam puskopau bertujuan agar pedagang tidak berjualan bebas di jalanan umum yang dapat mengganggu ketertiban jalan. Kemudian, Dengan disediakan tempat berdagang yang tetap di lahan puskopau ini, Pedagang tidak akan mengalami pengrusakan dan pedagang juga berkesempatan melakukan aktivitas pasar malam dalam setiap malamnya tanpa harus berpindah pindah seperti halnya pasar malam pada umumnya.

. Aktivitas Pedagang Pasar Malam berlangsung setiap malam pukul 18.00 s/d 22.00 WIB. Pedagang di pasar malam puskopau menjajakan dagangannya dengan lapak-lapak sederhana menggunakan meja, terpal ataupun karpet yang ditata sedemikian rupa untuk menarik calon pembeli. Pasar malam puskopau menyediakan wahana bermain anak, aneka lapak baju, sepatu, pernak-pernik, dan lain-lain. Biaya yang dikeluarkan pedagang dalam berdagang cukup terjangkau yaitu sewa lapak sebesar Rp 250.000 per bulan, sudah termasuk biaya operasional lainnya seperti biaya kebersihan dan listrik. Untuk memasuki pasar malam puskopau, pengunjung tidak dibebankan biaya/tiket masuk, tetapi cukup dengan membayar uang parkir saja sebesar Rp 2.000.

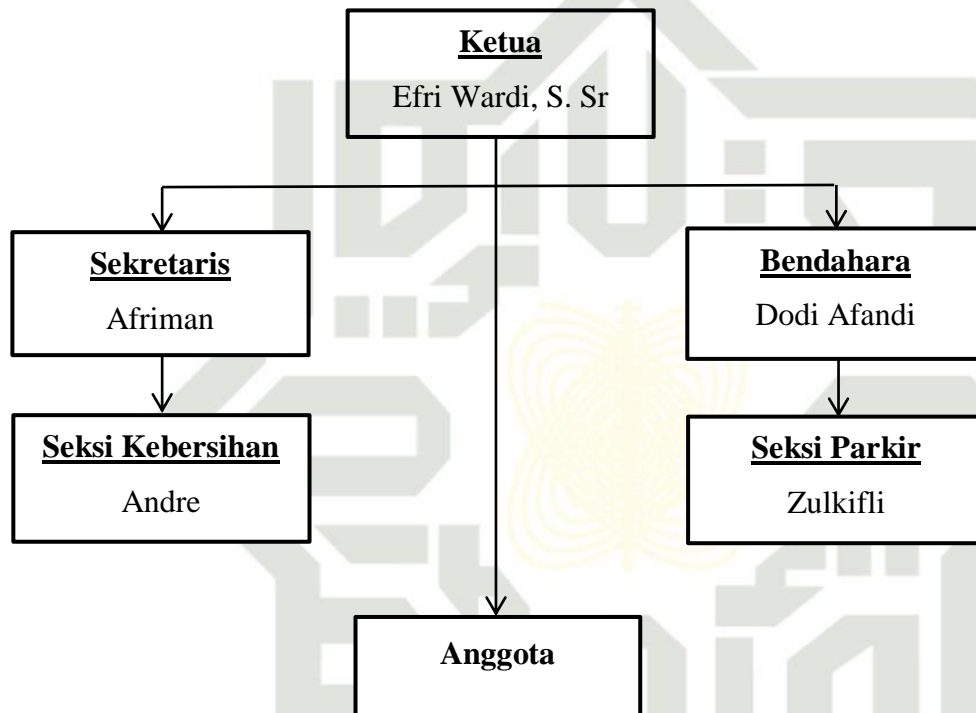
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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. Struktur Pasar Malam Puskopau

Berikut merupakan struktur organisasi kepengurusan pasar malam puskopau:<sup>66</sup>

### STRUKTUR PENGURUSAN PASAR MALAM PUSKOPAU KELURAHAN JADIREJO KECAMATAN SUKAJADI KOTA PEKANBARU



#### 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.

<sup>66</sup> Yunida Wati, *Tanggapan Pedagang Kaki Lima Mengenai Relokasi Pasar Malam Kelurahan Jadirejo Kec. Sukajadi Pekanbaru*, (Skripsi: UIN Suska Riau, 2014), h. 44



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 V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pergeseran pola hidup masyarakat ke arah selera yang lebih modern umumnya disediakan oleh pusat perbelanjaan modern dan dimudahkan oleh sistem perbelanjaan *e-commerce*, sehingga membuat pasar malam puskopau kurang diminati masyarakat saat ini. Hal tersebut berdampak pada penurunan jumlah pengunjung ataupun pembeli, perputaran modal pedagang tidak stabil, penurunan omset pedagang dan penurunan jumlah pedagang yang masih bertahan. Faktor penghambat berkembangnya pasar malam puskopau ialah : barang dagangan dan wahana bermain sangat terbatas, minat masyarakat berbelanja di toko online dan mall saat ini sangat tinggi, jumlah pedagang pasar malam puskopau semakin berkurang, lokasi dan sarana prasarana kurang memadai, kurangnya inovasi teknologi dalam memperkenalkan keberadaan pasar malam puskopau.
2. Strategi pemasaran pedagang pasar malam puskopau menggunakan marketing mix 7P yaitu: menetapkan harga yang terjangkau (*price*), menawarkan produk terkini (*product*), menghimbau pengunjung yang berlalu lalang untuk berbelanja dan menawarkan produk (*promotion*), pelayanan pedagang ramah dan handal (*people*), lokasi pasar malam tetap dan beroperasi setiap malam (*place*), memberikan kebebasan kepada



konsumen dalam berbelanja (*proses*), pencahayaan yang terang serta penataan produk yang rapi (*physical evidence*). Selain itu, pedagang juga menerapkan sebagian dari marketing mix 4E yaitu : *experience, exchange, evangelism* dan *everywhere*.

3. Ditinjau dari ekonomi syariah pedagang menerapkan unsur pemasaran syariah yaitu: kesadaran akan nilai religius, jujur dan tanggung jawab agar tidak merugikan orang lain (*rabbaniyah*), mengedepankan nilai etika dan moral (*al-akhlaqiyyah*), produk terkini dan tidak ada kecurangan dalam penetapan harga (*al-waqi'iyah*) dan selalu membangun hubungan baik sesama pedagang (*al-insaniyyah*).

## B. Saran

1. Untuk para pedagang pasar malam puskopau lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya dengan strategi pemasaran 4E, sehingga keberadaan pasar malam diketahui masyarakat luas melalui media sosial dan pedagang mampu menambah ragam barang tanpa mencemaskan kestabilan perputaran modal lagi.
2. Pengelola Pasar malam puskopau harus lebih memperhatikan keadaan pasar malam puskopau baik dari segi lahan berdagang dan sarana prasarana, sehingga pedagang dapat dengan nyaman berjualan dan pembeli dapat dengan nyaman berbelanja di pasar malam puskopau.

### 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

### Buku

- Abdullah, Ma'ruf. (2011). *Wirausaha Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Akbar, Muhammad Aldrin dan Siti Nur Alam. (2020). *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Islam*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Amrin, Tatang. (1988). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2014). *Al-Quran dan Terjemahnya*. Surabaya: Halim.
- Dinar, Muhammad dan Muhammad Hasan. (2018). *Pengantar Teori dan Aplikasi*. Makasar: Pustaka Taman Ilmu.
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Pengantar E-Marketing*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Jaya, Asri. et.,al. (2023). *Ekonomi Syariah*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Kamir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, Mudarajad. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mardianto, Dedi. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Serang: Sada Kurnia Pustaka.
- Masruri, M. Hilmi dan Java Creativity. (2015). *Membangun Toko Online dengan Joomla dan J2Store*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Meleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Akhmad. (2007). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Patton, Michael Quinn. (2009). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

### 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

- Priono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putra, P. et., al. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: NilaCakra.
- Rosmalah, Siti. (2022). *Eksistensi usaha tani dan keberdayaan petani di pulau wawonii*. Yogyakarta: NEM.
- S, Alam. (2006). *Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Setradi, Nugroho. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sutiono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet. 3). Bandung: Alfabeta.
- Sutiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Cet. 19). Bandung: Alfabeta.
- Wahab. (2010). *Perdagangan Nasional*. Semarang: Alprin.
- Wiratna, Sujarweni. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Yusanto, M. Ismail dan M. Karebat Widjajakusuma. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

#### Jurnal

- Afendi, Arif. et., al. (2022). " Digitalisasi Bisnis Dalam Islam : Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Penggun Market Place Shopee di Jawa Tengah ". *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8., No. 2., h. 1124-1133.
- Alani, Ni Made Nopi. et., al. (2018). "Eksistensi Pasar Tradisional di Tengah Persaingan dengan Pasar Modern di Kabupaten Buleleng". *Jurnal Akuntansi dan Humanika*, Vol. 8., No. 2., h. 125-133.
- Effendi. (2013). "Kajian Pasar Malam dalam Rangka Upaya Memasarkan Produk Daerah di Kabupaten Kutai Kartanegara". *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1., No. 1., h. 1-20.
- Hatini, Suci dan Muhammd Iqbal Fasa. (2022). "Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5., No. 1., h. 197-206.
- Indastuti, Rina. et., al. (2008). "Analisis Keberlanjutan Pasar Tradisional Dalam Iklim Persaingan Dinamis di Kota Bandung". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 10., No. 2., h. 17-38.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Kadani dan Ninik Srijani. (2020). "Peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat". *Jurnal Equilibrium*, Vol. 8., No. 2., h. 191-200.
- Muzalifah. et., al. (2023). "Pendampingan dan Optimalisasi Jual Beli berbasis Online pada Pedagang Pasar Malam Kota Palangkaraya". *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3., No. 1., h. 33-53.
- Nugroho, Ryan dan Edwin Japarianto. (2013). "Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, price dan place terhadap tingkat kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1., No. 2., h. 1-9.
- Pramana, Wahyu. et., al. (2022). "Analisis Digital Marketing dan Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Kecil dan Menengah di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8., No. 2., h. 1526-1531.
- Pratami, Nola Ima dan Hariyanto. (2020). "Daya Layan dan Pola Sebaran Pasar Tradisional Terhadap Tingkat Kepuasan Pembeli dan Pasar Tradisional Kota Semarang". *Jurnal Geo Image*, Vol. 9., No. 2., h. 121-130.
- Ramayani. et., al. (2019). "Eksistensi Ikan Larangan Sebagai Kearifan Lokal Pembangunan Masyarakat Minangkabau (Studi Kasus Ikan Larangan di Batu Busuk Kelurahan Lambung, Bukit Pauh Padang)". *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 3., No. 6., h. 1582-1590.
- Rokfa, Afida Ainur. et., al. (2022). "Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery pada Media E-commerce". *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol. 6., No. 2., h. 162-173.
- Suotjo, Hendri dan Sumanto Radix. (2010). "Analisa Marketing Mix 7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process dan Physical Evidence)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Manajemen*, Vol. 1., No. 2., h. 216-228.
- Syahputri, Febby Ayu dan Nur Aslami. (2022). "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Medan". *Junal Manajemen*, Vol. 1., No. 1., h. 27-33.
- Utomo, Tri Joko. (2010). "Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 5., No. 1., h. 70-80.

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

### Skripsi

Muzakki, Nasrudin. (2020). *Strategi Pedagang Mempertahankan Eksistensi Pasar Sambilegi dalam menghadapi Ritel Modern berjejaring di Kabupaten Sleman*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga.

Ningsih, Novia Wahyu. (2021). *Eksistensi Pasar Tradisional Cakruk terhadap Hegemoni Pasar Modern dan E-Commerce dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam di Desa Tiudan Kabupaten Tulungagung*. Skripsi : IAIN Tulungagung.

Sihaloho, Leni Uli. (2013). *Eksistensi Pasar Malam (Studi Kasus Pasar Malam Bayang Ohana di Kota Pekanbaru)*. Skripsi: UNRI.

Wati, Yunida. (2014). *Tanggapan Pedagang Kaki Lima Mengenai Relokasi Pasar Malam Kelurahan Jadirejo Kec. Sukajadi Pknbaru*. Skripsi: Uin Suska Riau.

Yuandrea, Eric. (2020). *Akibat Hukum Pencabutan Pmk No. 210/Pmk.010/2018 tentang Tax E-Commerce terkait Diskriminasi terhadap Industri Retail (Direct Selling)*. Skripsi: Uin Sunan Kalijaga.

### Internet

Ahdiat, Adi. *5 E-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023*. Artikel Diakses Pada 18 Juni 2023, dari website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

Ensiklopedia. *Persaingan (Ekonomi)*. artikel diakses pada 22 agustus 2023 dari [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Persaingan\\_\(ekonomi\)#:~:text=Menurut%20ahli%20ekonomi%20Jerman%20dari,selalu%20muncul%20dalam%20dunia%20ekonomi](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Persaingan_(ekonomi)#:~:text=Menurut%20ahli%20ekonomi%20Jerman%20dari,selalu%20muncul%20dalam%20dunia%20ekonomi)

Ginee. *Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce tahun 2017-2023*. Artikel Diakses Pada 18 Juni 2023, dari website: <https://ginee.com/id/insights/dampak-e-commerce/>

Kiasih, Eyora Jasmin. *Apa itu marketing mix*. Artikel Diakses Pada 8 oktober 2023, dari website: <https://kumparan.com/eyora-jasmine-n-k/apa-itu-marketing-mix-4e-ini-penjelasan-nya-1xuJ5ndESuS/full>

Wikipedia. *Daftar Pusat Perbelanjaan di pekanbaru*. Artikel Diakses Pada 18 Juni 2023, dari website: [https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_pusat\\_perbelanjaan\\_di\\_Pekanbaru](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pusat_perbelanjaan_di_Pekanbaru)

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.

**LAMPIRAN****Lampiran 1**

**Nama** : NIA NUR AINI  
**NIM** : 11920521975  
**Semester** : IX

**PEDOMAN WAWANCARA**

**PENELITIAN PROPOSAL SKRIPSI DENGAN JUDUL  
 EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA  
 PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENURUT  
 EKONOMI SYARIAH**

Dalam usulan penelitian ini hanya mengemukakan rencana wawancara secara garis besar yang dikembangkan secara lebih mendalam pada saat wawancara dilakukan terhadap informan sehingga diharapkan perolehan informasi yang lengkap, aktual dan akurat. Adapun pertanyaan – pertanyaan yang akan diajukan ketika wawancara, sebagai berikut:

**Pertanyaan untuk pengunjung**

1. Diantara pasar modern maupun online shop dan pasar malam puskopau, manakah pilihan yang anda sukai untuk aktifitas berbelanja barang seperti baju, sepatu, kosmetik, dll? Apa alasannya?
2. Di pekanbaru ini sangat banyak mal yang menyediakan wahana bermain dan bioskop, sedangkan pasar malam puskopau ini menyediakan wahana bermain seadanya, namun harganya lebih terjangkau. Diantara 2 pilihan ritel tersebut,



**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.

manakah yang anda pilih sebagai tempat yang tepat untuk menikmati wahana bermain? Apa alasannya?

3. Apa faktor pendorong anda berkunjung ke pasar malam ini?
4. Menurut anda, apa saja kekurangan pasar malam puskopau ini?

**Pertanyaan untuk pedagang**

1. Bagaimana eksistensi pasar malam puskopau di tengah persaingan ekonomi modern saat ini?
2. Apa saja dampak yang ditimbulkan dari persaingan ritel modern dan e-commerce terhadap kondisi usaha anda?
3. Apa faktor penghambat berkembangnya pasar malam puskopau dalam mempertahankan keberadaan usaha di tengah persaingan ekonomi modern?
4. Bagaimana strategi yang anda lakukan dalam mempertahankan usaha di tengah persaingan ekonomi modern?

**Pertanyaan untuk ketua pasar**

1. Menurut pandangan Bapak selaku ketua pasar, bagaimana eksistensi pasar malam puskopau di tengah persaingan ekonomi modern?
2. Selaku pengelola pasar malam, apa kontribusi yang telah dilakukan dalam mempertahankan usaha pedagang?

## Lampiran 2

### Ketua Pasar

## FOTO DOKUMENTASI



### Foto pedagang



### 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

#### 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



Foto Pengunjung



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.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.





PENGESAHAN

keputusan dengan judul **EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

Nama : Nia Nur Aini  
 NIM : 11920521975  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

ingin dimunaqasyahkan pada :

Hari : Selasa, 3 Oktober 2023  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

**Pekanbaru, 9 OKTOBER 2023**  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

etika  
 Muhammad Nurwahid, M.Ag  
 Sekretaris  
 Gusam, SE, M.E.Sy  
 Penguji I  
 Rahmilawati, SE, M.Si  
 Penguji II  
 Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si, Ak, CA

UIN SUSKA RIAU

Mengetahui

Kabag TU Fakultas Syariah dan Hukum

**Azmiati, S.Ag., M.Si**  
 NIP. 19721210 200003 2 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber  
 a. Penulisan 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.

© **Haricipta milik UIN Suska Riau**  
**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**



# Journal of Sharia and Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau  
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalsh>  
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

## SURAT KETERANGAN

Journal of Sharia and Law, dengan ini menerangkan bahwa;

: Nia Nur Aini  
 : [nianuraini23022000@gmail.com](mailto:nianuraini23022000@gmail.com)  
 : Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru dalam  
 Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah

: Dr. Muhammad Albahi, SE.,M.Si.,Ak.,CA  
 : Yuni Harlina, S. HI, M. Sy

submit Artikel ilmiah dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk  
 diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam  
 Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 07 September 2023  
 An. Pimpinan Redaksi

Hamah Lubis, ME.Sy  
 NIP/NIK. 198311072019032004

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

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa 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.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : BL.04.00/Kesbangpol/2097/2023



1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.

Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/58149 tanggal 26 Juli 2023, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

### MEMBERITAHUKAN BAHWA :

1. Nama	: NIA NUR AINI
2. NIM	: 11920521975
3. Fakultas	: SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU
4. Jurusan	: EKONOMI SYARIAH
5. Jenjang	: S1
6. Alamat	: JL. PROF. DR. HAMKA NO. 19 KEL. PASAR USANG KEC. PADANG PANJANG BARAT-KOTA PADANG PANJANG-SUMATERA BARAT
7. Judul Penelitian	: <b>EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENRUT EKONOMI SYARIAH</b>
8. Lokasi Penelitian	: DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/ Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Bersikap sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 26 Juli 2023

a.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KOTA PEKANBARU

Sekretaris

BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

**HADI SANJOYO, AP, M.SI**

PEMBINA TINGKAT I

NIP. 19740410 199311 1 001

**Tembusan**

1. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.
2. Yang Bersangkutan.

1. Hak Cipta Diinanggi Undang-Undang Dasar  
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber.  
 3. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 4. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 5. 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  
 Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052  
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: U.04/F.I/PP.00.9/5944/2023  
 : Basa  
 : 1 (Satu) Proposal  
 : **Mohon Izin Riset**

~Pekanbaru, 20 Juli 2023

Kepada  
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
 Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : NIA NUR AINI  
 NIM : 11920521975  
 Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
 Semester : IX (Sembilan)  
 Lokasi : Pasar Malam Puskopau  
 Jl. Pepaya No. 64 C Kel. Jadirejo Kec. Sukajadi Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru dalam Persaingan Ekonomi Modern menurut Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Dekan

Dr. Zulkifli, M. Ag  
 NIP. 19741006 200501 1 005

Tembusan :  
 Rektor UIN Suska Riau



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
  - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan jurnal atau untuk tujuan lainnya.
  - c. Pengutipan tidak menimbulkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - d. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/58149  
 TENTANG



### PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permisian Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un047.II.P.00.9/5944/2023 Tanggal 20 Juli 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama	: NIA NUR AINI
NIM / KTP	: 11920521975
Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
Jenjang	: S1
Alamat	: PEKANBARU
Judul Penelitian	: EKSISTENSI PEDAGANG PASAR MALAM PUSKOPAU KOTA PEKANBARU DALAM PERSAINGAN EKONOMI MODERN MENURUT EKONOMI SYARIAH
Lokasi Penelitian	: PASAR MALAM PUSKOPAU, JL. PEPAYA NO. 64 C, KELURAHAN JADIREJO, KECAMATAN SUKAJADI, KOTA PEKANBARU

sebagai ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 24 Juli 2023

Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

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.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**NIA NUR AINI** lahir di Kota Padang Panjang pada tanggal 23 Februari 2000. Peneliti merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari Bapak Zulkarnaini Kasim dan ibu Nurbaiti. Peneliti memulai pendidikan di SDN 01 Pasar Usang pada tahun 2006. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Padang Panjang dan lulus tahun 2015. Setelah itu penulis melanjutkan ke SMKN 1 Padang Panjang dan lulus pada tahun 2018. Kemudian pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tepatnya di Fakultas Syariah dan Hukum dan melalui jalur UMPTKIN. Penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Perincit, Kabupaten Siak pada tahun 2022 dan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di BPR Syariah Carana Kiat Andalas Padang Panjang. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis mengadakan penelitian di Pasar Malam Puskopau yakni dengan judul “Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekanbaru Dalam Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah” dan diujikan pada tanggal 03 Oktober 2023 dan alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan studi dengan predikat sangat memuaskan dan Nilai Prestasi Kumulatif (IPK) 3,64 serta berhak menyandang gelar Sarjana Hukum (S.E).