



**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
(STUDI KASUS PEDAGANG SAYUR DI PASAR DORO
KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

AGIL CIPTO WINARNO
NIM. 2013115321

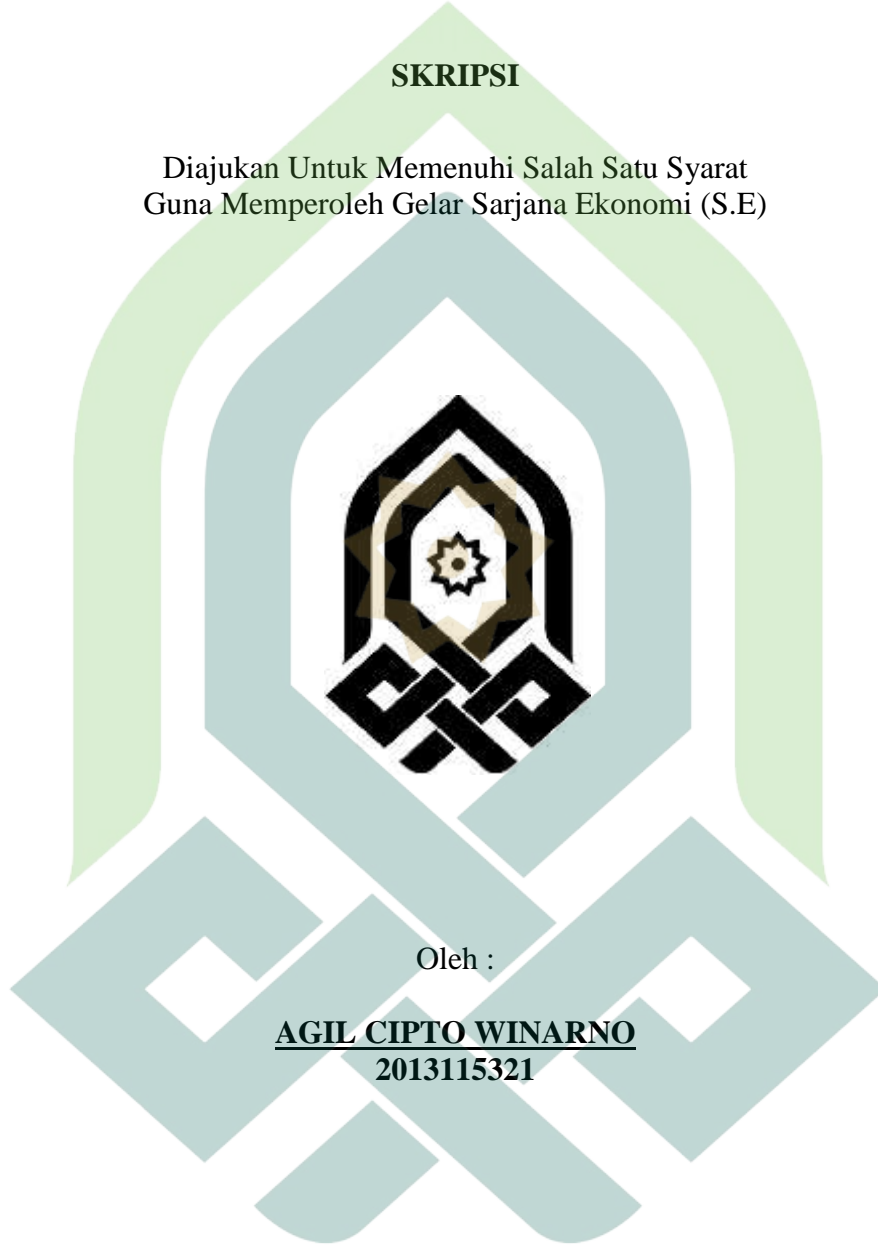
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
(STUDI KASUS PEDAGANG SAYUR DI PASAR DORO
KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

AGIL CIPTO WINARNO
2013115321

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AGIL CIPTO WINARNO**

NIM : **2013115321**

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (STUDI
KASUS PEDAGANG SAYUR DI PASAR DORO
KABUPATEN PEKALONGAN)**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 27 Februari 2020
Yang menyatakan,



AGIL CIPTO WINARNO
NIM: 2013115321



NOTA PEMBIMBING

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

Jl. Jenggala No. 69 RT 10/ RW 03, Perum Gala Permai, Pringrejo, Pekalongan

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Agil Cipto Winarno

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Agil Cipto Winarno

NIM : 2013115321

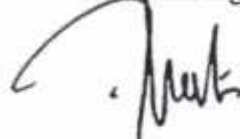
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (STUDI KASUS PEDAGANG SAYUR DI PASAR DORO KABUPATEN PEKALONGAN)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi perhatian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Februari 2020

Pembimbing,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

NIP. 19750220 199903 2 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen. Telepon ; 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id, E-mail: febi@iainpekalongan.c.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : AGIL CIPTO WINARNO
NIM : 2013115321
Judul : STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA (STUDI KASUS PEDAGANG SAYUR DI PASAR DORO KABUPATEN PEKALONGAN)

Yang telah diujikan pada hari Selasa tanggal 7 April 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Tamamudin, S.E., M.M.

NIP. 19791030200604 1 018

Penguji II


Ade Gunawan, M.M.

NIP. 19810425201503 1 002

Pekalongan, 20 April 2020

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan dalam bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak lambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	gain	g	ge



ف	fa	f	ef
ق	qof	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مراجعة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة dibaca *f timah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا Ditulis *rabbān*



البر Ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-abdi'*

الجلال ditulis *al-jal l*

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada diawal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau diakhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

أمرت Ditulis *umirtu*

شيء Ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insyaAllah memberikan syafa'at kepada umatnya yang beriman. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mulyanto dan Ibu Warsini yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, mendo'akan dan selalu memberikan bimbingan serta dukungan penuh kepada penulis.
2. Kakak-kakak ku , mbak bekti, mbak Dwi, mbak ndari, mas Puji, mas Teguh serta keponakan ku Lintang Nada Asma'ulia, terimakasih atas segala perhatian dan dukungannya dalam bentuk apapun.
3. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sampai akhir perkuliahan serta seluruh civitas akademika IAIN Pekalongan.
6. Sahabat-sahabatku Aziz Bayu, Mahfud, Linda , Riskaeni, Eka Vidiana, Alim terima kasih atas segala bantuan serta doanya.
7. Teman-teman seperjuangan Ekos G 2015, teman-teman KKN 46 Kelompok 6 Desa Bubak, Kandangserang 2019.
8. Segenap pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.





MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

(Q.S. An-Nisa [4]: 29)



ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan usaha yang semakin ketat terutama antar pedagang yang menjual jenis komoditi yang sama. Pedagang harus bekerja keras untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi persaingan pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan dan strategi pemasaran pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan tujuan mendeskripsikan segala sesuatu tentang kondisi persaingan pedagang sayur dan strategi pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha sesuai dengan apa yang didengar dan dilihat.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi persaingan usaha di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan secara umum dari segi produk, harga, tempat, pelayanan dapat dikatakan bersaing secara ketat. Meskipun demikian tetap berjalan dengan baik. Kemudian strategi pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha di Pasar Doro yang meliputi bauran pemasaran pedagang memberikan produk yang berkualitas baik dan di tata dengan baik pula, memberikan promosi yang jujur dalam menjalin hubungan dengan konsumen serta memberikan bonus dan persenan kepada pelanggan. Memberikan harga yang kompetitif, memilih tempat yang strategis serta memanfaatkan jam kerja lebih efektif untuk menunjang pendapatan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Persaingan Usaha , Pedagang Sayur



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikannya skripsi yang berjudul “Strategi Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus Pedagang Sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan)”. Tidak lupa penulis panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini tidak dapat terbit tanpa adanya bantuan, doa dan dorongan dari banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan
2. Dr. Shinta Dewi Rismawati. M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Pekalongan.
3. Agus Fakhрина, M.S.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan pikiran, tenaga, waktu dan ilmu untuk mengoreksi, membimbing, dan mengarahkan penulis guna mencapai hasil yang maksimal dalam penulisan skripsi ini.
5. Dr. Hj. Siti Qomariah, M.A. selaku dosen wali yang telah memberikan saran dan masukan dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
7. Perpustakaan IAIN Pekalongan dan perpustakaan yang ada di wilayah Kota dan Kabupaten Pekalongan. Yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
8. TU Pasar Doro yang telah memberikan penulis ijin untuk melaksanakan penelitian.
9. Segenap Pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan



10. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya banyak sekali ucapan terimakasih yang tidak semua penulis sebutkan satu per satu demi terselesainya skripsi ini. Terimakasih banyak penulis ucapkan, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kita semua, *amin ya robbal alamin*.

Pekalongan, 27 Februari 2020

Penulis

Agil Cipto Winarno
NIM. 2013115321



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
TRANSLITERASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
B. Strategi Pemasaran	18
C. Persaingan Usaha.....	21
D. Bisnis berbasis Syariah.....	24
E. Bisnis Cara Nabi Muhammad Saw.....	25
F. Kajian Pustaka	28



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Tempat dan waktu penelitian.....	32
C. Sumber Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
1. Sejarah Pasar Doro Kabupaten Pekalongan.....	39
2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Doro Kabupaten Pekalongan.	40
3. Sarana dan Prasarana Pasar Doro Kabupaten Pekalongan.....	42
4. Pedagang Sayur.....	43
B. Kondisi Persaingan Pedagang Sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan	44
1. Produk.....	45
2. Harga.....	47
3. Tempat (lokasi).....	48
4. Pelayanan	50
C. Strategi Pemasaran Pedagang Sayur Dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan	52
1. Strategi Produk	52
2. Strategi Promosi.....	55
3. Strategi Harga	59
4. Strategi Tempat (distribusi)	61
5. Strategi waktu dalam berjualan	63



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Kualifikasi pedagang sayur	34
Tabel 4.1 Profil Pasar Doro.....	43
Tabel 4.2 Data pedagang sayur pasar Doro Kabupaten Pekalongan	44
Tabel 4.3 Promosi Pedagang	57
Tabel 4.4 Kepemilikan Tempat	62
Tabel 4.5 Waktu Berdagang	65





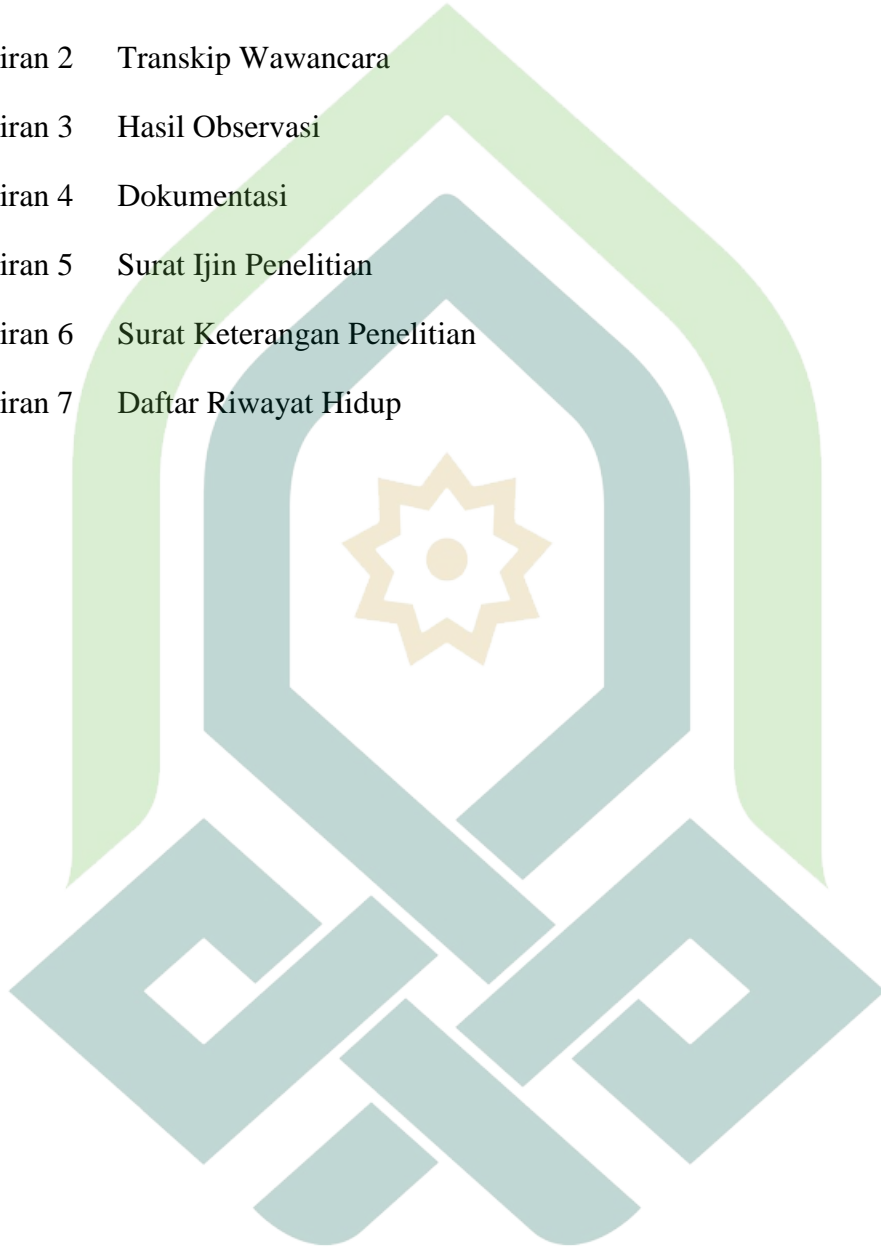
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Triangulasi Sumber	36
Gambar 3.2 Triangulasi Metode	36



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Observasi
- Lampiran 4 Dokumentasi
- Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian dunia yang begitu pesat, begitu pula dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi.¹ Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Menurut kodratnya, manusia merupakan makhluk sosial yakni sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan orang lain. Sebagai makhluk sosial manusia akan selalu berintraksi dengan lainnya. Namun setiap pengusaha muslim harus selalu memperhatikan ajaran agama islam agar sesuai dengan konsep syariah.

Persaingan yang terjadi dalam dunia perdagangan terutama antar pedagang yang menjual jenis komoditi yang sama selalu muncul, seperti kecemburuan oleh seorang pedagang apabila teman seprofesinya lebih berhasil dalam usahanya. Maka dari itu para pedagang sayur pastinya memerlukan strategi untuk memenangkan persaingan.

Salah satu pusat aktifitas ekonomi dalam perdagangan adalah pasar. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat perbelanjaan, yaitu pasar tradisional.

¹ M Yahya Harahab, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1986, hal 6.



Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan melalui tawar-menawar.²

Baik pasar tradisional maupun pasar modern pasar merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat, bisa digambarkan bahwa sebuah pasar itu terbentuk dari produsen-produsen kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah tidak tertentu.³ Dalam pasar tradisional terjadi tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian dll. Di tengah ketatnya kondisi persaingan bisnis atau perdagangan ini, para pelaku pasar, dalam hal ini adalah pedagang pasar khususnya pedagang sayur, berupaya keras untuk menjaga kelangsungan hidup usahanya.

Strategi pemasaran merupakan solusi untuk menangani aktivitas yang berkaitan dengan produk dan jasa untuk memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran ini penting dilakukan oleh para pedagang untuk memberikan solusi

²Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. www.bpkp.go.id.

³Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal 81.



atas kemungkinan permasalahan yang dihadapi. Pedagang banyak menggunakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan usaha merupakan hal yang sama pentingnya, strategi yang ada dilakukan oleh pedagang sayur di Pasar Doro dapat terlihat dari *product, price, place/distribution, promotion*. Bagian-bagian dari pemasaran ini dilakukan dengan terus menerus baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen dengan tujuan untuk mengenalkan produknya kepada calon konsumen yang ada di Pasar Doro.

Pasar tradisional Doro merupakan pasar daerah yang terletak di Jl. Jendral Sudirman No. 6, Kasotengah Kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan. Keberadaan pasar Doro merupakan salah satu sumber peningkatan perekonomian di Kabupaten Pekalongan, khususnya bagi masyarakat sekitar karena sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari berdagang di pasar Doro. Pasar Doro memiliki luas tanah 5.265 M² dan luas bangunan 4.454,75 M², Jumlah pedagang di pasar Doro keseluruhan adalah 761 pedagang dan pedagang sayur 72 pedagang.

Salah satu barang yang dijual di pasar Doro sayur-sayuran. Segala jenis sayur dapat di temui dipasar Doro seperti sayuran daun, sayuran batang, sayuran umbi dan lain-lain.

Segala jenis sayur bisa ditemui di pasar tersebut baik dari jenis sayuran daun, sayuran batang, sayuran akar, sayuran ubi, sayuran umbi, sayuran bunga, sayuran buah dan sayuran biji. Namun demikian masih banyak orang yang belum mendefinisikan apa itu sayur, maka untuk itu akan kita pahami apa

itu sayur. Sayur adalah bagian tanaman yang dimakan bukan sebagai makan pencuci mulut, pada umumnya dimasak dahulu (kecuali dimakan untuk lalab) dan dimakan bersama makanan pokok dan lauk-pauk lainnya.

Menghadapi persaingan di dalam mendapatkan pelanggan, para pedagang sayur di pasar Doro menyadari tidaklah mudah tanpa ada sebuah tindakan nyata berupa bekerja keras dengan menggunakan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Strategi pemasaran ini penting dilakukan oleh para pedagang untuk memberikan solusi atas kemungkinan permasalahan yang dihadapi. Seperti halnya persaingan antar pedagang sayur, dimana barang dagangan yang dijual sama dan tempat yang berdekatan. Tentu ini membutuhkan strategi yang tepat untuk menarik konsumen. Seperti yang dikemukakan oleh ibu Mundiroh yang merupakan salah satu pedagang sayur di pasar Doro bahwa dalam berjualan harus berusaha ramah kepada pembeli, menawarkan sayur kepada siapapun, meskipun terkadang ada yang mengabaikan. Selain itu harga sayur juga disesuaikan dengan kualitas produk.⁴

Dalam observasi awal, penyusun telah memperoleh informasi tentang strategi yang dilakukan oleh para pedagang sayur, seperti pemberian potongan harga, pemberian bonus untuk menarik konsumen, selain itu juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga para pedagang mampu bertahan berjualan sampai bertahun-tahun di pasar Doro.

Berkenaan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan, Maka peneliti Memilih Judul

⁴ Wawancara dengan Ibu Mundiroh pedagang sayur di pasar Doro Kabupaten Pekalongan pada 7 Agustus 2019



“Strategi Pemasaran Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat di simpulkan yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kondisi persaingan pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan?
2. Bagaimana strategi pemasaran pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi persaingan pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Untuk memberikan informasi tentang strategi persaingan usaha pedagang sayur Pasar Doro Kabupaten Pekalongan

- b. Untuk menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

2. Kegunaan Praktis

a. Manfaat bagi akademisi

- 1) Menambah khasanah keilmuan tentang strategi pemasaran dalam persaingan khususnya bagi penulis sendiri serta pembaca pada umumnya dan dapat dipakai sebagai informasi tambahan bagi peneliti selanjutnya.
- 2) Dapat di jadikan informasi tambahan bagi para pembaca untuk menambah referensi bagi penelitian khususnya mengenai persaingan pedagang.

b. Manfaat bagi pedagang

- 1) Diharapkan dapat bermanfaat bagi para pedagang di pasar Doro khususnya pedagang sayur, dan diharapkan pedagang selalu melakukan tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai syariat islam.
- 2) Diharapkan akan terciptanya persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman sehingga diperoleh keberkahan hidup didunia dan kemenangan diakhirat kelak.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada dasarnya berisi tentang uraian secara logis tahap-tahap penulisan yang dilakukan oleh penulis, adapun penulisan yang dimaksud penulis sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang diharapkan dapat mengantarkan pembaca pada isi yang di maksud. Bab ini terbagi menjadi beberapa sub-sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini memuat uraian teoritis tentang permasalahan yang akan dibahas yaitu berupa teori antara lain tentang bauran pemasaran, strategi pemasaran, persaingan usaha, bisnis berbasis syariah, berbisnis cara Nabi Muhammad Saw, Penelitian Terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan terkait gambaran umum lokasi penelitian tentang profil pasar doru Pekalongan

meliputi: sejarah, kepemilikan, sarana dan prasarana pasar doro, serta jumlah dan klasifikasi pedagang, kriteria pedagang sayur. Pada bab ini juga akan menguraikan terkait hasil penelitian “strategi pemasaran pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha (studi kasus pedagang sayur di pasar Doro Kabupaten Pekalongan)”.

BAB V :

PENUTUP

Pada bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan saran-saran





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Kondisi persaingan usaha pedagang sayur di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan secara umum yang meliputi produk, harga, tempat, pelayanan dapat dikatakan bersaing secara ketat. Meskipun demikian tetap berjalan dengan baik.
2. Strategi pemasaran pedagang sayur dalam menghadapi persaingan usaha di Pasar Doro Kabupaten Pekalongan yang meliputi, Strategi produk, strategi promosi, strategi harga, strategi tempat (distribusi), strategi waktu dalam berjualan yaitu pedagang menyediakan produk yang berkualitas baik, di tata dengan baik pula, memberikan promosi yang jujur dalam menjalin hubungan dengan konsumen serta memberikan bonus dan persenan kepada pelanggan. Penentuan harga yang kompetitif secara sehat. Memilih tempat yang strategis dan menjalin hubungan baik dengan pemasok (*supplier*). Serta memanfaatkan jam kerja secara efektif untuk menunjang pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan proses dari penelitian yang diperoleh, peneliti mengakui masih banyak kekurangan yang perlu di perbaiki untuk menunjang penelitian diwaktu yang akan datang. Beberapa hal yang disarankan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada strategi dalam menghadapi persaingan usaha pedagang sayur di Pasar Doro saja, diharapkan pada penelitian selanjutnya agar lebih bisa meneliti pada aspek-aspek lain bahkan tidak hanya meneliti satu pasar saja.
2. Bagi Pedagang sayur pasar Doro Kabupaten Pekalongan, diharapkan dalam menjalankan usaha perdagangannya setiap hari dapat menjalankan sesuai dengan syariat islam yaitu tidak bertentangan dengan Islam, selain itu dalam persaingan usahanya diharapkan para pedagang dapat bersaing secara sehat serta para pedagang tidak menggunakan strategi yang dapat merugikan konsumen.
3. Para pedagang sayur pasar di Doro dalam menentukan harga yang beredar dipasar, diharapkan harga yang beredar tidak memberatkan pembeli, tidak memberatkan pedagang lain dan tentunya yang sesuai kualitas harus dipertahankan sehingga konsumen akan merasa puas dan tidak beralih ke pedagang lain.





DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Abdurahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Al-Qadiri, Fadlilah Ibnu Sidiq. 2009. *Strategi Aman Berbisnis Sukses*, Yogyakarta: Surya Media.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah : Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer*, Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Firdaus, Muhammad, dkk. 2005. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan
- Gitosudarmo, Indriyo. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE.
- Harahab, M Yahya. 1986. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Universitas Negeri Malang: Erlangga.
- Indriantoro, Nur. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Istijanto. 2007. *63 Kasus Pemasaran Terkini Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan.
- Kuncoro, Mudrajat. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Andi.
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.



- Marzuki.2005. Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial, Ekonisia, Yogyakarta.
- Mubarak, Muhammad Husni. 2010. *Pengantar Bisnis*, Kudus: Nora Media Enterprise
- Patihma, Hamid. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.
- Peraturan presiden RI.Nomor 112, Th. 2007, Pasal 1, Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Rangkuti, Fredy. 1997. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Samsuni. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jurnal Manajemen Banjarmasin: UIN Vol, XVII No. 31.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2008.*Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D, cet ke-4*. Bandung: Alfabeta.
- Sule, Erni Tisnawati dan Kurniawan Saefullah.2010. *Pengantar Manajemen*, Jakarta : Kencana.
- Swasta, Basu, Ibnu Sujojto, 2000.*Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta
- Yusuf, Muri. 2014.*Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*,Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

2. JURNAL DAN SKRIPSI

- Asad, A. (2019). Analisis strategi pemasaran rumah makan kedai jomer parakan dalam menghadapi persaingan usaha, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Dharmmesta, Basu Swasta. 2016. *Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat*, Jurnal Manajemen Pemasaran, Modul I, Yogyakarta.
- Febriani, Anita. 2019. *Strategi pemasaran syariah dalam persaingan usaha ikan asap (studi kasus produsen ikan asap kelurahan pekajangan kecamatanKedungwini Kabupaten Pekalongan)*. Skripsi Fakultas dan Bisnis IslamProgram Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing Hj. Karima Tamara, ST, MM



- Mukmiatin, S. N., &Hasirudin, M. (2014). STRATEGI PEMASARAN DURIAN SANGGARAN (Duriozibethinus M.) DI KECAMATAN MATESIH KABUPATEN KARANGANYAR DENGAN METODE COMPETITIVE PROFILE MATRIX (CPM). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1)
- Ridhawati, R. R. (2015). *Analisis strategi marketing syariah dalam menghadapi persaingan bisnis pada Toko Rabbani Semarang* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Venderama, I, F. (2017) *Strategi pemasaran busana muslim dalam menghadapi persaingan usaha (studi kasus butik alam bening, kecamatan limbung kabupaten Batang*, UIN Walisongo.
- Zharofah, I. *Strategi pemasaran busana muslim dalam menghadapi persaingan bisnis (studi kasus pada konveksi UD. Larasati botoran, Tulungagung)*, 2019





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Agil Cipto Winarno
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 07 Januari 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Dk. Kasri 008/004,
Ds. Sawangan, Kecamatan Doro
Kabupaten Pekalongan
Alamat Email : agilkasri108@yahoo.com

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Mulyanto
Nama Ibu : Warsini
Alamat : Dk. Kasri 008/004,
Ds. Sawangan, Kecamatan Doro
Kabupaten Pekalongan

RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1. SDN 02 SAWANGAN | Lulus Tahun 2009 |
| 2. SMP N 2 DORO | Lulus Tahun 2012 |
| 3. SMA 1 DORO | Lulus Tahun 2015 |
| 4. IAIN PEKALONGAN | Lulus Tahun 2020 |

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Pekalongan,

Penulis

Agil Cipto Winarno



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Agil Cipto Winarno
NIM : 2013115321
Fakultas/Prodi : FEBI/Ekonomi Syari'ah
E-mail address : agilkasri108@yahoo.com
No. Hp : 082326895323

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**“STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG MUSLIM DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus Pedagang Sayur di Pasar Doro Kabupaten
Pekalongan)”**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 15 Juni 2020



AGIL CIPTO WINARNO
NIM. 2013115321

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)