

**PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh :

INAYATUL AINI
NIM. 1217009

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh :

INAYATUL AINI
NIM. 1217009

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

SURAT PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : INAYATUL AINI

NIM : 1217009

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**

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

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 November 2021

Menyatakan


INAYATUL AINI
NIM. 1217009

Ahmad Fauzan, M.S.I

Dukuh Proto Timur, Desa Proto rt 04 rw 03 Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Inayatul Aini

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah IAIN Pekalongan
C.q Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
di -
Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

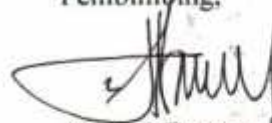
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **INAYATUL AINI**
NIM : **1217009**
Jurusan : **Hukum Ekonomi Syariah**
Judul Skripsi : **PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM
ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar -
Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**

Dengan permohonan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 18 Oktober 2021
Pembimbing,



Ahmad Fauzan, M.S.I
NIP. 19860916 201903 1 014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Pahlawan No.52, Rowolaku, Kajen, Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. (0285) 423428

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) mengesahkan skripsi saudara :

N a m a : Inayatul Aini
N I M : 1217009
**Judul Skripsi : PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF
HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di
Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**

Telah diujikan pada Hari Selasa, Tanggal 26 Oktober Tahun 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing

Ahmad Fauzan, M.S.I
NIP. 19860916 201903 1 014

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Akhmad Jalaludin, M.A.
NIP. 19730622 200003 1 001

Penguji II

Tarmidzi, M.S.I
NIP. 19780222 201608 D1 094

Pekalongan, 1 November 2021

Disahkan oleh
Dekan



Dr. Akhmad Jalaludin, M.A.
NIP. 19730622 200003 1 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada *Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia*, tertanggal 22 Januari Nomor : 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	Š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	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	Ṣ	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	‘	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	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

B. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī

أ = u	أ = au	أ = ū
-------	--------	-------

C. Ta Marbutah

1. Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

2. Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *f timah*

D. Syaddad (*Tasydid*, Geminasi)

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

contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabban*

الْبِرر ditulis *al-birr*

E. Kata Sandang

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*

البيدع ditulis *al-badi*

الجلال ditulis *al-jal l*

F. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /’/.

contoh:

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai’un*

PERSEMBAHAN

Dengan segenap usaha dan teriring ucapan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karenaNyalah Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sebagai wujud kebahagiaan Penulis ingin mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Ayahanda tercinta Bapak Bashori dan Ibunda tercinta Nur Afidah yang selama ini telah mencurahkan kasih sayang dan cintanya serta selalu memberi doa, dukungan, dan motivasi. Semoga Allah SWT melimpahkan kasih sayang, memberikan kesehatan, panjang umur, dan kebahagiaan kepada Ayahanda dan Ibunda
2. Diri sendiri yang sampai saat ini mampu melewati segala rintangan dan selalu tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik penulis Naela Rizki yang selalu memberikan *support* dan doa. Terimakasih atas *support* dan doa yang diberikan.
4. Dosen Pembimbing, M. Fauzan, M.S.I. Terimakasih atas arahan, nasihat, serta *support* yang membuat penulis bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Wali, Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A. yang selama ini telah membimbing, memberikan solusi dan nasihat kepada penulis.
6. Seseorang tersayang yang selalu memberikan *support*, motivasi, dan doa dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Zaenatul Jihan Safitri, Sri Hartati, Nadhifatul Zulfa, Ike Nur Fauziyah, Risma Fauziyah, Rifatul Risqiani, Arina Manasikana, sahabat yang selalu ada dalam suka maupun duka, yang saling menyemangati, mendukung, dan memberikan motivasi. Big thanks to you.
8. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Syariah IAIN Pekalongan. Terimakasih atas ilmu dan dedikasi yang telah diberikan dalam mengajar. Semoga Allah melimpahkan pahala kepada Bapak dan Ibu Dosen.

9. Teman-teman seperjuangan di HMJ HES yang telah berjuang bersama melalui manis dan pahit kehidupan perkuliahan.
10. Sahabat dan teman-teman jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
11. Semua sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

MOTTO

الْعُسْرُ يُسْرًا. إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: "Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan." (Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

Saat mengalami ujian hidup yang begitu berat, percayalah situasi tersebut tidak akan berlangsung selamanya. Allah SWT sudah menjaminnya dalam Surat Al-Insyirah ayat 5-6. Dalam surat tersebut, Allah SWT menjanjikan bahwa setelah kesulitan yang kamu alami, kamu akan mendapatkan kemudahan

ABSTRAK

Inayatul Aini. 2021. PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF FIKIH MUAMALAH (Studi kasus pedagang buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)

Dosen Pembimbing : Ahmad Fauzan, M.S.I

Praktik rekayasa strategi pemasaran di Pasar Wonopringgo kecamatan Wonopringgo merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pedagang buah di Pasar Wonopringgo. Para pedagang buah di Pasar Wonopringgo menggunakan praktik rekayasa strategi pemasaran seperti ini bertujuan agar para konsumen tertarik dengan buah yang mereka jual. Hal ini salah satunya yaitu dengan memberikan diskon atau potongan harga, memberikan kualitas yang terbaik dari masing-masing pedagang, dan sosialisasi antara pedagang buah dengan konsumen yang baik, sehingga konsumen akan mudah akrab dan merasa bahwa pelayanan di toko buah tersebut sangat enak sehingga bisa kembali lagi untuk membeli buah di toko buah tersebut.

Bicara tentang jenis penelitian, jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data berupa data primer dan sekunder, data primer diperoleh dengan teknik wawancara dan observasi kepada para pedagang buah di Pasar Wonopringgo. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan dokumentasi dan arsip dokumen pihak pengelola Pasar Wonopringgo. Subjek penelitian adalah pedagang buah, sedangkan objeknya adalah praktik strategi pedagang, penentuan subjek menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Jual beli buah-buahan dengan sistem petian ini mengandung unsur *gharar* atau ketidakpastian terhadap kualitas dan juga jumlah berat dari buah, tetapi unsur *gharar* tersebut masih bisa ditoleransi oleh pembeli. Dan, Sistem diskon yang dilakukan dimaksudkan untuk menghabiskan stok buah yang kualitasnya sudah menurun, selain itu juga untuk menarik perhatian dan minat calon pembeli, sistem diskon seperti ini mengandung unsur penipuan. Tinjauan hukum Islam tentang praktek sistem diskon di Pasar Wonopringgo adalah haram (tidak dibolehkan) karena ada unsur penipuan.

Kata kunci: Praktik Rekayasa, Strategi Pemasaran, Jual Beli

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah dan Taufiq-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Salam dan Shalawat senantiasa kami limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat, serta para pengikutnya sampai akhir zaman.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku rektor IAIN Pekalongan;
2. Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Pekalongan beserta staffnya;
3. Bapak Tarmidzi, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan;
4. Bapak Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A, selaku dosen wali studi yang telah memberikan nasihat, arahan, dan motivasi;
5. Bapak Ahmad Fauzan, M.S.I, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Syariah IAIN Pekalongan;
7. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun material;
8. Kakak-kakak dan adik yang telah memberikan *support* dan doa kepada penulis;

9. Sahabat-sahabat dan teman-teman penulis dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan dan pahala kepada mereka yang telah memberikan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi meningkatkan kualitas penulisan yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang hukum ekonomi syariah. Aamiin.

Pekalongan, 1 November 2021



Inayatul Aini
NIM. 1217009

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Pustaka	6
F. Kerangka Teori	10
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI DALAM ISLAM	22
A. Jual Beli	22
1. Pengertian jual beli	22
2. Dasar hukum jual beli	24
3. Rukun dan syarat jual beli	25
4. Pembagian jual beli	27
5. Prinsip-prinsip jual beli	29
B. Tinjauan tentang Potongan Harga (Diskon)	30
1. Tujuan pemberian diskon	30
2. Macam-macam diskon	31
3. Faktor terjadinya diskon	33
4. Sistem diskon dalam Islam	33
C. Strategi Pemasaran	36
1. Pengertian strategi	36
2. Pengertian pemasaran	37
3. Pengertian strategi pemasaran	37
4. Tujuan strategi pemasaran	38
5. Konsep pemasaran	39
6. Teori pemasaran	41
D. Strategi Pemasaran Syari'ah	45
1. Pengertian pemasaran syari'ah	45
2. Karakteristik pemasaran syari'ah	45

BAB III PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DI PASAR WONOPRINGGO KABUPATEN PEKALONGAN	48
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
1. Letak wilayah dan luas wilayah kecamatan wonopringgo	48
2. Data tentang pasar wonopringgo	48
3. Harga buah di pasar wonopringgo	49
B. Strategi Pemasaran Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo	51
1. Strategi produk	52
2. Strategi harga	54
3. Strategi distribusi	55
4. Strategi promosi	56
5. Strategi pelayanan	57
C. Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran Buah di Pasar Wonopringgo	58
1. Segmentasi pasar	58
2. Targeting pemasaran	59
3. Etika perilaku pemasaran	59
 BAB IV PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DI PASAR WONOPRINGGO MENURUT PERSPEKTIF HUKUM ISLAM	65
A. Praktik Rekayasa Strategi Pemasaran Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan	65
1. Jual beli buah dengan system petian	66
2. Jual beli dengan system diskon (potongan harga)	67
B. Perspektif Hukum Islam tentang Praktif Rekayasa Strategi Pemasaran Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan	69
1. Analisis jual beli buah yang dilakukan antara pedagang buah dengan pihak pengepul buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan	69
2. Analisis jual beli buah dengan system diskon atau potongan harga	80
 BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Allah SWT menjadikan manusia masing-masing berhajat pada orang lain, supaya mereka tolong menolong, tukar menukar keperluan, dalam berbagai urusan kepentingan hidup masing-masing, baik dalam urusan keperluan, kepentingan hidup, diri sendiri, maupun kemaslahatan umum. Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, karena jual beli adalah sepenting-pentingnya muamalah yang diperlukan masyarakat dan sangat dibutuhkan untuk keperluan hidup.

Dalam Islam sistem bermuamalah didasarkan atas kebolehan pola tingkah laku demi tercapainya tujuan kehidupan manusia. Sebagaimana telah diarahkan dalam Islam kaidah fikih muamalah, yaitu disebutkan pada dasarnya bermuamalah adalah mubah, hingga akan berubah ketetapanannya ketika ada dalil yang mengharamkannya.¹

Demikian pula halnya dengan perdagangan yang merupakan bagian dari bermuamalah. Asal mula perdagangan ialah sesuatu pekerjaan yang dibolehkan untuk dilaksanakan, demi mencari rezeki yang sudah Tuhan bagikan kepada hambanya, tetapi untuk memperoleh rezeki tersebut wajib didukung oleh usaha yang sungguh-sungguh dan pengetahuan yang baik, agar rezeki yang dinikmati menjadi sesuatu yang baik pula dalam kehidupannya, dimana perihal tersebut

¹Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 3-4

tecantum dalam jenis rezeki *halalan thaiyyiban* ataupun yang boleh dan baik untuk digunakan dan bermanfaat oleh manusia.

Jual beli ialah menukar sesuatu dengan sesuatu. Sedangkan menurut istilah, jual beli ialah menukar harta dengan harta berdasarkan dengan cara-cara yang telah ditetapkan oleh syara'. Hukum jual beli ini adalah halal atau boleh.²

Dalam hal jual beli, umumnya seorang pedagang menggunakan suatu strategi dalam pemasarannya, aktivitas pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia perdagangan. Pemasaran ialah totalitas dari penafsiran tentang penjualan, perdagangan, serta distribusi.

Strategi pemasaran akan mempengaruhi penjualan. Salah satu strategi pemasaran yang efektif adalah melalui promosi. Promosi adalah elemen dalam bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memasarkan kebutuhan mereka. Promosi dipandang sebagai aliran informasi atau persuasi satu arah yang dirancang untuk mengarahkan atau organisasi bertindak untuk menciptakan pertukaran seseorang dalam pemasaran.³

Di era modern ini terdapat berbagai macam bentuk jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Hal itu dilakukan oleh kedua belah pihak sebagai salah satu dari bentuk strategi pemasaran yang dilakukan agar jual beli tersebut berjalan dengan baik dan lancar. Namun, Pasar Wonoprinngo bukanlah satu-satunya pasar yang menjual buah-buahan di Kabupaten Pekalongan, terdapat banyak pasar-pasar lainnya di Kabupaten Pekalongan yang menjual

² Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*, (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018), hlm. 29

³ Basu Swastha, *Asas-Asas Marketing*, Cetakan Ketiga, (Liberty: Yogyakarta), 1994, hlm.

buah-buahan. Hal tersebut tentu saja menimbulkan persaingan dalam penjualan atau pemasaran buah-buahan. Agar pedagang buah di Pasar Wonopringgo tidak tersaing dengan pedagang buah di pasar-pasar yang lainnya, maka banyak pedagang buah di pasar Wonopringgo yang melakukan strategi pemasaran dalam penjualan buah tersebut.

Pasar Wonopringgo merupakan pasar tradisional yang berada di kabupaten Pekalongan kecamatan Wonopringgo, pasar Wonopringgo berada di Jl. Raya Wonopringgo, dibangun diatas areal tanah seluas 4.610 M², dengan luas bangunan sebesar 2.319, 12 M². Menurut catatan Dinas Perindagkop dan UKMK Kabupaten Pekalongan pada tahun 2012 di Pasar Wonopringgo terapat 75 kios, 167 loos, dan 17 beceran. Jumlah pedagang sebanyak 591 orang, pedagang aktif aktif sebanyak 117 orang.⁴

Dalam jual beli yang dilaksanakan di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan terdapat permasalahan yang baik untuk diteliti. Salah satunya dalam praktik yang dilakukan oleh pembeli buah di Pasar Wonopringgo yaitu bahwa pembeli membeli buah dengan harga satu kilonya yang sudah ditentukan oleh penjual, tetapi dalam buah tersebut ternyata tidak sesuai dengan apa yang diberitahukan ciri-cirinya dari penjual. Buah tersebut bisa jadi tidak semanis seperti yang dicicipi pembeli pada saat membeli buah tersebut, dan bisa jadi buah tersebut ternyata ukurannya tidak sebesar seperti yang dipajang di toko buah tersebut karena sistem penjualannya yang terdapat

⁴ Dwi Susilo, Choliq Sabana, *Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Keberadaan Pasar Tradisional di Kabupaten Pekalongan*, Prodi Manajemen Fakalutas Ekonomi Universitas Pekalongan, jurnal 2015.

dipajangan itu hanya sebagai contoh saja, dan itu bisa disebut sebagai strategi penjual dalam memasarkan buah jualannya. Dalam hal ini pihak pembeli tidak mengetahui bahwa ternyata buah yang dibeli tidak sama atau berbeda dengan buah yang ada dipajangan tersebut. Dalam memahami konteks jual beli terdapat unsur yang kurang tepat dari syari'ah jual beli, maka dari itu perlu adanya penelitian.

Teori syari'ah yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fikih muamalah. Dalam hal penelitian ini menggunakan menggunakan teori muamalah dengan akad *gharar* (ketidakjelasan/ketidakpastian) karena dalam praktik rekayasa strategi perdagangan buah tersebut kedua belah pihak, atau lebih tepatnya pihak pembeli tidak mengetahui strategi pedagang dalam menjual dagangannya, sehingga pembeli tidak mengetahui apakah terdapat kerugian yang diterimanya ataupun tidak.

Penelitian ini memilih lokasi di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, karena di pasar tersebut terdapat sistem jual beli yang menggunakan praktik rekayasa strategi pemasaran penjualnya, dimana pembeli tidak mengetahui terhadap kerugian yang diberikan dari penjual kepada pembeli tersebut. Selain itu dalam akad jual belinya juga tidak jelas, karena pembeli tidak mengetahui strategi yang dilakukan oleh penjual. Praktik jual beli yang terdapat di Pasar Wonopringgo ini adalah salah satu praktik jual beli *gharar*. Selain itu peneliti mengambil objek tersebut sebagai contoh dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

Dari fenomena diatas penulis ingin mengkaji dan meneliti secara lebih mendalam dengan judul **“PRAKTIK STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan ?
2. Bagaimana perspektif hukum Islam tentang praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengetahui perspektif hukum Islam tentang praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoris
 - a. Manfaat bagi penulis dengan melakukan penelitian praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah dalam perspektif hukum Islam, maka penulis akan mengetahui praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah dalam perspektif hukum Islam secara komprehensif.
 - b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang perdagangan dalam Islam, dan tentang strategi pemasaran dalam perdagangan.

2. Secara Praktis

- a. Wadah bagi penulis untuk mengembangkan penalaran dan membentuk pola pikir sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang di peroleh selama menempuh kuliah di Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan yang dapat dijadikan bekal oleh penulis untuk terjun ke dalam masyarakat.
- b. Manfaat bagi pihak lain penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan baik secara teori maupun secara praktis dan bisa dijadikan salah satu bahan referensi dan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengambil fokus dan objek yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Banyak literatur yang membahas tentang strategi pemasaran, tetapi sedikit yang membahas mengenai praktik strategi perdagangan yang sering terjadi di masyarakat, yang apabila diperjelas dalam praktik strategi perdagangan tersebut bisa merugikan salah satu pihak, terutama yaitu pihak konsumen.

Penulis menemukan karya ilmiah yang berbentuk jurnal dan skripsi yang membahas tentang praktik strategi perdagangan, tetapi berbeda pokok permasalahannya, seperti dibawah ini :

No.	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
1.	Kristina Wolla Ngara, 2020, Strategi Pemasaran Jahe Segar di Pasar Karangploso Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, Skripsi, Universitas Tribhuwana Tungadewi	Berbeda dengan penelitian yang saya teliti, penulis akan lebih fokus dengan strategi pemasarannya pada semua jenis buah, dan penulis akan membahas lebih mendalam tentang perpsektif hukum Islam

	<p>Malang.⁵ Penelitian ini membahas tentang beberapa strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh para pedagang jahe di Pasar Karangploso dengan cara menempatkan produk jahe tersebut didepan kios para penjual jahe sehingga dapat dilihat langsung oleh para calon pembeli, selain itu penampilan produk jahe juga diperhatikan dengan cara selalu dicuci setiap harinya agar terlihat selalu segar. Ini dilakukan karena di Pasar Karangploso bukan satu-satunya pasar yang menjual jahe segar, tetapi banyak pasar tradisional lainnya di kabupaten Malang yang menjual produk yang sama juga. Maka dari itu para pedagang di Pasar Karangploso harus menyusun strategi agar dagangan mereka selalu bertahan dan terus berkembang dalam sebuah persaingan. Hal itu merupakan salah satu dari strategi pemasarannya. Dalam penelitian ini juga membahas tentang faktor internal dan eksternal pemasaran jahe segar di Pasar Karangploso Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.</p>	<p>di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.</p>
2.	<p>Marlina, 2017, Strategi Pemasaran Islam Hasil Pembudidayaan Rumput Laut di Kelurahan Rampoang Kecamatan Bara Kota Palopo, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo.⁶ Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran hasil budidaya rumput laut, selain itu membahas juga tentang strategi pemasaran rumput laut dalam pandangan Islam. Dari penelitian tersebut ternyata masih banyak petani yang menggunakan sistem konvensional yaitu dengan mencampurkan rumput laut dengan</p>	<p>Berbeda dengan penelitian yang saya teliti, penulis lebih membahas tentang praktik rekayasa strategi pedagang buah tersebut bagaimana agar para pembeli menjadi lebih tertarik untuk membeli buah di pedagang tersebut, dan penulis akan membahas lebih mendalam tentang perspektif hukum Islam di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.</p>

⁵Kristina Wolla Ngara, Strategi Pemasaran Jahe Segar di Pasar Karangploso Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, *Skripsi, Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang*, 2020.

⁶ Marlina, Strategi Pemasaran Islam Hasil Pembudidayaan Rumput Laut di Kelurahan Rampoang Kecamatan Bara Kota Palopo, *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo*, Februari 2017

	<p>kualitas baik dan rumput laut dengan kualitas yang kurang baik. Padahal hal itu bisa menyebabkan kerugian bagi pembeli dan bisa saja pembeli menjadi kurang percaya dengan petani tersebut. Meskipun ada dampak buruknya, tetapi petani rumput laut ini tidak memperdulikan dampak tersebut, yang dipikirkan hanyalah mendapatkan laba yang lumayan tinggi.</p>	
3.	<p>Rahmawati Tahir, 2020, Strategi Pemasaran Jagung Hibrida sebagai Program Unggulan Daerah di Kecamatan Cina, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone.⁷ Hasil dari penelitian ini adalah bahwa praktik pelaku usaha jagung hibrida masih pada proses open market negotiation dengan peran masing-masing petani yaitu petani berperan sebagai pelaku usaha tanaman jagung, pedagang berperan sebagai perantara pemasaran dan penyedia modal transportasi, pergudangan serta menyediakan informasi dari pelanggan. Permasalahan yang dihadapi oleh petani jagung ini adalah keterbatasan pengetahuan petani masi menanam varietas local, kurangnya informasi pasar masih bergantung kepada pedagang, belum adanya mitra tetap, kurangnya inovasi, kreatif dan diversifikasi produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran jagung hibrida dan untuk menjelaskan strategi prioritas yang dapat digunakan dalam penjualan jagung hibrida di Kecamatan Cina Kabupaten Bone.</p>	<p>Berbeda dengan penelitian yang saya teliti, penulis meneliti tentang bagaimana pedagang itu menawarkan buahnya secara langsung kepada pembeli melalui strategi pemasarannya tersebut, tidak seperti penelitian diatas yang melalui perantara atau dengan negosiasi kepada petani. Penelitian ini dilakukan di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.</p>

⁷ Rahmawati Tahir, Strategi Pemasaran Jagung Hibrida sebagai Program Unggulan Daerah di Kecamatan Cina Kabupaten Bone, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone, *Agro Bali: Agricultural Journal*, Maret 2020.

4.	<p>Irham Ilahi, Muhammad (2019), Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia, Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.⁸ Penelitian ini membahas tentang toko Chocolicious Indonesia melakukan kegiatan usaha yang ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami, dan menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam terhadap peningkatan penjualan pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam. Analisis dari hasil penelitian ini adalah bawa dalam melakukan kegiatan usaha, ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami, Toko Chocolicious Indonesia selain menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional, juga menerapkan strategi pemasaran Islami yang terdiri dari tiga hal, yaitu pertama; penerapan karakteristik pemasaran Islami. Kedua; penerapan etika bisnis Islami. Ketiga; mencontoh praktik pemasaran dan sifat Nabi Muhammad SAW.</p>	<p>Berbeda dengan penelitian yang saya teliti, penulis lebih mengacu tentang bagaimana caranya melakukan strategi agar para pembeli lebih tertarik untuk membeli di pedagang tersebut, tidak dengan cara pemasaran konvensional, dan penulis akan membahas lebih mendalam tentang perspektif hukum Islam di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.</p>
5.	<p>Pratiwi, Bimawati (2018), Pentingnya Menerapkan Fikih Muamalah Dalam Berbisnis Terkait Bisnis Multi Level Marketing Yang Marak Terjadi di Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 02 November 2018.⁹ Membahas tentang maraknya bisnis MLM illegal yang merugikan masyarakat dan citra bisnis MLM. Karena adanya penipuan dalam bisnis MLM illegal yang</p>	<p>Berbeda dengan penelitian yang saya teliti, dalam penelitian ini bisa dibilang tidak ada unsur penipuannya, melainkan lebih ke strategi pedagang dalam mempromosikan buah dagangannya di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.</p>

⁸ Irham Ilahi, Muhammad, Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia, *Thesis, UIN Alauddin Makassar*, 2019.

⁹Pratiwi, Bimawati, Pentingnya Menerapkan Fikih Muamalah Dalam Berbisnis Terkait Bisnis Multi Level Marketing Yang Marak Terjadi di Masyarakat, *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 02 November 2018.

<p>mengatasnamakan bisnis MLM ini sebagai strategi untuk pemasarannya. Penelitian ini membahas tentang Bisnis berkedok MLM yang merugikan banyak masyarakat karena menjadi korban penipuan. Para korban tersebut terkena penipuan karena tidak bisa membedakan antara bisnis MLM dengan bisnis yang hanya berkedok MLM. Dengan kurangnya pengetahuan korban tersebut akan sangat mudah dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dan ingin memperkaya dirinya sendiri tanpa memikirkan korban. Dalam kehidupan, mengambil keuntungan dalam berbisnis merupakan hal yang wajar.¹⁰ Tetapi jika mengambil keuntungan yang berlebihan itu apakah diizinkan dalam Islam. Banyak masyarakat yang kurang mengetahui tentang mengambil keuntungan yang berlebihan itu, mereka beranggapan bahwa mengambil keuntungan yang berlebihan itu tidak apa-apa selagi pihak yang diambil keuntungannya tersebut merasa tidak dirugikan. Padahal mengambil keuntungan yang berlebihan itu bisa disebut dengan yang namanya riba.</p>	
---	--

F. Kerangka Teori

Fikih Muamalah merupakan gabungan dari dua kalimat dalam bahasa Arab, yakni *al-fiqh* dan *al-mu'amalah*. Yang secara lughawi dijelaskan: *Al-fiqh* berarti *al-fahmu*, dan kata muamalah adalah masdar dari *fi'il* "*amala-yu'amilu*. Yang ketika kedua lafaz itu digabung (fikih dan muamalah), maka ia adalah

¹⁰ Pratiwi, Bimawati, Pentingnya Menerapkan Fikih Muamalah Dalam Berbisnis Terkait Bisnis Multi Level Marketing Yang Marak Terjadi di Masyarakat, *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 02 November 2018.

kumpulan hukum yang disyari'atkan (dikenali melalui pesan-pesan kitab suci Al-qur'an dan al-Hadits) dengan metode dan prosedur tertentu oleh orang-orang yang kompeten (*mujahid*) yang mengatur tentang hubungan kepentingan antar sesama manusia.

Fikih muamalah adalah pengetahuan tentang hukum-hukum syariat yang praktis, yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci yang berkaitan dengan segala perbuatan manusia yang semua hukum asalnya boleh. Salah satunya adalah yang menjelaskan tata cara perpindahan hak milik seseorang kepada orang lain, misalnya melalui jual beli atau *al-bai'*.

Jual beli menurut bahasa adalah mempertukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Maksud dari mempertukarkan sesuatu disini adalah harta benda dengan harta benda. Salah satu dari harta benda yang ditukarkan tersebut adalah (*mabi'*), sedangkan pertukaran lainnya disebut harga (*saman*). Jual beli sebagai sarana tolong menolong sesama manusia, dalam Islam mempunyai dasar hukum dari Al-Qur'an dan Hadis. Ayat Al-Qur'an yang menerangkan tentang jual beli yaitu terdapat dalam surat Al-Baqarah [2] ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ بَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”[2:275].¹¹

¹¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275

Dan surat An-Nisa' [4] ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْ
 آمُواالْكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِ
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَتَرَاضَ مَتَكُم
 وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُم إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”[4:29]¹²

Adapun rukun dan syarat jual beli adalah sebagai berikut :

1. Rukun jual beli.

Rukun jual beli menurut jumhur ulama :

- a. Ada orang yang berakad atau *Al-muta'qidain* (penjual) dan pembeli.
- b. Ada *shigat* (lafal ijab dan qabul).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang-barang yang dibeli dan nilai tukar barang termasuk ke dalam syarat-syarat jual beli, bukan dalam rukun jual beli.

2. Syarat jual beli.

Adapun syarat jual beli yang harus dipenuhi yaitu :

- a. Tentang subjeknya, kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli harus :
 - 1) Berakal, orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.

¹² Departemen Agama RI, Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29.

- 2) Dengan kehendak sendiri (bukan karena dipaksa).
 - 3) Keduanya tidak mubazir.
 - 4) Baligh.
- b. Tentang objeknya, benda yang dijadikan objek jual beli harus memenuhi syarat :¹³
- 1) Bersih barangnya.
 - 2) Dapat dimanfaatkan.
 - 3) Memiliki orang yang melakukan akad.
 - 4) Mampu menyerahkan.
 - 5) Mengetahui (hitungan, ukuran, timbangan atau kualitasnya dan tentang jumlah pembayaran maupun jangka waktu pembayaran).
 - 6) Barang yang diakadkan sedang berada di tangan.

Dalam Islam, terdapat beberapa jual beli yang dilarang dalam Islam. Salah satu jual beli yang dilarang dalam Islam tersebut yaitu *Gharar*. *Al-gharar* artinya ketidakpastian. Maksud ketidakpastian itu dalam transaksi muamalah adalah ada sesuatu yang ingin disembunyikan oleh salah satu pihak dan hanya boleh menimbulkan rasa ketidakadilan kepada pihak yang lain. Menurut Ibn Rush, maksud *al-gharar* adalah “Kurangnya penjelasan tentang keadaan barang (objek), kuantitas dan harga. *Gharar* juga berkaitan dengan masa penyerahan barang, terutama ketika uang sudah dibayar, tetapi waktu penyerahan barang tidak diketahui.” Ibn Taimiyah mengatakan *al-gharar*

¹³ Sudarsono, *Pokok-Pokok Hukum Islam*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), Cet. 1, hlm. 401

adalah “Apabila satu pihak mengambil haknya dan satu pihak lagi tidak menerima apa yang sepatutnya diterima”.¹⁴

Jual beli *gharar* adalah jual beli yang mengandung kesamaran. Mengenai dilarangnya jual beli *gharar* oleh Rasulullah SAW, terdapat dalam hadis yang berhubungan dengan hal tersebut, yaitu hadis Nabi dari Abu Hurairah menurut riwayat Muslim :

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ يَّعٍ لِحَصَاتٍ وَعَنْ يَّعٍ الْعَرَرِ (رواه

(

Artinya “Nabi Muhammad SAW, melarang jual beli yang curang dan jual beli *gharar*.” [dari Abu Hurairah riwayat Muslim].

Alasan tidak diperbolehkannya jual beli *gharar* tersebut adalah karena tidak adanya kepastian dalam obyek, baik barang atau uang atau caranya sendiri. Imam Nawawi mengatakan : “Larangan jual beli *gharar* merupakan pokok penting dari kitab jual-beli. Oleh karena itu Imam Muslim menempatkannya di depan. Permasalahan yang masuk dalam jual beli jenis *gharar* ini sangat banyak. Diantara hikmah yang dapat diambil dari larangan jual beli *gharar* ini adalah, karena Nampak adanya pertaruhan dan menimbulkan sikap permusuhan pada orang yang dirugikan. Yakni bisa menimbulkan kerugian yang besar kepada pihak lain. Larangan ini juga mengandung maksud untuk menjaga harta agak tidak hilang dan

¹⁴ Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*, (Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2020), cet-3, hlm. 159

menghasilkan sikap permusuhan yang terjadi pada orang akibat jual beli *gharar* ini.

Ditegaskan oleh Nazar Bakry barang itu harus diketahui oleh penjual dan pembeli dengan terang zatnya, bentuk, kadar dan sifat-sifatnya sehingga tidak terjadi tipu daya. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalah pahaman di antara keduanya. Disamping barang tersebut harus diketahui wujudnya, harga barang tersebut juga harus diketahui jual beli tersebut sah atau tidak sah, karena mengandung unsur *gharar*. Akibat dilarangnya jual beli *gharar* selain karena memakan harta orang lain dengan cara batil, juga merupakan transaksi yang mengandung unsur judi, seperti menjual burung di udara, onta dan budak yang kabur, buah-buahan sebelum tampak buahnya dan jual beli dengan lemparan batu. Larangan jual beli *gharar* tersebut karena mengandung ketidakjelasan, seperti pertaruhan atau perjudian, tidak dapat dipastikan jumlah dan ukurannya atau tidak mungkin diserahkan terimakan.¹⁵

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Sedangkan lokasi penelitian dilakukan di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan pada hari senin-sabtu, 21-26 Maret 2021. Dalam penelitian ini mengkaji dan mengobservasi langsung ke pedagang buah yang ada di Pasar Wonopringgo.

¹⁵ Nazar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994), hlm. 60.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif. Creswell menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang dialami.

Adapun disanalisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Fenomenologis. Fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran, atau cara memahami suatu objek atau peristiwa dengan mengalaminya secara sadar.¹⁶

Fenomenologi adalah filsafat tentang fenomena. Fenomena yang dimaksud adalah tentang peristiwa pengalaman, keseharian, kecemasan, duka, kegembiraan yang menggumuli keseharian setiap orang. Sebagai sebuah ilmu, fenomenologi adalah metodologi untuk mencapai kebenaran. Karena pengalaman milik semua orang, dan kebenaran itu tidak dieksklusifkan dari mereka semua. Semua dapat mengajukan pengetahuan-pengetahuan valid dengan dan dalam pengalamannya. Jadi fenomenologi itu melihat, merekam, mengonstruksi realitas dengan menepis semua asumsi yang mengontaminasi pengalaman konkret manusia (subjek).¹⁷

Lokasi untuk mengamati dalam penelitian ini adalah di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan, pada hari senin-sabtu, 21-26 Maret 2021.

¹⁶ O.Hasbiansyah, Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi, *Jurnal Mediator* Vol.1 No.1 Juni 2008.

¹⁷ Muhammad Farid, Moh. Adib, *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 25

3. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat atau narasumber dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui wawancara, observasi maupun alat yang lainnya. Adapun hasil data primer yang dimaksud dari penelitian ini adalah wawancara yang diperoleh dari beberapa penjual dan beberapa pembeli buah di pasar Wonopringgo. Sumber data primernya dilakukan wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Wonopringgo Pekalongan.

b. Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data berupa semua publikasi hukum yang merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar atas putusan pengadilan.¹⁸ Dalam hal ini khususnya menggunakan literatur-literatur berupa buku-buku yang membahas penelitian ini.

¹⁸ Peter mahmud marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta : Preneda Media Grup, 2011), hlm. 141.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Sesuai dengan keperluan dalam penulisan ini, pengumpulan data akan dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Metode observasi adalah metode dengan pengamatan yang dicatat dengan sistem sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana para penjual buah menjual buah dagangannya. Penulis mengamati secara langsung berlangsungnya jual beli buah tersebut di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Wonopringgo.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.¹⁹ Wawancara ini dilakukan kepada penjual buah di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan berkaitan praktik strategi pemasarannya tersebut.

¹⁹S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), hlm. 135.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis.²⁰ Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat agenda dan sebagainya.²¹ Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari lokasi penelitian, buku, jurnal, dan karya-karya lainnya yang terkait dengan praktik rekayasa strategi pemasaran, juga dari hasil wawancara dan observasi yang didapatkan dari beberapa pedagang dan pembeli buah di Pasar Wonopringgo dengan dikuatkan bukti foto.

5. Teknik Analisis Deskriptif Kualitatif

Teknis penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku orang, acara lapangan, dan detail dan kedalaman aktivitas tertentu.²² Dalam penelitian ini data-data hasil dari lokasi penelitian dideskripsikan sesuai dengan hasil penelitian, adapun data yang dideskripsikan adalah praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah yang terjadi di Pasar Wonopringgo Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan. Kemudian analisis induktif tersebut dengan menyajikan data-data secara khusus hasil dari lapangan yang kemudian diperoleh atau didapatkan kesimpulan umum dari penelitian ini.

²⁰Sutrisno Hadi, *Statistik II*, (Yogyakarta : UGM Press, 1986), hlm. 131.

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta., 2002), hlm. 202.

²² Sanapiah Faizal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta : Rajawali Press, 1992), hlm.

H. Sistematika Penulisan

Agar mudah dipahami maka sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang teori dasar mengenai praktik rekayasa strategi pedagang buah dalam perspektif hukum Islam dan konsep yang akan dilakukan dengan cara mengungkapkan permasalahan penelitian. Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka yang terdiri dari penelitian yang relevan dan kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kerangka Teori. Pada bab ini terdiri dari sub-sub bab. Diantaranya adalah kajian terdahulu, tinjauan umum tentang jual beli (pengertian, dasar hukum, rukun dan syarat, macam-macam jual beli, prinsip jual beli, identifikasi transaksi yang dilarang dalam jual beli), tinjauan umum tentang potongan harga (tujuan pemberian diskon, macam-macam diskon, system diskon dalam Islam), strategi pemasaran (pengertian, tujuan, konsep pemasaran, teori pemasaran) dan strategi pemasaran syari'ah (pengertian dan karakteristik pemasaran syari'ah). Bab ini merupakan kajian dari beberapa literatur yang ada, untuk memberikan penyajian teori yang dianut dan juga berkembang dalam kaitannya dengan permasalahan dalam penelitian. Dalam bab ini terdapat juga teori tentang promosi dan perilaku hukumnya.

Bab III Hasil Penelitian. Pada bab ini membahas tentang praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah dalam perspektif hukum Islam melalui hasil observasi dan wawancara secara langsung. Bab ini membahas tentang

bagaimana penelitian secara menyeluruh, seperti : lokasi penelitian, strategi pemasaran buah, perspektif hukum Islam terhadap strategi pemasaran buah.

Bab IV Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang pembahasan secara menyeluruh dari laporan penelitian, disini penulis akan memberikan laporan hasil penelitian secara lengkap tentang gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan analisis data dari penelitian yang berjudul tentang praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah dalam perspektif hukum Islam dengan studi kasus di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

Bab V Kesimpulan. Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Kesimpulan merupakan jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Sedangkan saran berisi tentang hal-hal yang mungkin berguna dalam melakukan kegiatan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikaji dan dianalisis, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Praktik jual beli buah-buahan dengan sistem petian yang dilakukan oleh pengepul buah dengan pedagang buah di Pasar Wonopringi Pekalongan dilakukan dengan cara buah dikemas di dalam peti. Pada saat ada pembeli, penjual akan membuka peti sebagai sampel, ketika pembeli melihat peti yang dibuka, buah paling atas terlihat bagus, tetapi buah-buahan yang berada di bawah tidak terlihat kualitasnya bagus atau tidak. Kemudian dalam penetapan harga buah-buahan ini dilakukan dengan cara melihat dari kondisi pasar dan kondisi permintaan konsumen serta juga menyesuaikan dengan kondisi musim pada buah-buahan waktu tertentu serta melihat dari jumlah berat dari buah perpeti tersebut. Jual beli buah-buahan dengan sistem petian ini mengandung unsur *gharar* atau ketidakpastian terhadap kualitas dan juga jumlah berat dari buah, tetapi unsur *gharar* tersebut masih bisa ditoleransi oleh pembeli. Di mana buah-buahan yang terdapat di bagian bawah peti tersebut tidaklah busuk atau rusak separuh dari isi peti tersebut, tetapi hanyalah beberapa buah saja yang masih dianggap wajar. Buah-buahan tersebut rusak disebabkan karena lamanya perjalanan atau tertimpa dengan buah-buahan yang lain. Rusaknya buah ini jugalah tidak dilakukan dengan sengaja oleh para pengepul buah dan para pedagang pun memberikan jaminan bahwa bila ada

buah yang terdapat di bagian peti tersebut rusak atau busuk, maka pembeli dapat menukarkannya kembali. Dan dalam hal jumlah berat buah perpeti yang terkadang kurang atau lebih pun dianggap wajar oleh pembeli, karena pembeli tidak secara terus-menerus mendapatkan buah dengan jumlah berat yang kurang, tetapi juga sering mendapat jumlah berat yang lebih. Sehingga kurang dan lebih tersebut jadi berimbang.

2. Praktek sistem diskon yang dilakukan oleh pedagang buah di Pasar Wonopringgo yaitu dengan cara menaikkan harga aslinya setelah itu didiskon tanpa sepengetahuan calon pembeli. Sistem diskon yang dilakukan dimaksudkan untuk menghabiskan stok buah yang kualitasnya sudah menurun, selain itu juga untuk menarik perhatian dan minat calon pembeli, sistem diskon seperti ini mengandung unsur penipuan. Tinjauan hukum Islam tentang praktek sistem diskon di Pasar Wonopringgo adalah haram (tidak dibolehkan) karena ada unsur penipuan.

B. Saran

1. Untuk pihak pedagang maupun pengepul buah-buahan dengan sistem petian di Pasar Wonopringgo Pekalongan, praktik jual beli yang dilakukan tersebut dianggap membantu pedagang buah karena buah tersebut akan dijual kembali untuk mengambil keuntungan dengan sistem eceran atau kiloan. Maka, sebaiknya dalam melakukan transaksi jual beli buah-buahan dengan sistem petian harus sesuai syariat Islam dan harus ada keterbukaan antara pihak pedagang dan pembeli dalam hal menjelaskan kualitas dan jumlah berat barang, agar usaha yang dilakukan memberikan manfaat bagi pedagang

maupun pembeli. Selain itu juga akan berpengaruh terhadap kepercayaan pembeli dan pedagang harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli sehingga pembeli tidak merasa kecewa. Selain hal tersebut, sebaiknya bagi pihak pedagang, pembeli maupun konsumen diberikan pengetahuan dengan cara bersosialisasi tentang jual beli yang dilarang dalam Islam seperti contohnya jual beli *gharar*, terutama dalam bermuamalah yang baik sesuai dengan syariat Islam yang berlaku.

2. Bagi para pedagang buah di Pasar Wonopringgo Pekalongan dalam menggunakan sistem diskon sesuai dengan konsep jual beli dalam Islam tanpa adanya tindakan pembohongan dalam hal barang maupun harga agar senantiasa mendapatkan kebaikan, baik secara dunia maupun akhirat. Sedangkan bagi pembeli diharapkan lebih mencermati dan teliti saat akan membeli barang yang didiskon agar terhindar dari keborosan dan mendapatkan barang yang benar-benar dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Muhammad Azzam. 2014. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*, terj. Nadirsyah Hawari. Jakarta: Amza.
- Abdul Rahman Ghazaly, dkk. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Akhmad Farroh Hasan. 2018. *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktik)*. Malang: UIN Maliki Malang Press.
- Annisa Putri SIA. Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Buah-Buahan Dengan Sistem Petian, *Skripsi Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Aris Anwaril Mutaqqin. *Larangan Jual Beli Gharar Tela'ah Terhadap Hadis Dari Musnad Ahmad Bin Hanbal*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Asjupri. 2013. *Daras Fiqh Muamalah I*. Sukoharjo: FSEI Publishing.
- Basu Swasth. 1994. *Asas-Asas Marketing*. Cetakan Ketiga. Liberty: Yogyakarta.
- Buchari Alma, Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta : Bandung.
- Chairuman Pasaribu. 1996. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 188.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29.
- Dwi Susilo, Choliq Sabana. 2015. *Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Keberadaan Pasar Tradisional di Kabupaten Pekalongan*, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan. jurnal 2015.
- Endah Prapti Lestari. 2007. *Strategi Pemasaran*. Surabaya : Citra Kusuma.
- Fandi Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Idri. 2015. *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Indriani, Theresia Devi. 2010. *Analisis Strategi Perusahaan Distributor Buah Segar. Thesis Institut Pertanian Bogor*. Mei 2010.

- Irham Ilahi, Muhammad. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia*. Thesis. UIN Alauddin Makassar. 2019.
- Isnaini, Arif. 2005. *Modal dan Strategi Pemasaran*. Makassar : Ntp Pers.
- Kolter, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT Prehalindo.
- Kolter, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian) Terjemahan Drs. Jaka Wasana MSM*. Institut dan Pembinaan Manajemen. Jakarta : Erlangga. Cet. VII.
- Kristina Wolla Ngara. 2020. *Strategi Pemasaran Jahe Segar di Pasar Karangploso Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang*. Skripsi, Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, 2020.
- Maisarah Leli. 2019. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam, STAI-YAPTIP Pasaman Barat*. Jurnal At-Tasyri'iy : Vol. 2, No. 1, 2019.
- Makhul Ilmi. 2002. *Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syari'ah*. (Yogyakarta : UII Press).
- Mardani. 2015. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Marlina. 2017. *Strategi Pemasaran Islam Hasil Pembudidayaan Rumput Laut di Kelurahan Rampoang Kecamatan Bara Kota Palopo*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palopo. Februari 2017.
- Muhammad Farid, Moh. Adib. 2018. *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhammad Yazid. 2017. *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*. Surabaya: Imtiyaz.
- M. Yazid Afandi. 2009. *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. Kotagede Yogyakarta: Logung Pustaka.
- Muhammad Yunus, dkk. 2018. *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Akad Jual Beli dalam Transaksi Online pada Aplikasi Go-Food*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 2 Nomor 1, 2018.
- Muhammad Ismail Yusanto. 2002. *Mengagas Bisnis Islam*. Jakarta : Gema Insani.
- Nazar Bakry. 1994. *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nur Rianto Al Arif. 2020, *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*. Bandung: Pustaka Setia Bandung. cet-3.

O.Hasbiansyah. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. Jurnal Mediator Vol.1 No.1 Juni 2008.

Peta dan Profil Kecamatan Wonopringgo
(<https://pekalongankab.go.id/index.php/pemerintahan/deskripsi-wilayah/peta-wilayah/528-peta-dan-profil-kecamatan-wonopringgo>)

Peter mahmud marzuki. 2011. *Penelitian Hukum*. Jakarta : Preneda Media Grup.

Pratiwi, Bimawati. 2018. *Pentingnya Menerapkan Fikih Muamalah Dalam Berbisnis Terkait Bisnis Multi Level Marketing Yang Marak Terjadi di Masyarakat*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. 02 November 2018.

R.A. Nur Qomariyah. 2014. Strategi Pemasaran Industri Kecil Kerajinan Kasur Lihab Arafah Palembang. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Fatah*.

Rahmat Syafi'i. 2004 *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.

Rahmawati Tahir. 2020. *Strategi Pemasaran Jagung Hibrida sebagai Program Unggulan Daerah di Kecamatan Cina Kabupaten Bone, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone*. Agro Bali: Agricultural Journal. Maret 2020.

Sa'di Abu Habieb. 1997. *Ensiklopedi Ijmak, terj. Sahal Mahfudz dan Mustofa Bisri*. Jakarta: Pustaka Firdaus.

Sanapiah Faizal. 1992. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta : Rajawali Press.

Shalah ash-Shawi, Abdullah al-Mushlih. 2015. *Fikih Ekonomi Islam*. Jakarta: Darul Haq.

Sudarsono. 1992. *Pokok-Pokok Hukum Islam*. Jakarta: Rineka Cipta. Cet. 1.

Sunny T.H. 2005. *Marketing Wise*. Jakarta : PT Bhuana Ilmu Populer.

S. Nasution. 1996. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sofjan Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Cet, III.

Sutrisno Hadi. 1986. *Statistik II*. Yogyakarta : UGM Press.

Syarifudin, Amir. 2003. *Garis-Garis Besar Fiqih*. Jakarta Timur : Prenada Media.

Usi Usmara. 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Book.

Syeh Abdullah Bin Sa'id Muhammad, *Idhoh Qowaid Fiqhiyyah*.

Wawancara dengan Bapak Jumali Pemasok Buah di Pasar Wonopringgo

Wawancara dengan Ibu Asmaul Pedagang Buah Di Pasar Wonopringgo.

Wawancara dengan Ibu Cici Konsumen Buah di Pasar Wonopringgo.

Wawancara dengan Ibu Darwanti Pedagang Buah Di Pasar Wonopringgo.

Wawancara dengan Ibu Salma Pedagang Buah Di Pasar Wonopringgo.

Wawancara dengan Ibu Tuti Konsumen Buah di Pasar Wonopringgo.

Wawancara dengan Ibu Zainab Pedagang Buah Di Pasar Wonopringgo.

Lampiran 1

FIELD NOTE

- Judul** : **PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)**
- Informan** : **Beberapa pedagang buah di Pasar Wonopringgo**
- Lokasi** : **Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan**
- Waktu** : **Senin – Ahad 21-27 Maret 2021**

Lokasi penelitian yang saya teliti yaitu di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan. Tetapi saya hanya terfokus pada pedagang buah di Pasar Wonopringgo karena dalam penelitian saya hanya meneliti tentang praktik rekayasa strategi pemasaran pedagang buah di Pasar Wonopringgo. Dengan judul skripsi saya “PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)”.

Selama kurang lebih satu minggu atau 7 (tujuh) hari yaitu pada tanggal 21-27 Maret 2021 saya melakukan penelitian di Pasar Wonopringgo. Pada hari pertama hari senin tanggal 21 Maret 2021, saya melakukan observasi ke Pasar Wonopringgo dengan melihat kondisi Pasar Wonopringgo terlebih dahulu, saya mengamati beberapa penjual buah yang ada di Pasar Wonopringgo.

Kemudian pada hari kedua, yaitu hari selasa tanggal 22 Maret 2021 saya kembali ke lokasi penelitian, dan ternyata pada hari itu terdapat pengajian dan “Pasar Tiban” yang ada di pinggir jalan menuju Pasar Wonopringgo, sehingga pembeli di Pasar Wonopringgo pada hari itu sangat membludak karena banyak orang dari berbagai desa dan kecamatan berdatangan untuk mengikuti pengajian tersebut, dan kemudia setelah selesai pengajian mereka memanfaatkan waktunya

untuk membeli bahan-bahan keperluan di Pasar Wonopringgo. Dan pada hari itu saya belum melakukan wawancara dikarenakan kondisi pasar yang sangat padat, sehingga membuat saya sulit untuk melakukan wawancara tersebut.

Pada hari ketiga, hari rabu 23 Maret 2021, saya ke lokasi penelitian yaitu Pasar Wonopringgo, tetapi saya menuju ke kantor pasarnya. Saya melakukan wawancara dengan beberapa anggota kantor untuk memintai data tentang Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

Pada hari keempat, yaitu hari kamis tanggal 24 Maret 2021 saya melakukan wawancara dengan beberapa pedagang buah yang ada di Pasar Wonopringgo. Pada saat melakukan wawancara terdapat sedikit kendala dikarenakan ada beberapa dari pedagang buah yang tidak ingin diwawancarai dengan alasan sibuk.

Pada hari kelima, hari jum'at tanggal 25 Maret 2021, sayakembali menuju lokasi penelitian untuk melakukan wawancara lagi. Disini saya tertuju pada beberapa pembeli atau konsumen. Dalam melakukan wawancara sangat terbatas waktunya, dikarenakan para pembeli tersebut harus berbelanja yang lainnya, sehingga dalam melakukan wawancara tidak bisa terlalu lama.

Kemudia pada hari keenam, hari sabtu 26 Maret 2021, saya menuju lokasi penelitian dan bertemu dengan pengepul buah yang sedang membawakan pesanan buah pedagang ke pasar. Dan disitu saya memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan wawancara dengan pengepl buah.

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan Wawancara Dan Dokumen Yang Diperlukan Untuk Skripsi Praktik Rekayasa Strategi Pemasaran Pedagang Buah dalam Perspektif Hukum Islam di Pasar Wonopringgo Kabupaten Pekalongan.

1. Bagaimana kualitas buah di toko Ibu Darwanti yang Ibu jual di Pasar?
2. Berapa harga buah yang Ibu jual di pasar? Apakah dengan menyesuaikan pedagang yang lainnya, apa bagaimana?
3. Dengan melihat kondisi yang seperti apa yang membuat Ibu yakin bahwa di pasar Wonopringgo adalah tempat yang tepat untuk berjualan buah?
4. Bagaimana cara Ibu mempromosikan buah ini agar menarik konsumen?
5. Bagaimana cara Ibu melayani konsumen agar konsumen tersebut merasa nyaman dan berfikir agar selalu membeli buah di toko Ibu?
6. Apakah pernah ibu sebagai salah satu konsumen buah di Pasar Wonopringgo ketika membeli buah tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan?
7. Hal apa saja yang Ibu lakukan jika Ibu membeli buah di pengepul buah tersebut agar buah yang Ibu beli tidak mengecewakan Ibu dan pelanggan yang akan membeli buah di toko Ibu?

Lampiran 3

TRANSKIP WAWANCARA

1. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Darwanti salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, kualitas buah di Pasar Wonopringgo adalah
”Buah yang saya jual di Pasar sudah terjamin memiliki kualitas yang baik, karena saya sangat mementingkan menjaga hubungan baik dengan konsumen, dengan menjual buah-buahan yang baik dan aman untuk dikonsumsi insyaAllah konsumen akan merasa puas ketika membeli buah-buahan di tempat saya, selain itu saya juga menjual buah-buahan import yang beragam jenisnya untuk menarik perhatian konsumen yang jarang memakan buah-buahan import dan konsumen memiliki rasa penasaran untuk membelinya, selain itu saya juga memberikan tester buah yang ingin dibeli konsumen agar dapat mencicipi rasa dan kualitas buah tersebut sehingga tidak kecewa ketika membelinya.”
2. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Salma salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, harga buah di Pasar Wonopringgo adalah
“Harga buah yang saya jual beragam harganya sesuai dengan presentase pembelian buah di pengepul kemudian dihitung secara keseluruhan dan baru saya menjual buah tersebut sesuai dengan harga yang sudah dihitung secara keseluruhan tersebut. biasanya para pedagang buah disini tidak jauh beda dalam mematok harga pada masing-masing buah, hanya selisih sedikit.”
3. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Zainab salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, dengan melihat kondisi yang seperti apa bahwa Pasar Wonopringgo tempat yang tepat untuk berjualan buah ?
“Toko kami memiliki tempat yang cukup strategis dari keramaian pasar, ada yang berjualan di dalam maupun di luar pasar. Selain itu, Pasar Wonopringgo juga terletak di daerah desa dan kota yang tidak jauh dari penduduk sekitar dan banyak dilewati kendaraan. Target pemasaran buah di Pasar Wonopringgo bisa dikatakan tergolong tinggi karena peminatnya yang selalu naik setiap harinya sehingga permintaan buah terhadap pengepul tergolong tinggi.”
4. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Asmaul salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, cara mempromosikan buah agar menarik konsumen adalah

“Saya melakukan promosi penjualan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, karena saya kurang bisa menggunakan media sosial, jadi menurut saya promosi ini jauh lebih mudah, hemat dan lebih mendapatkan kepercayaan konsumen baru, dan saya biasanya memberikan promosi dengan diskon (potongan harga) kepada konsumen, biasanya saya lakukan setiap hari minggu.”

5. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Darwanti salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, cara memberikan pelayanan kepada konsumen adalah

“Kami selalu memberikan pelayanan secara maksimal untuk konsumen karena itu sesuatu yang sangat penting bagi seorang pedagang yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pembelinya. Pelayanan yang saya berikan yaitu dengan memiliki jasa antar untuk mengantarkan buah apabila pembelian melalui pemesanan online, kedua mengganti buah apabila ada konsumen yang complain dengan buah saya.”

6. Berdasarkan wawancara dengan salah satu konsumen buah di Pasar Wonopringgo, apakah pernah membeli buah tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan ?

“Saya pernah membeli buah di salah satu toko buah di Pasar Wonopringgo, penjual mengatakan bahwa buahnya manis, kualitasnya super, jauh berbeda dengan penjual buah lainnya. Akan tetapi ketika sampai di rumah buah yang saya terima jauh berbeda dengan apa yang dikatakan oleh pedagang buah tersebut.”

7. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Darwanti salah satu pedagang buah di Pasar Wonopringgo, hal apa saja yang dilakukan untuk membeli buah di pengepul agar konsumen tidak kecewa dengan dagangan buahnya ?

“Saya biasanya menimbang kembali dan mengecek kualitas buah tersebut secara keseluruhan untuk memastikan apakah berat bersih dari buah tersebut untuk mengetahui kurang atau lebih dari buah tersebut dan mengetahui kualitas buah yang saya pesan dengan pengepul sudah sesuai dengan apa yang saya pesan.

Lampiran 4

DOKUMENTASI







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Inayatul Aini
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 24 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Gondang Gg. Masjid rt02 rw01 no. 7
Kec. Wonopringgo Kab Pekalongan
Nama Ayah : Bashori
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Gondang Gg. Masjid rt02 rw01 no. 7
Kec. Wonopringgo Kab Pekalongan
Nama Ibu : Nur Afidah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Gondang Gg. Masjid rt02 rw01 no. 7
Kec. Wonopringgo Kab Pekalongan

Data Pendidikan

1. MI Gondang (2005-2011)
2. Mts. Gondang Full Day (2011-2014)
3. SMA N 1 KEDUNGWUNI (2014-2017)
4. IAIN Pekalongan, Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (2017-2021)

Dengan demikian daftar riwayat hidup dibuat sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 1 November 2021


Inayatul Aini



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 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 : INAYATUL AINI
NIM : 1217009
Jurusan : HUKUM EKONOMI SYARIAH
E-mail address : ainayatul7@gmail.com
No. Hp : 0895343089184

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 :

PRAKTIK REKAYASA STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG BUAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Pasar Wonopringgo 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, 1 November 2021



INAYATUL AINI
NIM : 1217009

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.