

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Islam mendorong orang-orang untuk mencari cara hidup yang berkah, untuk meningkatkan produksi, dan untuk meningkatkan ekonomi di berbagai bidang seperti pertanian, manufaktur, dan perdagangan. Islam juga menganjurkan setiap tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan pahala dan dapat membantu dan berguna bagi masyarakat.

Di fase perkembangan zaman yang semakin maju, aspek-aspek penunjang kebutuhan manusia juga semakin berkembang mengikuti zaman yang semakin modern. Tak terkecuali aspek ekonomi yang berperang paling penting dalam penunjang kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia yang semakin banyak dan tidak terbatas mengharuskan manusia untuk melakukan interaksi tukar-menukar dengan manusia lain agar dapat terpenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak dapat dipenuhi sendiri.

Kegiatan tukar-menukar ini berkembang mulai dari bentuk barter hingga dewasa ini berkembang menjadi yang lebih modern, yakni pasar. Barter merupakan kegiatan tukar menukar tanpa menggunakan alat perantara seperti uang¹. Sementara itu, definisi pasar yang ditulis oleh Septiani adalah tempat di mana penjual dan pembeli

¹ Tim Wikipedia, "Barter," diakses November 24, 2022, <https://id.wikipedia.org/wiki/Barter>.

dapat bertemu untuk melakukan transaksi yang melibatkan barang atau jasa². Pasar itu sendiri terdiri dari berbagai jenis pasar yang berbeda. Menurut transaksi, pasar dibagi menjadi dua jenis: tradisional dan pasar modern³. Pasar tradisional merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli untuk melakukan ekonomis yang berupa jual beli barang atau jasa dan menciptakan hubungan sosial dalam bentuk tawar-menawar barang dengan transaksi secara alami⁴.

Pasar tradisional ialah pasar yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan prekonomian Indonesia dan memiliki keunggulan daya saing alami karena merupakan tempat berlangsungnya roda perekonomian dan jual beli. Pasar adalah suatu mekanisme pertukaran barang dan jasa yang bersifat alami dan telah ada sejak peradaban manusia. Konsep jual beli dalam islam bersifat sukarela jika jual beli ini dilakukan dengan tujuan untuk menghindari larangan jual beli dan ada pihak yang menganggap jual beli itu di paksa⁵, Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Nisa/4 ayat 29-31:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا

² Septiani, “Strategi Pengelola Pasar Tradisional Cik Puan Pekanbaru Menghadapi Keberadaan Supermarket (Analisis Etika Bisnis Islam)” (Skripsi-Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012).

³ Ananda, “Pengertian Pasar:Fungsi Dan Jenis Pasar Di Indonesia,” gramedia blog diakses pada 24 November 2022, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pasar/>.

⁴ Didin Syarifudin, “Pasar Tradisional dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata (Studi tentang Pasar Pagi Monju Kota Bandung),” *Jurnal Manajemen Resort and Leisure* 15 (2018): 23.

⁵ Ling-Ling Fausih, “Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Andi Tadda Kota Palopo)” (Skripsi-Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019).

فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا إِنْ تَجْتَنِبُوا كَبَائِرَ مَا تُنْهَوْنَ عَنْهُ نُكَفِّرْ
عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَنُدْخِلِكُمْ مُدْخَلًا كَرِيمًا⁶

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Siapa yang berbuat demikian dengan cara melanggar aturan dan berbuat zalim kelak Kami masukkan dia ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah. Jika kamu menjauhi dosa-dosa besar di antara dosadosa yang dilarang (mengerjakan)-nya, niscaya Kami menghapus kesalahan-kesalahanmu dan Kami memasukkanmu ke tempat yang mulia (surga)”⁷.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan pasar tradisional dalam bisnis yang bergantung pada persaingan dan memperebutkan konsumen, pemasar harus terlebih dahulu memahami konsumen, karena konsumen adalah pasar sasaran produk. Diterima atau tidaknya suatu produk, tergantung pada produk yang dibeli oleh konsumen. Jika konsumen percaya bahwa produk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, konsumen akan membeli produk itu lagi.

Sedangkan pasar modern adalah bisnis yang menggunakan sistem self-service untuk menjual berbagai barang secara tepat waktu,

⁶ Al-Qur'an 4:29-31.

⁷ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Surakarta:Penerbit Al-Qomari, 2019).

seperti minimarket, supermarket, toko departemen, hypermarket, atau toko makanan⁸. Barang yang dijual di pasar modern juga berkualitas dan unggul, seperti sayur-sayuran yang selalu fresh karena dimasukkan ke dalam pendingin. Secara umum, sejak awal pasar modern telah memikirkan integrasi dan kenyamanan dalam bidang desain, penyediaan ruang parkir, ruang yang nyaman, pemilihan jenis barang, dan pelayanan karyawan yang memanjakan konsumen.

Sudah banyak dijumpai berbagai jenis minimarket atau pasar modern. Berdiri diberbagai wilayah salah satunya di Desa Sendangrejo kecamatan Ngimbang. Suasana minimarket atau pasar modern yang terlihat bersih, rapi, dan nyaman menjadi daya tarik orang untuk berbelanja. Menurunnya perkembangan pasar tradisional dan tumbuhnya pasar modern juga disebabkan oleh meningkatnya taraf hidup dan berubahnya gaya hidup masyarakat. Suasana minimarket atau pasar modern yang bersih, rapi, dan nyaman merupakan daya tarik orang untuk berbelanja. Perkembangan tradisional dan tumbuhnya pasar modern dilakukan oleh meningkatnya taraf hidup dan berubahnya gaya hidup masyarakat. Keinginan akan menjadi pertimbangan masyarakat karena kenyamanan, kebebasan atau jaminan harga murah dan kualitas yang baik. Dengan demikian, tidak mungkin untuk menyangkal bahwa modernisasi pasar telah menjadi

⁸ Flores Cantika dan Arlin Ferlina Mochammad Trenggena, "Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Ditinjau Dari Strategi Bauran Pemasaran di Kota Bandung (Studi Kasus PAda Pasar Palasari Dan Griya Buah Batu)," Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi & Akuntansi) 3 (2019): 86.

beban dan konsekuensi dari cara orang hidup. Persaingan pasar yang kuat ini, dengan persaingan dua generasi antara pasar tradisional dan pasar modern saling beradu kekuatan. Pasar tradisional digantikan oleh pasar modern karena daya beli masyarakat menurun. Selain itu, pasar tradisional dengan kumuh, becek, dan penataan yang telah menjadi amburadul, lambat laun di tinggalkan oleh masyarakat⁹.

Pasar tradisional merupakan salah satu pasar yang terkenal ramai yang terletak di kecamatan Ngimbang. Pemilik lahan pasar tradisional adalah pemerintah Desa Sendangrejo. Pasar tradisional di Sendangrejo memiliki 323 toko yang menjual berbagai macam barang, termasuk sembako dan kebutuhan lainnya. Ada beberapa fasilitas dasar di dekat pasar tradisional Sendangrejo, seperti tempat parkir besar dan toilet umum. Pasar tradisional di Sendangrejo memiliki beberapa fasilitas umum yang dapat digunakan oleh pembeli dan penjual, termasuk toilet dengan empat lokasi dan parkir lahan dengan tiga lokasi¹⁰.

Dengan kehadiran pasar tradisional di Sendangrejo kecamatan Ngimbang, di mana sebagian besar penduduk tinggal, pedagang yang berdagang di pasar tradisional lebih mungkin ditemukan di Sendangrejo Kecamatan ngimbang. Dengan melihat kemerosotan pasar yang berkelanjutan dan peningkatan jumlah pembeli. Masyarakat

⁹ Gifta Alfina Febrina, "Strategi Pengelola Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pasar Modern Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada pasar panjang, bandar lampung)" (Skripsi-universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

¹⁰ Astri Mulyaningsih (Pedagang), Wawancara, Ngimbang 5 Desember, 2022.

yang hanya menggantungkan hidupnya dengan berdagang di pasar tradisional Sendangrejo tersebut untuk dapat mencukupi kehidupan sehari-hari, pastinya pedagang di pasaran tradisional Sendangrejo merasa cemas jika konsumen beralih kepada pasar modern.

Fenomena yang terjadi sekarang adalah bahwa ada banyak konsumen tradisional yang ingin membeli kebutuhan dan barang di pasar modern, sehingga pasar tradisional perlahan-lahan mulai sepi. Ini karena pasar modern lebih aman dan menyenangkan untuk berbelanja daripada pasar tradisional, dan meskipun harga berbeda, secara langsung akan berdampak terhadap pasar tradisional kedepannya. Akibatnya, pengelola yang bertanggung jawab atas pasar tradisional di Sendangrejo harus merancang strategi untuk memastikan bahwa pasar tradisional tidak kalah saing karena adanya minimarket atau pasar modern. Untuk itu pengelola pasar tradisional haruslah mempunyai strategi untuk meningkatkan pasar tradisional, dan pasar tradisional tidak merasa di rugikan dengan menghadapi minimarket.

Alasan penulis memilih lokasi tersebut menjadi tempat penelitian di karenakan pasar tradisional desa Sendangrejo sangat berdekatan dengan minimarket/pasar modern sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelola pasar tradisional desa Sendangrejo dalam menghadapi pesaing minimarket sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengelola Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pesaing Minimarket di Desa

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan keilmuan dan kajian dalam bidang ekonomi syari'ah, terkait dengan strategi pengelola pasar tradisional dalam menghadapi pesaing minimarket di Desa Sendangrejo pada tinjauan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang penelitian khusus yang berhubungan dengan strategi pengelola pasar tradisional dalam menghadapi pesaing minimarket di Desa Sendangrejo pada tinjauan etika bisnis Islam.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengertian dan pemahaman kepada pembaca tentang strategi pengelola pasar tradisional dalam menghadapi pesaing minimarket di Desa Sendangrejo pada tinjauan etika bisnis Islam.

c. Bagi Tempat Usaha

Untuk memberikan masukan kepada pihak yang terkait untuk mempertahankan pasar tradisional dalam menghadapi

pesaing minimarket di Desa Sendangrejo.

F. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi adalah seni untuk individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai sasaran target melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran telah diharapkan¹¹.

2. Pengelola pasar

Pengelola pasar adalah perseorangan atau sebuah organisasi yang berupaya untuk menata serta membina keberadaan pasar yang mencakup kebijakan perencanaan, perizinan, penataan, pemanfaatan, pengembangan, pengawasan, penilaian dan penegakan aturan.

3. Pasar tradisional

Pasar tradisional adalah tempat dimana orang dapat membeli dan menjual barang-barang serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Bangunan ini terdiri dari kios-kios atau toko-toko dan landasan terbuka yang dibuka oleh penjual atau pengelola pasar¹².

4. Pesaing

Pesaing yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual

¹¹ Nanda Akbar Gumilang, "Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, dan Contohnya," diakses pada 4 Desember 2022, <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/amp/>.

¹² Septiani, "Strategi Pengelola Pasar Tradisional Cik Puan Pekanbaru Menghadapi Keberadaan Supermarket (Analisis Etika Bisnis Islam)."

barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan yang dapat di kategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.

5. Minimarket/ pasar modern

Minimarket adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat menggungguli toko atau warung¹³.

6. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar sehubungan dengan produk, layanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku etis. Etika bisnis Islam adalah kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.¹⁴

7. Sistematika Pembahasan

Untuk menyampaikan gambaran mengenai alur dari struktur

¹³ Harisa Abdillah, "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Minimarket Toko Ratna" (Skripsi-Institut Pertanian Bogor, 2014).

¹⁴ Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam," no. set.1 (2013).

penelitian secara sistematis dan logis, maka penulis menyajikan sistematika penulisan yang terdiri dari 6 (enam) bab. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan. Pada bab ini penulis mendeskripsikan tentang konteks penelitian, batasan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah.

Bab II berisi tentang landasan teori. Pada bab ini dideskripsikan tentang landasan teori, kajian pustaka dan kerangka konseptual.

Bab III berisi metode penelitian. Pada bab ini penulis membahas tentang jenis penelitian, subyek penelitian, sumber dan jenis data, teknis pengumpulan data, dan teknis analisis data.

Bab IV berisi hasil penelitian. Pada bab ini penulis mendeskripsikan terkait gambaran umum obyek penelitian di pasar tradisional Desa Sendangrejo yang meliputi sejarah berdirinya pasar tradisional tersebut.

Bab V berisi hasil penelitian. Pada bab ini penulis mendeskripsikan menganalisis data-data yang sudah diperoleh menggunakan teori-teori yang digunakan.

Bab VI berisi penutup. Pada bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan terkait hasil penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian serta memberikan saran-saran berkaitan dengan hasil penelitian yang sifatnya membangun.