

ABSTRAK

Septiani Arista. 2020. *Strategi Pasar Tradisional dalam Peningkatan penjualan Ditinjau dari Ekonomi Islam pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh : Agus Salim HR dan Nasrullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pasar dalam peningkatan penjualan dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pasar tradisional dalam peningkatan penjualan pada Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Jenis penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 16 yaitu 1 dari pengelola pasar dan 15 dari pedagang. Data yang diolah merupakan hasil wawancara dengan pedagang yang ada dipasar Sentral Benteng. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi yang dimana penulis melihat langsung keadaan dilapangan. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat penulis dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Strategi pasar yang diterapkan dalam peningkatan penjualan pada pasar tradisional yang ada di pasar Sentra Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar yakni strategi produk, harga, dan pelayanan. Yang dilakukan dengan cara mempengaruhi konsumen melalui kontak langsung dengan konsumen atau biasa dikatakan dengan jual beli yang hendak membeli produk atau barangnya. Dan sebagian pedagang belum menerapkan strategi pasar yang sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci : Strategi Pasar, Penjualan, dan Kabupaten Kepulauan Selayar

ABSTRACT

Septiani Arista. 2020. Traditional Market Strategy in Increasing Sales Viewed from Islamic Economics at the Benteng Central Market, Selayar Islands Regency. Thesis. Department of Islamic Economics. Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Agus Salim HR and Nasrullah.

This research aims to find out market strategies in increasing sales and to find out the Islamic economy's review of traditional market strategies in increasing sales at Sentral Benteng, Selayar Islands Regency. The type of research used is Qualitative Research Methods. The informants in this research consisted of 16, namely 1 from market managers and 15 from traders. The data processed is the result of interviews with traders at the Sentral Benteng market. The data collection methods used in this research are observation, interviews and documentation, where the author directly sees the situation in the field. Based on the results of research obtained by the author at the Benteng Central market, Selayar Islands Regency. The market strategy applied to increase sales at traditional markets in the Sentra Benteng market, Selayar Islands Regency, namely product, price and service strategies. This is done by influencing consumers through direct contact with consumers or what is usually said by buying and selling people who want to buy the product or goods. And some traders have not implemented market strategies that are in accordance with Islamic law.

Keywords: Market, Sales and Regency Strategy for the Selayar Islands