

**STRATEGI PASAR TRADISIONAL DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM PADA
PASAR SENTRAL BENTENG KABUPATEN
KEPULAUAN SELAYAR**

SKRIPSI



**SEPTIANI ARISTA
NIM:105741100720**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**STRATEGI PASAR TRADISIONAL DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM PADA
PASAR SENTRAL BENTENG KABUPATEN
KEPULAUAN SELAYAR**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan oleh:

SEPTIANI ARISTA

NIM:105741100720

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi dan Bisnis Pada Program Studi Ekonomi
Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKSSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-A'raf: 56)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah Rabbil'alamin skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta. Untuk Bapak Muh. Risal yang telah berjuang untuk menyekolahkan anaknya kejenjang yang lebih tinggi, Serta untuk Mama denta siang, pintu surgaku. beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis. dalam memanjatkan doa yang selalu beliau berikan yang tiada henti meminta kepada Tuhan Yang Maha Esa. Terimakasih juga untuk adikku yang selalu memberikan dukungan serta untuk orang-orang baik yang selalu senantiasa membantu dan almamaterku.

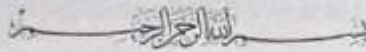
PESAN DAN KESAN

Hanya Karna Prosesmu Lebih Lama Daripada Yang lain, Bukan Berarti Kamu Gagal. Tetap Semangat, Jangan Menunda Sesuatu Yang Kalian Impikan.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Strategi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Ekonomi Islam pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar
Nama Mahasiswa : Septiani Arista
No. Stambuk/ NIM : 105741100720
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M
NIDN: 0911115703

Nasrullah, S.E., M.M
NIDN : 0914049104

Mengetahui,



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M. Si
NBM:651 507

Ketua Program Studi

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM:861013



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Septiani arista, Nim: 105741100720 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0003/SK-Y/60202/091004/2024 M, Tanggal 16 Zulkaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Zulkaidah 1445 H
25 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.ACC (Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :
 1. Dr. Agus Salim HR, S.E., M.M
 2. Agusdiwana Suarni, S.E., M.ACC
 3. Dr. Idham Khalid, S.E., M.M
 4. Sri Wahyuni, S.E., M.E

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt.7 Tel. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septiani Arista
Stambuk : 105741100720
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Strategi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Ekonomi Islam pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

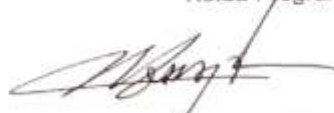
Yang Membuat Pernyataan,


METERAI TEMPEL
10000
07/05/2024/0234049

Septiani Arista
105741100720

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi



Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861013



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septiani Arista
NIM : 105741100720
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Strategi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Penjualan Ditinjau dari
Ekonomi Islam pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,


Septiani Arista
105741100720

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga,

sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulis skripsi yang berjudul “Strategi Pasar Tradisional Ditinjau Dari Ekonomi Islam Pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis bapak Muh. Risal dan Mama Denta Siang yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudara saya Nur Aziza, Rahayu Resia Aprilia, dan Afika senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Agus Salim HR, S.E.,M.M, selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Nasrullah, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam Geosatis 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Sahabat-sahabat saya Ika Arnia dan Karina yang selalu ada saat penulis membutuhkan, selalu memberikan dukungan kepada penulis dan memberikan semangat.
10. Segenap pegawai UPT pasar Sentral Benteng dan para pedagang pasar sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar yang telah bersedia menjadi responden.
11. Kepada seseorang yang telah banyak membantu memberikan semangat, dorongan, motivasi dan dukungannya.
12. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Makassar, 20 Mei 2024

Septiani Arista

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumuan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori.....	8
1. Pengertian Strategi.....	8
2. Konsep Pasar tradisional.....	11
3. Konsep Strategi Pemasaran	20
4. Pengertianj Penjualan dan fakto-faktor yang mempengaruhi.....	24
5. Konsep Ekonomi Islam.....	26
6. Riba dan Gharar	30
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pikir.....	41
BAB III. METODE PENELITIAN.....	42

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Fokus Penelitian	42
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	43
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Informan.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Metode Analisis Data.....	48
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN, PEMBAHASAN.....	50
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	50
B. PENYAJIAN DATA HASIL PENELITIAN	57
C. ANALISIS DAN INTERPRETASI (PEMBAHASAN)	69
BAB V. PENUTUP	71
A. KESIMPULAN.....	71
B. SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan.....	41
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	37
Gambar 2.2 Pasar Sentral Benteng kabupaten Kepulauan Selayar.....	48
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	76
Lampiran 2	77
Lampiran 3	129
Lampiran 4	134



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi adalah suatu perencanaan untuk mencapai tujuan, dan dalam konteks pemasaran, strategi pemasaran menilai seberapa efektifnya upaya untuk mencapai keuntungan yang berkelanjutan. Strategi yang efektif memberikan pandangan yang terstruktur dan jelas mengenai langkah-langkah yang perlu diambil untuk memanfaatkan peluang dan mencapai setiap target pasar atau konsumen.

Penciptaan lapangan kerja juga terjadi di pasar, yang sudah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Beberapa orang bahkan menggantungkan mata pencaharian mereka pada aktivitas di pasar. Oleh karena itu, keberadaan pasar memiliki peran yang sangat vital dalam kehidupan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan. Dalam konteks kegiatan sehari-hari, pasar diartikan sebagai tempat pertemuan antara pembeli dan penjual. Namun, dalam konteks ekonomi, pasar lebih ditekankan pada kegiatan jual beli. Lebih dari itu, pasar juga berperan sebagai penunjang peningkatan pendapatan daerah. Dengan demikian, baik pasar tradisional maupun pasar modern memiliki peran yang sangat dibutuhkan dalam lingkungan masyarakat.

Pasar tradisional umumnya terdiri dari kios-kios, gerai, los, dan area terbuka yang dioperasikan oleh penjual atau pengelola pasar. Produk yang banyak dijual meliputi kebutuhan sehari-hari seperti ikan, buah, sayur-

sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Selain itu, ada pedagang yang menawarkan kue-kue dan berbagai barang lainnya. Penting untuk menjaga keberlanjutan pasar tradisional karena pasar ini mencerminkan ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, dan merupakan tempat berdagang bagi pedagang skala kecil hingga menengah. Pasar tradisional juga berfungsi sebagai tempat yang dibutuhkan oleh petani, peternak, atau produsen lain sebagai penyedia barang.

Pasar dalam konteks Islam adalah pasar di mana diterapkan nilai-nilai Islam, seperti prinsip jual beli yang sah menurut syariah. Hal ini melibatkan elemen-elemen seperti akad, orang yang terlibat dalam transaksi, barang yang diperdagangkan (*ma'kud alaih*), dan nilai tukar sebagai ganti barang. Subjek transaksi harus memenuhi syarat, yaitu berakal (baligh dan dewasa), tanpa paksaan, dan mampu membuat keputusan (*mumayyiz*). Barang yang diperdagangkan harus halal, bermanfaat menurut syariah, bukan hasil penipuan, dan menjadi milik pemiliknya. Di dalam pasar Islam, terdapat larangan terhadap praktik riba, gharar (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), dan hal-hal lain yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

Hakikat Ekonomi Islam merupakan perubahan bentuk dari nilai-nilai Islam yang mengajarkan tentang isu-isu ekonomi dalam kehidupan manusia. Penggunaan kata "Islam" setelah kata "ekonomi" dalam istilah ekonomi Islam berperan sebagai penanda adanya prinsip-prinsip Islam yang terlibat dalam aktivitas ekonomi. Dalam bahasa Arab, istilah ekonomi disebut *al-iqtisad*, yang artinya kesederhanaan dan kehematan. Dari konsep *al-iqtisad*,

berkembang menjadi istilah ilmu *'iqtisad*, yang merujuk pada ilmu yang membahas aspek-aspek ekonomi.

Sistem ekonomi Islam adalah suatu sistem yang berorientasi pada rahmatan lil alamin. Dalam ekonomi Islam, tujuan bisnis tidak hanya mencari keuntungan materi, melainkan juga harus mampu memberikan manfaat dan keuntungan nonmateri, baik bagi pelaku bisnis maupun lingkungan yang lebih luas. Hal ini mencakup penciptaan suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan aspek-aspek lainnya. Sebagai contoh, dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Bazzar dan Hakim, ditegaskan bahwa tujuan bisnis tidak hanya tentang mencari profit, tetapi juga tentang memberikan manfaat dan kebaikan kepada orang lain serta lingkungan sekitar.

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya :

“Wahai Rasulullah, mata pencaharian (kasb) apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).” (HR. Ahmad 4: 141, hasan lighoirihi)

Kasb yang dimaksud dalam hadits di atas adalah usaha atau pekerjaan mencari rizki. Asy Syaibani mengatakan bahwa *kasb* adalah mencari harta dengan menempuh sebab yang halal. Sedangkan *kasb thoyyib*, maksudnya adalah usaha yang berkah atau halal. Jual beli juga termasuk usaha yang dianjurkan dalam hadist tersebut asalkan jual beli tersebut mabrur (berkah).

Dari hadis tersebut, kita dapat mengambil pelajaran penting bahwa para sahabat tidak menanyakan pekerjaan yang menghasilkan paling banyak, melainkan yang paling diberkahi. Oleh karena itu, tujuan dalam mencari rezeki seharusnya adalah mencari yang paling diberkahi, bukan hanya yang menghasilkan paling banyak. Karena keberkahan tidak selalu terkait dengan jumlah penghasilan yang besar.

Selayar adalah sebuah daerah kepulauan yang berada di tingkat kabupaten dan berada di Provinsi Sulawesi Selatan. Sebagai sebuah kabupaten yang menaungi 122.055 jiwa penduduk, pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar juga melakukan pembangunan. Pembangunan dalam hal ini khusus ditunjukkan pada pembangunan untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional.

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar terus berupaya untuk menghidupkan pasar tradisional agar tidak tergeser oleh pasar modern yang kian merata di berbagai daerah, sehingga eksistensi pasar tradisional dan minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional terus meningkat. Sehingga kesejahteraan masyarakat kecil yang pendapatannya tergantung pada eksistensi pasar tradisional dapat dipertahankan. Dari beberapa pasar di Kabupaten Kepulauan Selayar salah satunya pasar Sentral Benteng telah direhabilitasi oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Kabupaten Kepulauan Selayar setelah terjadinya kebakaran. Pasar Sentral Benteng mengalami kemajuan setelah diadakannya rehabilitasi. Ini membuktikan bahwa Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar

Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar telah berhasil mengelola dan menata kembali pasar Sentral Benteng.

Pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar selalu mendorong para pedagang agar mengembangkan pasar tidak hanya sebagai tempat untuk jual beli tetapi sebagai tempat pariwisata. Dalam Peraturan Daerah (Perda) Pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar Nomor 4 Tahun 2011 tentang retribusi pelayanan pasar menyebutkan bahwa untuk terwujudnya pengelolaan pasar yang efektif maka perlu pemanfaatan potensi sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah khususnya pada sektor retribusi pelayanan pasar. Melalui komunikasi pembangunan pemerintah mensosialisasikan keputusan-keputusan yang telah dibuat para pedagang pasar dan masyarakat luas.

Pasar berfungsi sebagai perantara dalam penyediaan barang dan jasa kepada konsumen, atau dengan kata lain, pasar merupakan tempat untuk melakukan segala aktivitas ekonomi masyarakat. Kelancaran pasar tergantung pada efisiensi distribusi barang dan jasa; jika distribusi berjalan baik, maka pasar akan beroperasi dengan baik. Keterlambatan dalam distribusi dapat menghambat ketersediaan barang dan jasa di pasar, yang pada akhirnya dapat menghambat upaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Banyaknya pertanyaan dari berbagai pihak mengenai eksistensi pasar tradisional di tengah-tengah hadirnya pasar modern yang membuat peneliti tertarik dan ingin mengkaji lebih dalam strategi yang digunakan oleh

Pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar khususnya Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisionalnya melihat lokasi pasar tradisional ini juga sangat strategis dan berdekatan dengan terminal yang menjadi salah satu pusat keramaian dan pusat berkumpulnya masyarakat. penulis memilih judul **“Strategi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Ekonomi Islam Pada Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar”**.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks tersebut, masalah yang diajukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pasar tradisional dalam peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap strategi pasar tradisional dalam peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks tersebut dan rumusan masalah yang diatas, manfaat tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pasar dalam peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pasar tradisional dalam peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi pedagang muslim

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pedagang muslim dan masyarakat umum dalam merancang strategi pemasaran dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi di pasar, sejalan dengan prinsip-prinsip dalam islam. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga memberikan manfaat sebagai sumber bacaan dan referensi bagi akedemisi yang melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta menambah wawasan mengenai Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Strategi

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani yang berarti kepemimpinan dalam ketentraman. Secara etimologis, strategi berasal dari kata majemuk "strategos" yang berarti pasukan dan "aegin" yang berarti pemimpin. Dalam konteks lain, strategi dapat diartikan sebagai pemilihan metode atau teknik yang tepat bagi suatu perusahaan atau perdagangan agar mampu bertahan dan mengembangkan usahanya. Strategi merupakan pusat dan inti dari manajemen strategis.

Menurut *Webster's New World Dictionary*, strategi adalah ilmu yang berfokus pada perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer dalam skala besar. Strategi menjelaskan bagaimana memindahkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum terjadi pertempuran dengan musuh.

Jhon A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai pola dasar yang mengarahkan tujuan yang sedang berjalan dan yang direncanakan, serta mempengaruhi penggunaan sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Sementara Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy* menyatakan bahwa inti dari strategi adalah tentang bertahan hidup di dunia kompetitif, menciptakan persepsi yang positif di benak konsumen, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, spesialisasi dalam suatu area, menguasai satu kata yang mudah diingat, kepemimpinan yang memberikan arah, dan

memahami realitas pasar dengan menjadi pelopor daripada sekadar menjadi yang terbaik.

Strategi dalam konteks manajemen organisasi umumnya, dan manajemen bisnis khususnya, merujuk pada rencana besar yang berorientasi pada masa depan jangka panjang. Rencana ini disusun sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan, dengan tujuan utama optimalisasi pencapaian tujuan dan sasaran yang relevan bagi para pemangku kepentingan.

Dari berbagai definisi strategi tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa unsur penting yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah :

- a. bahwa strategi perusahaan merupakan serangkaian rencana yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b. Dalam merancang strategi, penting untuk mempertimbangkan faktor lingkungan yang memengaruhi perusahaan, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Hal ini memungkinkan penyusunan strategi perusahaan yang efektif.
- c. Selain itu, untuk mencapai tujuan perusahaan, diperlukan pertimbangan dan pemilihan dari berbagai cara yang tersedia.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian rencana yang komprehensif dan terpadu, yang terkait erat dengan lingkungan perusahaan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang kekuatan

dan kelemahan perusahaan, dengan tujuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pengertian Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "pasar" adalah tempat di mana orang berjual beli barang dan jasa. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu dan ingin dan mampu bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tersebut. Semula, istilah "pasar" mengacu pada tempat di mana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang, seperti alun-alun. Namun, dalam ilmu ekonomi, "pasar" tidak selalu berarti tempat di mana transaksi antara penjual dan pembeli terjadi.

Pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual melakukan penawaran dan permintaan untuk semua jenis barang, jasa, atau sumber daya. Pembeli adalah konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan industri membutuhkan tenaga kerja, modal, dan barang baku produksi untuk membuat barang dan jasa. Penjual juga termasuk dalam industri yang menyediakan produk yang diminta oleh pembeli. Pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, pekerja menjual tenaga kerja dan keahliannya, dan pemilik modal membagi keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Semua orang biasanya akan berperan ganda, yaitu sebagai pembeli dan penjual. Dari pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa pasar sekarang ini tidak hanya berupa tempat untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya.

Pasar fisik adalah tempat berkumpulnya sejumlah pedagang yang tetap dan tidak tetap yang terletak di ruangan terbuka, tertutup, sebagian terbuka, atau di bahu jalan. Selanjutnya, para pedagang eceran tersebut menempati gedung-gedung dengan jenis konstruksi yang berbeda: permanen, semi permanen, atau temporer. Tempat di mana masalah kota secara informal atau berinteraksi secara sosial. Pasar juga merupakan tempat di mana orang membeli barang dan jasa.

Pasar dianggap sebagai tempat yang ideal untuk transaksi ekonomi dalam perspektif Islam. Namun, pasar memiliki beberapa kelemahan yang membuatnya tidak memenuhi syarat untuk mencapai tujuan ekonomi Islam. Pasar memiliki beberapa kelemahan secara teoritik dan praktis. Ini termasuk mengabaikan keadilan dan distribusi pendapatan, ketidaksesuaian antara prioritas individu dan sosial antara berbagai kebutuhan, kegagalan pasar yang terjadi terlalu lambat, dan persaingan yang tidak sempurna.

Dalam Islam, nilai-nilai seperti perniagaan yang halal dan baik sangat dihargai, sebagaimana yang dinyatakan dalam Firman Allah, QS. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“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”.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, pasar tradisional dapat didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah. Pasar tradisional juga dapat terdiri dari tempat usaha seperti 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.

Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah petani, nelayan, pengrajin, dan industri rumah tangga (industri rakyat), yang merupakan bagian dari pasar tradisional, menurut menteri perdagangan Republik Indonesia.

Pasar tradisional terdiri dari los, kios atau gerai, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual dan pengelola pasar. Ini adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertransaksi secara langsung. Pasar tradisional sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, seperti ikan, buah, sayur-mayur, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dan lainnya. Mereka juga menjual kue tradisional dan makanan lokal lainnya.

Pada pasar ini, sistem proses transaksi terdiri dari pedagang melayani pembeli yang datang ke tempat mereka dan melakukan tawar menawar untuk mencapai kata sepakat pada harga yang telah disepakati sebelumnya. Agar lebih mudah bagi pembeli untuk mencapai pasar, pasar seperti ini biasanya ditemukan di kawasan permukiman. Pasar tradisional biasanya

memiliki jangka waktu singkat atau tetap dan menawarkan tingkat pelayanan terbatas.

a. Kriteria Pasar Tradisional

Peraturan dalam negeri menetapkan bahwa pasar tradisional memenuhi kriteria berikut:

- 1) Pasar tradisional dimiliki, dibangun, atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- 2) Ada sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Salah satu budaya pasar adalah tawar menawar ini.
- 3) Tempat usaha yang beragam dan menyatu di lokasi yang sama dapat membangun hubungan sosial antara penjual dan pembeli yang lebih dekat. Setiap penjual menjual produk mereka sendiri, meskipun semua berada di lokasi yang sama. item yang berbeda. Selain itu, barang-barang dikelompokkan berdasarkan jenisnya, seperti ikan, sayur-sayuran, buah, bumbu, dan daging.
- 4) Sebagian besar produk dan layanan terdiri dari bahan lokal. Hasil bumi lokal dijual di pasar konvensional ini, meskipun ada beberapa barang yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang lebih jauh, tetapi tidak diimport ke luar pulau atau negara.

b. Macam-macam Pasar

Pasar berdasarkan kategori barang yang diperdagangkan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Pasar Barang Konsumsi

Barang konsumsi memiliki kaitan langsung dengan kebutuhan konsumen. Jika suatu produk konsumsi tidak memenuhi harapan pembeli terhadap barang tersebut, maka reputasi barang tersebut akan terpengaruh dimata konsumen. Jenis barang konsumsi melibatkan kebutuhan sehari-hari, barang belanjaan, barang khusus, dan barang yang tidak dicari.

2. Pasar Barang Industri

Barang industri mengacu pada produk yang tidak langsung dimakan oleh seorang atau sekelompok orang. Sebaliknya, barang tersebut mengalami proses pengelolaan awal oleh perusahaan industri. Dengan demikian, barang industri digunakan oleh organisasi perusahaan didalam tahap produksi barang konsumsi atau barang industri lainnya sebagai bagian dari operasional perusahaan.

Pasar berdasarkan cara perdagangan dapat dikategorikan sebagai berikut:

1) Pasar Modern

Pasar modern adalah jenis pasar di mana barang dagangannya dijual dengan harga yang sudah ditetapkan sehingga tidak ada negosiasi harga. Di pasar ini, pembeli melihat label harga pada barang (biasanya melalui barcode), berada dalam bangunan, dan dapat melakukan transaksi mandiri di

swalayan atau dibantu oleh pramuniaga. Produk yang dijual di pasar ini tidak hanya terbatas pada bahan makanan seperti buah, sayuran, dan daging, tetapi juga meliputi barang-barang yang tahan lama seperti sabun, gula, parfum, dan lainnya.

Pasar modern memiliki lingkungan yang bersih dan teratur, berbeda dengan pasar tradisional yang sering kali kotor. Karena alasan ini, masyarakat cenderung lebih memilih pasar modern untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Contoh dari jenis pasar modern ini termasuk online shop, Indomaret, Hypermart, supermarket, dan minimarket.

2) Pasar Tradisional

Pasar konvensional adalah titik pertemuan antara pedagang dan pembeli yang sering kali melibatkan proses negosiasi harga. Mayoritas pedagang di pasar ini menawarkan kebutuhan sehari-hari seperti produk makanan (seperti ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging), pakaian, barang elektronik, jasa, dan lainnya. Jenis pasar ini masih dapat ditemukan di Kabupaten Kepulauan Selayar dan biasanya berlokasi dekat dengan permukiman atau kawasan permukiman untuk memudahkan akses bagi pembeli.

Kelemahan dari pasar tradisional adalah kondisinya yang sering kali tidak terjaga dengan baik, terlihat kotor, dan kurang tertata rapi. Kondisi ini dapat membuat banyak orang enggan berbelanja di sana meskipun barang yang ditawarkan cukup beragam.

c. Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut beberapa sumber, mekanisme Islam mencakup elemen teologis dan sosiologis. Oleh karena itu, mekanisme pasar Islam adalah sebagai berikut:

- a. Pembentukan harga sangat dipengaruhi oleh faktor penawaran dan permintaan pasar.
- b. Transaksi antara pedagang dan pembeli didasarkan pada prinsip kesepakatan yang saling menyukai.
- c. Dalam pasar yang adil, tidak boleh ada campur tangan dari pihak manapun.
- d. Pedagang diizinkan untuk mendapatkan keuntungan sebagai imbalan atas usaha dan risiko, dengan syarat bahwa laba yang diperoleh tidak berlebihan.
- e. Penting untuk mencegah motivasi untuk mencari keuntungan menjadi hambatan dalam berbuat kebaikan, terutama untuk menghindari perilaku yang melanggar etika atau bersifat zalim.
- f. Tidak diperbolehkan adanya Riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian atau unsur spekulatif) dalam transaksi.
- g. Prinsip permintaan dalam Islam mencakup:
 - 1) Permintaan hanya untuk barang-barang halal dan thoyyiban (baik dan bermanfaat).
 - 2) Tidak adanya permintaan barang untuk tujuan kemewahan dan pemborosan.

- 3) Permintaan untuk kepentingan masyarakat miskin meningkat karena kewajiban zakat, anjuran untuk berinfaq, dan praktik sedekah.

h. Penawaran dalam Islam melibatkan aspek-aspek berikut:

- 1) Produksi barang-barang yang halal dan baik merupakan fokus utama.
- 2) Produksi difokuskan pada pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat.
- 3) Keputusan ekonomi tidak hanya mempertimbangkan cost-benefit di dunia, tetapi juga memperhitungkan akhirat.
- 4) Perlindungan terhadap manusia, sumber daya alam, dan lingkungan merupakan aspek penting.

i. Dalam Islam, elemen-elemen berikut termasuk dalam penawaran:

- 1) Rekayasa permintaan dan penawaran.
- 2) *Ba'i najasy*: produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga yang tinggi, sehingga orang akan terpengaruh.
- 3) *Ihtikar*: mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak beredar di pasar supaya harganya naik.
- 4) *Tadlis* (penipuan), baik kuantitas, kualitas, harga, ataupun waktu penyerahan.
- 5) *Ghaban faa-hisy*: menjual di atas harga pasar.
- 6) *Tallaqi rukban*: pedagang membeli barang penjual sebelum masuk ke pasar.

d. Pedagang Muslim

Pedagang beragama islam sebaiknya mengelola bisnis mereka sesuai dengan pedoman yang terdapat dalam alquran dan hadis. Seseorang yang beriman dengan tingkat keagamaan yang tinggi akan berupaya menjalankan prinsip-prinsip syariat islam. Dengan mengikuti ajaran islam, individu tersebut akan menunjukkan sikap terpuji yang tercermin dalam tindakan dan perilaku bisnisnya. Pedagang muslim berkomitmen untuk memperhatikan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai islam, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi pasar dan menjual produk atau barang sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

Pedagang adalah seseorang yang terlibat dalam kegiatan perdagangan, menjual barang yang bukan hasil produksi mereka sendiri, dengan tujuan memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014). Pedagang adalah individu yang melakukan aktivitas bisnis sebagai pekerjaan sehari-hari.

Dengan kata lain, memberikan peran perantara antara produsen dan konsumen untuk memfasilitasi proses jual-beli barang. Umumnya, kegiatan bisnis melibatkan pembelian barang dengan tujuan untuk dijual kembali. Pedagang bertindak sebagai pelaku bisnis yang tidak memproduksi barang sendiri, melainkan berusaha mendapatkan keuntungan melalui kegiatan perdagangan. Pedagang dapat dikelompokkan menjadi dua kategori:

- 1) Pedagang grosir adalah individu atau entitas bisnis yang membeli produk dalam jumlah besar secara langsung dari penjual, kemudian produsen kembali kepada pengencer.

- 2) Pedagang enceran melibatkan segala kegiatan yang terkait dengan pembelian akhir untuk kegunaan pribadi, tanpa maksud untuk ditransaksikan atau dipergagangkan kembali.

3. Konsep Strategi Pemasaran

Kata strategi berasal dari kata Yunani Strategos atau strategia, yang artinya umum. Dalam konteks militer, strategi merujuk pada cara penggunaan kekuatan perang untuk mengalahkan musuh. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan strategi sebagai ilmu yang menggunakan sumber daya untuk menjalankan kebijakan tertentu. Dalam konteks penjualan dan pemasaran, strategi melibatkan perencanaan dan pelaksanaan yang efektif untuk memaksimalkan penjualan, dengan tujuan mencapai misi perusahaan dalam menguasai pasar. Tujuan strategisnya adalah mempertahankan atau memperoleh posisi yang lebih superior daripada pesaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang disusun oleh pemimpin puncak melalui berbagai alat dan elemen dalam organisasi untuk meraih keunggulan persaingan dan mencapai tujuan yang ditetapkan.

Istilah "pemasaran" berasal dari kata "market" yang mengacu pada pasar. Pasar sendiri adalah tempat dimana produsen dan konsumen melakukan perdagangan atau pertukaran barang. Dalam perspektif Islam, pemasaran diartikan sebagai suatu sistem lengkap kegiatan usaha yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk agar dapat memasuki pasar dan memenuhi tujuan baik konsumen maupun perusahaan.

Pemasaran dalam perspektif Syariah mencakup semua kegiatan yang terkait dengan bisnis, merupakan suatu bentuk nilai tambah yang memungkinkan setiap individu yang terlibat untuk tumbuh dan meraih keuntungan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Proses ini didasarkan pada prinsip kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan ikhlas, yang sesuai dengan etika dalam muamalah atau perdagangan dalam Islam. Pasar dan pemasaran dianggap sebagai dua aspek yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya saling bergantung dan saling memengaruhi. Aktivitas pemasaran selalu mengikuti dan terlibat dalam seluruh kegiatan, sementara semua kegiatan pemasaran bertujuan untuk menentukan atau menciptakan pasar.

Dapat dipahami bahwa strategi pemasaran untuk memasarkan produk kepada konsumen dalam campuran pemasaran adalah:

1. Strategi Produk

Produk adalah suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat dihadirkan dipasar untuk menarik perhatian konsumen serta mendorong mereka untuk membeli produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Strategi produk yang diterapkan melibatkan penggunaan waktu secara efisien dan efektif dengan memperhatikan dua faktor, yaitu ketepatan waktu berwirausaha dan pelayanan yang cepat kepada pembeli. Kedua aspek ini, yaitu saat memulai transaksi dan seberapa cepat pembeli dilayani, berpengaruh pada volume produk yang terjual. Dengan kata lain,

semakin banyak pembeli yang dilayani dengan cepat, semakin besar pula jumlah barang dagang yang dapat terjual.

2. Strategi Harga

Secara sederhana, harga merujuk pada jumlah uang yang dikenakan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Dalam konteks yang lebih menyeluruh, harga mencakup total nilai yang ditukar oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan elemen tunggal dalam bauran pemasaran yang secara langsung menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya hanya mencerminkan aspek-aspek terkait harga.

Dalam dunia perdagangan, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, terutama dalam konteks penawaran harga dan penentuan keuntungan. Menawarkan produk adalah langkah pertama, dengan fokus utama pada ketersediaan barang dan penetapan harga yang bersaing. Penting bahwa barang yang ditawarkan dapat diakses dengan harga yang wajar, yang berarti tidak terlalu mahal, agar dapat memberikan keuntungan bagi penjual tanpa merugikan pembeli. Sebaliknya, pemasar juga harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan merancang strategi perluasan proses untuk meningkatkan volume penjualan.

Abu Yusuf mengatakan bahwa tidak ada ketepatan pasti mengenai murah dan mahal dalam pasar. Bahwa harga yang rendah tidak selalu terkait dengan ketersediaan makanan yang melimpah, begitu pula harga yang tinggi

tidak hanya karena langkanya makanan. Terkadang, jumlah makanan sedikit dapat memiliki harga yang murah. Murah dan mahalnya ditentukan oleh aturan Allah SWT. Sementara itu, menurut Ibnu Taimiyah, harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari beberapa individu yang terlibat dalam pertukaran. Penyebabnya bisa berasal dari penurunan penawaran karena efisiensi dalam produksi, penurunan permintaan untuk barang luar, atau tekanan dari kondisi pasar. Oleh karena itu, disarankan untuk mengambil keuntungan secara wajar dan menetapkan harga yang sejalan dengan kondisi pasar, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

3. Strategi pelayanan

Untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat sebagai pedagang, mereka perlu efektif dalam menjual barang dagangan mereka. Strategi pelayanan yang diterapkan oleh pedagang muslim melibatkan kesabaran, menciptakan kesan positif, dan memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen.

Janah dan Wahyuni (2017) menyoroti bahwa pelayanan mencakup perhatian terhadap konsumen, meskipun bukan merupakan faktor internal dari produk atau jasa. Meskipun demikian, empati terhadap konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan dan kenyamanan dalam proses berbelanja. Oleh karena itu, konsumen cenderung menilai sejauh mana suatu perusahaan layak dan menghormati kebutuhannya.

4. Pengertian Penjualan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Penjualan adalah salah satu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan kelangsungan hidupnya, pertumbuhan, serta mencapai keuntungan yang diinginkan. Fungsi perencanaan penjualan melibatkan penggunaan berbagai teknik, termasuk evaluasi untuk memastikan bahwa teknik yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini melibatkan pengumpulan, pemanfaatan, dan analisis data untuk memastikan bahwa strategi penjualan yang diterapkan dapat memberikan hasil yang diharapkan.

Menganalisis data historis dan mengaplikasikannya pada peristiwa-peristiwa yang akan datang adalah esensi dari perencanaan strategis. Penjualan, sebagai aktivitas untuk memindahkan barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain, melibatkan ilmu dan seni dalam mempengaruhi orang lain untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Ini mencakup bagaimana seorang penjual memengaruhi calon pembeli dengan keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya.

Penjualan merupakan bagian integral dari strategi promosi, yang sendiri merupakan komponen dari program pemasaran secara keseluruhan. Dari pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah upaya individu atau kelompok untuk menawarkan barang atau jasa kepada orang lain melalui berbagai metode dan teknik.

Beberapa faktor yang memengaruhi aktivitas penjualan meliputi

- a. Kondisi dan keterampilan penjualan

Kegiatan jual-beli atau transfer hak kepemilikan komersial melibatkan dua belah pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar mencapai target penjualan yang diharapkan.

b. Kondisi pasar

Pasar, sebagai kumpulan pembeli yang menjadi target bagi para penjual, juga dapat memengaruhi aktivitas penjualan, dengan faktor kondisi pasar yang perlu dipertimbangkan:

- 1) Segmen pembeli atau segmen pasar
- 2) Apakah jenis pasar yang terlibat adalah pasar konsumen, industri, pasar pemerintah, atau pasar internasional
- 3) Kemampuan membeli
- 4) Intervensi pembelian
- 5) Keinginan dan kebutuhan

c. Modal

Menjual barang atau jasa kepada calon pembeli atau pengguna jasa dapat menjadi lebih sulit jika barang tersebut belum pernah digunakan oleh calon pembeli atau jika lokasi penjualan terlalu jauh dari tempat pembelian. Dalam situasi semacam ini, perusahaan harus memperkenalkan produk kepada calon pembeli. Untuk itu, perusahaan mungkin perlu mengalokasikan sejumlah dana atau modal untuk mengatasi tantangan organisasional ini.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Dalam perusahaan besar, masalah penjualan biasanya ditangani oleh departemen penjualan atau oleh para ahli dalam bidang tersebut. Namun, pada perusahaan kecil, masalah penjualan mungkin ditangani oleh individu atau bagian yang berbeda. Ini merupakan keputusan kebijakan dari pimpinan perusahaan dalam mengelola struktur organisasinya.

5. Konsep Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi

Terhambatnya kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya disebabkan oleh keterbatasan sumber daya seperti tanah, tenaga kerja, dan modal, yang harus dimasukkan ke dalam produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas. Dalam usaha produksi, kedudukan produsen dan konsumen memiliki kepentingan yang sama pentingnya, di mana satu pihak bertanggung jawab untuk menghasilkan, sementara pihak lainnya membutuhkan hasil produksi tersebut. Penyampaian barang dan jasa kepada konsumen dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya melalui pasar. Masyarakat datang ke pasar untuk membeli berbagai kebutuhan, transaksi terjadi, dan hal ini menghasilkan perputaran uang. Oleh karena itu, pasar menjadi pendorong ekonomi rakyat.

Menurut Chester A. Bernard, perekonomian dapat dianggap sebagai sistem yang pada dasarnya merupakan organisasi besar, di mana terdapat ikatan antara subjek dan objek atau subjek dengan subjek. Definisi ini menunjukkan bahwa perekonomian dikelola secara terpadu dan bersatu. Pendapat Dumairy, seorang ahli ekonomi, menyatakan bahwa perekonomian adalah suatu bentuk sistem yang berfungsi untuk mengatur dan menjalin

kerjasama di bidang ekonomi melalui hubungan antar manusia dan lembaga. Dumairy juga menambahkan bahwa perekonomian tidak harus berdiri sendiri, tetapi harus didasarkan pada falsafah, ideologi, dan tradisi masyarakat yang berkembang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Edgar F. Huse dan James L. Bowditch menyatakan bahwa perekonomian merupakan suatu sistem atau serangkaian yang memiliki hubungan dan keterkaitan satu sama lain, sehingga terjadi interaksi timbal balik dan berpengaruh terhadap hubungan tersebut. Dari tiga definisi oleh para ahli ekonomi di atas, dapat diidentifikasi bahwa mereka memiliki kesamaan konsep. Semuanya menyatakan bahwa perekonomian adalah suatu sistem yang diterapkan, di mana terdapat saling ketergantungan dan hubungan antarbagian untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Pengertian Ekonomi Islam

Beberapa ahli menggambarkan ekonomi Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan dengan memperhatikan prinsip syariah. Ekonomi umumnya didefinisikan sebagai studi mengenai perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia. Ini adalah penelitian tentang bagaimana seorang Muslim berinteraksi dengan masyarakat Islam yang diatur oleh syariah. Tetapi definisi ini memiliki kelemahan karena dapat menghasilkan konsep yang tidak sesuai dan tidak universal karena mendorong orang untuk membuat keputusan apriori yang harus dianggap benar atau salah.

Definisi yang lebih luas harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu ciri-ciri dari perspektif hidup Islam. Sebagai ilmu sosial, ilmu ekonomi Islam harus memasukkan nilai-nilai syariah. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi dan pengambilan keputusan ekonomi. Keputusan yang dibuat dalam konteks syariah.

Muhammad Abdul Manan menyatakan bahwa "ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam." Oleh karena itu, Manan menyatakan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Menurut M. Umer Chapra, ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya untuk mencapai kebahagiaan manusia melalui pembagian dan pembagian sumber daya yang terbatas dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam. Ini tanpa membatasi kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang seimbang dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.

Dari beberapa definisi ekonomi di atas, yang relatif dapat menjelaskan dan mencakup kriteria definisi yang komprehensif adalah yang diberikan oleh Hasanuzzaman, yang didefinisikan sebagai "pengetahuan dan penerapan perintah dan peraturan syariah, yaitu untuk menghindari ketidakadilan dalam perolehan dan pembagian sumber daya material untuk memberikan kepuasan

manusia, sehingga memungkinkan manusia melaksanakan tanggung jawabnya kepada Tuhan dan masyarakat”.

Pentingnya dari definisi tersebut terletak pada istilah "perolehan" dan "pembagian," di mana kegiatan ekonomi harus dijalankan dengan menghindari ketidakadilan dalam mendapatkan dan membagi sumber daya ekonomi. Prinsip-prinsip dasar yang digunakan untuk menghindari ketidakadilan tersebut adalah syariah, yang mencakup perintah dan peraturan mengenai keberlanjutan suatu kegiatan. Pengertian "memberikan kepuasan terhadap manusia" mencerminkan tujuan ekonomi yang ingin dicapai. Sementara itu, pengertian "memungkinkan manusia melaksanakan tanggung jawabnya terhadap Tuhan dan masyarakat" menunjukkan bahwa tanggung jawab tidak hanya terbatas pada aspek sosial ekonomi, melainkan juga melibatkan peran pemerintah dalam mengatur dan mengelola kegiatan ekonomi, termasuk zakat dan pajak.

Namun, penting untuk digariskan bahwa ilmu ekonomi Islam berbeda dari sistem ekonomi Islam. Ilmuwan ekonomi Islam selalu mengikuti standar metodologi ilmiah. karena selama pengembangannya, dia selalu mempertimbangkan berbagai aspek dan faktor analisis ekonomi.

Dalam hal metodologi ilmiah, ilmu ekonomi Islam tidak berbeda dari ilmu ekonomi umum. Namun, sistem ekonomi Islam berbeda dengan menjadi bagian dari kehidupan seorang muslim. Sistem ekonomi Islam merupakan bagian penting dari sistem nilai Islam dan merupakan bagian penting dari

kehidupan seorang muslim untuk menerapkan ajaran Islam dalam tindakan ekonomi.

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu bidang studi yang berfokus pada melihat, memikirkan, dan akhirnya menyelesaikan masalah ekonomi dengan cara yang sesuai dengan Islam.

Tujuan ekonomi Islam adalah untuk menciptakan keselarasan global. Ini disebabkan fakta bahwa nilai-nilai Islam ditujukan tidak hanya kepada orang-orang yang beragama Islam, tetapi juga kepada semua makhluk di Bumi. Inti dari proses ekonomi Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia dengan menggunakan nilai-nilai Islam untuk mencapai tujuan agama. Tidak hanya ekonomi, sosial, budaya, dan politik negara, ekonomi Islam menjadi rahmat bagi alam semesta.

6. Riba dan Gharar

a) Riba

Riba merupakan ekstra yang diambil sebagai hasil dari suatu utang piutang antara dua pihak atau lebih yang telah disepakati sebelumnya. Secara etimologis, riba didefinisikan sebagai *ziyadah*, yang berarti penambahan yang diminta atas utang pokok. Setiap penambahan yang diambil dari transaksi utang piutang dianggap melanggar prinsip-prinsip Islam. Menurut Ibn Hajar Askalani, riba adalah kelebihan baik itu berupa kelebihan dalam bentuk barang maupun uang, seperti dua rupiah sebagai penukaran dengan satu rupiah.

Riba diharamkan oleh Allah, Sebagaimana firman Allah: QS. Al-

Baqarah(2) 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

Terjemahnya :

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya,” (QS. Al- Baqarah/2:275).

Ayat tersebut menggambarkan situasi orang-orang yang terlibat dalam praktik riba, keadaannya akan seperti orang yang kemasukan syaitan lantaran tekanan penyakit gila. Mereka yang telah diberi peringatan oleh Allah mengenai haramnya riba dan kemudian berhenti dari praktik tersebut, akan mendapatkan pengampunan atas dosa-dosa masa lalu dan urusan mereka akan ditentukan oleh Allah. Namun, bagi mereka yang kembali terlibat dalam riba, akan menjadi penghuni neraka. Oleh karena itu, setelah menerima peringatan untuk meninggalkan riba, umat muslim diwajibkan menjauhinya dalam segala bentuk.

Syafi'i Antonio, secara singkat menjelaskan jenis-jenis riba diatas sebagai berikut:

- 1) Riba *Qardh*, yaitu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berhutang (*muqtaridh*).
- 2) Riba *Jahiliyah*, yaitu hutang dibayar lebih dari pokoknya, karena si peminjam tidak mampu membayar hutangnya pada waktu yang ditetapkan.
- 3) Riba *Fadhli*, yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.
- 4) Riba *Nasi`ah*, adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam *nasi`ah* muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dengan yang diserahkan kemudian.

b) Gharar

Gharar dapat berarti resiko, dan kadangkala merujuk pada ketidakpastian. Ibnu Taimiyah mendeskripsikan bahwa *gharar* merupakan sesuatu yang tidak diketahui. Ibnu Qayyim menegaskan bahwa *gharar* merupakan sesuatu yang berkemungkinan ada atau tiada. *Gharar* merupakan ketidakpastian terhadap barang yang diperdagangkan, sehingga mengakibatkan penipuan.

2. Timbangan dan Kebersihan

1) Timbangan

Untuk mengontrol harta dan memastikan hak-hak individu terjaga, Islam mendorong para pedagang untuk mengatur pengukuran dan penimbangan dengan akurat, sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah: QS. Al-A'raf/7:85.

وَالِي مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ٨٥

Terjemahnya:

dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. "Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman".

2) Kebersihan

Dalam perdagangan, Islam mengajarkan kebersihan di semua aspek kehidupan. Barang yang baik dianggap halal dan baik, yang berarti bersih dan sehat. Semua makanan yang dianggap halal, baik sumbernya maupun halal zatnya, adalah halal. Makanan halal tidak selalu baik, tetapi makanan yang baik tidak selalu halal. Buah-buahan, daging, dan barang lain yang diperoleh dari pencurian, perampokan, dan kejahatan lainnya adalah contoh barang baik tetapi tidak halal. Karena diperoleh dari sumber yang diharamkan agama, makanan tersebut dianggap haram.

B. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris merujuk pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki relevansi dengan sub penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu menjadi acuan dalam penelitian ini, seperti :

Diaul Muhsinat/2019 Dalam penulisannya yang berjudul “Potensi Pasar Tradisioanal Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng di kab. Bulukumba)”. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa pasar tradisional Cekkeng memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi pedagang. Potensi pasar Cekkeng ini mencakup beberapa faktor, pertama-tama, adanya harga yang lebih terjangkau. Kedua, variasi produk yang lebih beragam, waktu dan lokasi yang strategis. Selain itu, faktor lain yang memberikan dukungan melibatkan peran pemerintah daerah, termasuk pengawasan harga, pencegapotensi han penipuan di pasar seperti penyesuaian curang dalam timbangan dan ukuran, serta pencegahan penjualan barang yang cacat dan tindakan-tindakan yang dapat merusak moral. Dengan memaksimalkan potensi di pasar tradisional Cekkeng, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Bulukumba. Hal ini bertujuan untuk mencapai swasembada melalui kegiatan produktif, sehingga dapat mencapai kesejahteraan umat dan mengurangi ketergantungan pada pihak lain.

Irwilda Mahliza, Ali Husein, Tony Gunawan/ 2020, Dalam penulisannya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Online”. Dalam pemasaran

tradisional, sulit bagi pengecer kecil untuk bersaing dengan pesaing besar di pasar karena biaya yang dikeluarkan dan keahlian pembuatan strategi sedangkan dalam kasus pemasaran online, melalui situs web yang tajam Anda dapat menjangkau audiens target dengan lebih luas jangkauan dengan jaminan layanan yang lebih baik. Melalui pemasaran online, dibandingkan dengan aktivitas pemasaran tradisional, setelah setiap pemasar mengoptimalkan isi kata-kata penting, dibandingkan dengan aktivitas pemasaran tradisional, aktivitas pemasaran dapat dilihat dimana saja di dunia dengan biaya terbaik. Cakupan dan cakupan setiap bisnis konsep promosi jauh lebih luas. Istilah pencarian di situs web, maka ini adalah laba atas investasi yang besar, dan biaya marjinal untuk mempertahankan posisi sangat rendah.

Sholikhuddin, 2021, Dalam penulisannya yang berjudul "Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kualitas Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam". Para pedagang dapat berdagang secara stabil di pasar, karena pengunjung yang datang setiap harinya stabil dan pada hari-hari tertentu bisa meningkat. Produk yang diperjual belikan terjamin kualitasnya, ini disebabkan dari dinas perdagangan melakukan pengecekan 2 kali setiap bulan. Ini merupakan keunggulan tersendiri dari pasar, yang diklaim dapat bersaing dengan pasar-pasar yang lebih modern. Serta dampak ekonomi masyarakat pun juga baik dengan adanya pengelolaan potensi pasar.

Yuni Maburri Angraini, 2021, Dalam penulisannya yang berjudul "Kehidupan ekonomi pedagang pasar tradisional paska relokasi dan pembangunan pasar dalam perspektif keadilan ekonomi islam". Pasar

tradisional juga masih mempunyai kesan yang kumuh, dagangan mereka yang siap untuk dimakan juga mempunyai kesan kurang higienis, tepat perbelanjaan yang berkonsep modern yang sekarang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing yang cukup serius bagi pasar tradisional, serta rendahnya kesadaran para pedagang untuk menumbuh kembangkan usahanya menempati tempat dasaran yang sudah ditentukan, masih banyak pasar yang tidak beroperasi secara maksimal, dan juga masih rendahnya kesadaran mereka untuk membayar retribusi dan masih banyak pasar yang kegiatannya hanya dilakukan pada hari-hari tertentu seperti pada hari pasaran.

Fera Silvia, 2023 Dalam penulisannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Perdagangan Perspektif islam dipasar tradisional (Studi kasus Desa Lelang)”. Strategi pemasaran sayur-sayuran di pasar tradisional Desa Lelang, dapat disimpulkan sebagai yaitu dalam strategi produk masih ada yang melakukan penipuan dengan menyembunyikan cacat barang dan mengurangi timbangan. Dalam strategi tempat yaitu beralokasi di dalam/daerah pasar tradisional Desa Lelang . Dalam strategi harga yaitu pedagang ada yang menaikkan harga sayur-sayuran kepada konsumen yang tidak mengetahui harga pasar dan menaikkan harga pada situasi tertentu seperti pada saat musim hajatan dan lebaran. Dalam strategi promosi yaitu ada yang melakukan reklame palsu, pedagang memuji-muji dagangannya secara berlebihan serta menggunakan kata-kata sumpah. Alasan pedagang sayur-sayuran melakukan dugaan penyimpangan yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-

besarnya dan tidak mau menanggung kerugian sayuran yang cacat. Perspektif ekonomi Islam terhadap pemasaran sayur-sayuran di pasar tradisional Desa Lalang yaitu adanya yang sesuai dengan ekonomi Islam dan ada yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Yang sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dalam hal bertindak jujur dan benar, amanah dan murah hati. Sedangkan yang tidak sesuai dengan ekonomi Islam yaitu dalam hal mengurangitimbangan, menyembunyikan cacat barang, sumpah palsu, dan najasy (reklame palsu).

Desi Dwi Wulandari/ 2020 Dalam penulisannya yang berjudul "Analisis strategi pemasaran pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung Ditinjau dari perspektif ekonomi islam". Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka Strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung adalah strategi bauran pemasaran atau marketing mix yang terdiri dari strategi 4P yaitu produk (product), harga (price), tempat atau saluran distribusi (place), serta promosi (promotion). Berdasarkan analisis teori pemasaran islam, strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung tidak bertentangan dengan syariat islam, serta prinsip-prinsip muamalah islam, yang mana produk yang dijual oleh pedagang merupakan produk yang halal serta berkualitas, pengambilan keuntungan kecil serta penetapan harga yang telah disepakati antar pedagang sehingga tidak merusak harga pasar dan merugikan orang lain, menjaga kebersihan serta kerapian tempat berjualan, produk, dan penampilan, serta penerapan strategi promosi yang ramah dan jujur kepada calon pembeli. Selain itu para

pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulung agung telah mengaplikasikan sifat berdagang Rasulullah, yaitu bersifat shiddiq (benar dan jujur), amanah (dapat di percaya), fathanah (cerdas), serta tabligh (komunikatif) dalam kegiatan berdagang sehari-hari.

Salma Fatharani Sani, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana/ 2021, Dalam penulisannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Internal Resources, Sca Dan Swot Dalam Upaya Meningkatkan Posisi Pangsa Pasar (Studi Kasus WandererScarves)". Hasil penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa Wanderer Scarves memiliki 9 buah SCA yang dapat mendukung ispeluang peningkatan penjualan dengan tiga usulan program yang memiliki 6 komponen proses dalam pembuatan programnya.

Idel Waldelmi, Afvan Aquino, Nofrizal, 2019, Dalam penulisannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian jadi di pasar Tradisional cikpuan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah". Dari berbagai sumber permodalan yang di gunakan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas usahanya, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha/ pedagang dalam memperoleh sumber permodalan, diantara kendala yang dihadapi pedagang yakni kendala dalam perolehan modal dari pelanggan, dengan sesama pedagang, koperasi, distributor/ pemasok.

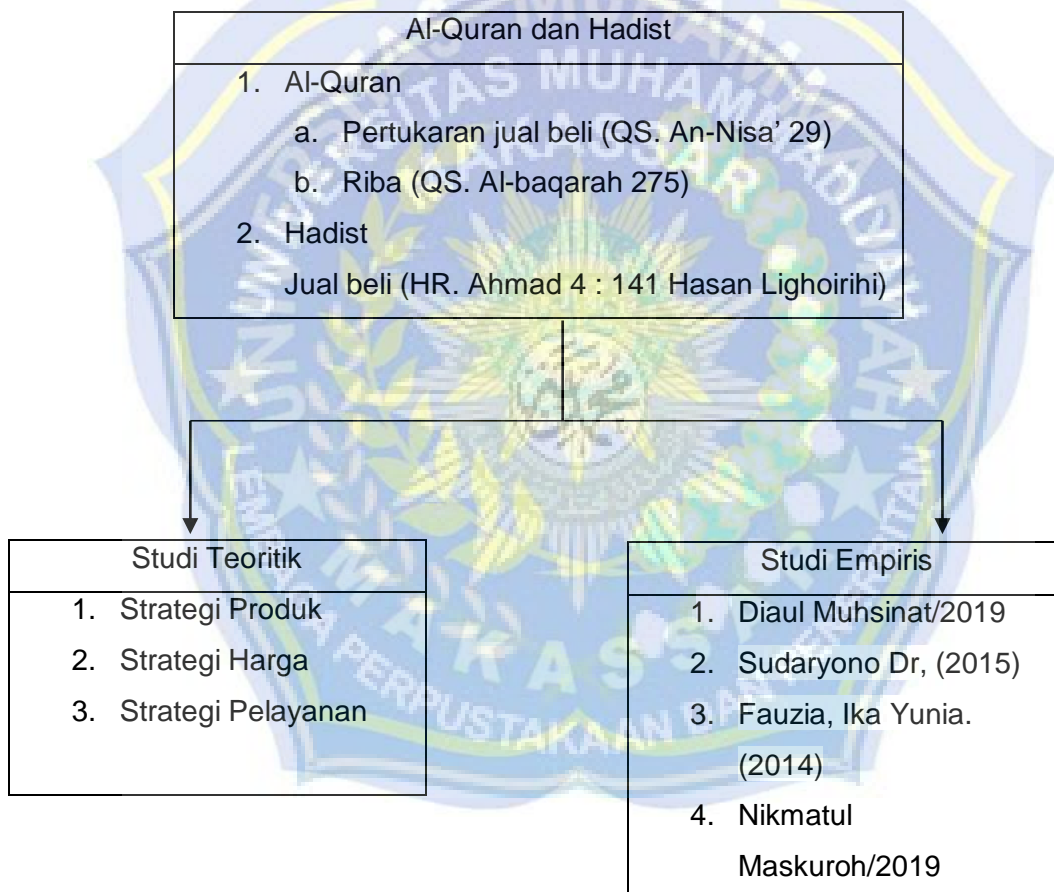
Nikmatul Maskuroh/2019 dalam penelitiannya yang berjudul "Peran pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Islam". Temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa Pasar Yosomulyo Pelangi memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan

perekonomian masyarakat di Yosomulyo, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, melalui pengembangan dalam bidang kreativitas dan keterampilan ekonomi masyarakat. Salah satu hasilnya adalah pengembangan unit usaha seperti wahana permainan, lokasi foto menarik, permainan tradisional, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa Payungi memiliki nilai tambah dalam konteks peningkatan perekonomian, khususnya dalam pasar, dan diharapkan dapat menjadi standar bagi kemunculan pasar-pasar lain yang memiliki potensi serupa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Amin Wahyudi/2022, Dalam Penelitiannya yang berjudul “Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi COVID-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi perekonomian pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo mulai dari penghasilan pedagang, jumlah pembeli/ konsumen, dan jumlah barang yang terjual. Selanjutnya strategi bertahan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional senin barokah abadi Kecamatan Dolopo dengan menggunakan Analisis SOAR dan juga memperhatikan variabel eksistensi agar bisa terus berjalan. Bukan hanya itu, pedagang pedagang pasar tradisional senin barokah abadi di masa pandemi COVID-19 juga menerapkan strategi bertahan pedagang muslim, yakni dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran agama Islam seperti penerapan sifat Siddiq, Amannah, Tabligh dan Fatonah.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting (sugiyono,2017:60). Kerangka berpikir ini dirancang untuk memudahkan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah, dalam hal ini penulis adalah sebagian instrumen kunci. Teknik pengumpulan data hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat ilmiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, dan perbedaannya dengan fenomena lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dalam penelitian kualitatif penulis berusaha untuk mencari tahu, menggambarkan data, dan menjelaskan suatu kejadian atau informasi yang kemudian diidentifikasi dan dievaluasi. Oleh karena itu penulis ingin mengadakan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pasar tradisional ditinjau dari ekonomi Islam pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian menyatakan pokok permasalahan apa yang menjadi pusat perhatian atau tujuan dalam penelitian. Dalam hal ini yang menjadi fokus penelitian adalah bagaimana strategi pasar tradisional dalam peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pasar tradisional dalam

peningkatan penjualan pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

C. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar beralamatkan Jl. Pahlawan No. 47 Kabupaten Kepulauan Selayar tepatnya di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 21 Maret 2024, Dalam jangka waktu penelitian 1 bulan. Hal ini dikarenakan perihal penelitian ini membutuhkan waktu yang relevan terkait dengan objek penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pemahaman terhadap berbagai sumber data penelitian dianggap sebagai elemen yang sangat vital bagi peneliti. Sumber data dapat berupa individu (informan), data statistik dan dokumen. Penulis menggunakan sumber data dalam penelitian ini, yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu subyek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung melalui wawancara dan mendapatkan informasi dari lokasi penelitian, yang melibatkan pedagang dan pembeli dipasar Sentral

Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, Dan pegawai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada sumber informasi atau data tambahan yang dapat melengkapi data primer. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan sumber data sekunder yang berasal dari buku-buku teori referensi, jurnal yang terkait dengan strategi pasar tradisional Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, dan juga mengambil informasi dari skripsi yang relevan dengan judul penelitian.

E. Informan

Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan tentang sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan peneliti dan mampu menyampaikan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian. Informan adalah orang yang dapat memberikan suatu penjelasan yang kaya dengan detail, dan komprehensif menyangkut dengan subjek yang sedang dicari untuk pengumpulan data penelitian.

Informan merujuk kepada individu yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi serta memiliki pengetahuan mendalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, informan yang akan diteliti berjumlah 10 orang dimana diantaranya terdiri dari 1 pengelola pasar dan 9 orang diantaranya pedagang ikan, pedagang ayam, pedagang sembako,

pedagang sayur, pedagang campuran, pedagang emping, pedagang aksesoris, pedagang sepatu/sandal, dan pedagang buah.

Tabel 3.1 Data Informan

No	Nama	Usia	Lama berdagang	Keterangan	Imisial
1.	Muhammad Yasid, SE	48	-	Pengelola Pasar	MY
2.	Rosmawati	35	8 tahun	Pedagang ikan	R
3.	Maryam	34	7 tahun	Pedagang ayam	M
4.	Hasanuddin	34	9 tahun	Pedagang sembako	H
5.	Bongko Daeng	50	5 tahun	Pedagang sayur	BD
6.	Siti Raja	52	15 tahun	Pedagang campuran	SR
7.	Nur Wahidah	37	5 tahun	Pedagang emping	NW
8.	Syahriani	37	7 tahun	Pedagang aksesoris	J
9.	Muh. Tahir	40	12 tahun	Pedagang sepatu/Sandal	MT
10.	H. Abu Patta	39	10 tahun	Pedagang Buah	AP
11.	Ratna Wati	40	5 tahun	Pedagang Kue	RW
12.	Sari Daeng	45	9 tahun	Pedagang Cabe	SD
13.	Andi Rostia	42	7 tahun	Pedagang Bakso	AR
14.	Nani Alang	46	10 tahun	Pedagang Ikan Kering	NA
15.	Mala Intang	47	9 tahun	Pedagang Campuran	MI
16.	Ramla	48	7 tahun	Pedagang Terasi	R
17.	Japar	60	12 tahun	Pedagang Tas Anyam	J

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian adalah metode yang merujuk pada cara untuk menyelidiki pelaksanaan penelitian dilapangan dan mencakup metode serta teknik pengumpulan data, pemilihan sampel, serta teknik analisis data. Dalam konteks penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan data dilingkungan alamiah, dengan penekanan pada observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai sumber utama data primer (Sugiyono,2018:271).

1. Observasi

Observasi merupakan tindakan mengamati secara langsung objek dalam suatu konteks tertentu dengan tujuan memperoleh informasi mengenai fenomena yang tengah berlangsung. Dengan kata lain, observasi dilakukan untuk memahami peristiwa dan kejadian secara langsung, serta mendapatkan tanggapan langsung dari informan sesuai dengan situasi yang sebenarnya dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

2. Wawancara

Wawancara (interview) merupakan dialog antara individu atau kelompok dengan tujuan pertukaran informasi, digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan menyampaikan pertanyaan secara verbal kepada subjek atau informan. Saat melakukan pengumpulan data, peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang akan dilakukan kepada pedagang yang bersangkutan yakni :

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan

No	Informan	Pertanyaan
1.	Pedagang	<p>a. Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?</p> <p>b. Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?</p> <p>c. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawar barang anda dibawah harga standar ?</p> <p>d. Bagaimana cara bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual ?</p> <p>e. Apakah posisi atau letak kios bapak/ibu sudah strategis ?</p> <p>f. Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapak/ibu sejak mulai berdagang di pasar sentral benteng?</p> <p>g. Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?</p> <p>h. Apa manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang?</p> <p>i. Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar sentral benteng kedepannya ?</p>
2.	Pengelola Pasar	<p>a. Bagaimana sejarah di pasar Sental Benteng ?</p> <p>b. Bagaimana kontribusi pasar terhadap perekonomian masyarakat?</p> <p>c. Bagaimana fasilitas di pasar ini?</p>

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan rekaman peristiwa yang telah terjadi, dapat berupa teks, gambar, atau karya monumental yang diciptakan oleh seseorang (sugiyono,2018:289). Teknik dokumentasi, yang juga disebut sebagai teknik dokumen, digunakan sebagai pelengkap metode penelitian, bersanding dengan metode wawancara dan observasi.

G. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan selama proses pengumpulan data dan setelahnya dalam jangka waktu tertentu. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan secara terus-menerus hingga data mencapai tingkat kejenuhan. Kegiatan dalam analisis data dalam penelitian ini mencakup reduksi data, tampilan data, serta penarikan/verifikasi kesimpulan. Analisis data merupakan suatu proses sistematis untuk menemukan dan merangkum data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan laporan, dan dokumentasi, dengan tujuan membuat kesimpulan yang dapat dipahami baik oleh peneliti maupun pihak lain (sugiyono, 2018:293).

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu proses di mana informasi dikecilkan atau disederhanakan, dengan melakukan pemilihan area utama, fokus pada hal 43 yang penting, serta menemukan topik dan tema yang relevan. Dengan demikian, hasil reduksi data memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan informasi lebih lanjut (Sugiyono, 2007: 247).

2) Penyajian Data

Penyajian data adalah rangkaian informasi yang terstruktur, memungkinkan adanya ringkasan dan langkah-langkah tindakan. Proses penyajian data terjadi setelah informasi direduksi untuk digunakan dalam laporan, dan setelah data disusun, langkah berikutnya adalah menampilkan informasinya. Metode penyajian data yang umumnya diterapkan dalam penelitian kualitatif adalah menggunakan teks naratif. (Sugiyono, 2007: 249).

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Kesimpulan

Merupakan hasil dari analisis yang telah dilakukan selama penelitian, di mana esensi dan informasi disajikan sebagai hasil penggalian. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan dapat merujuk pada penemuan baru yang belum diketahui sebelumnya. Hasil temuan dapat menggambarkan atau menjelaskan objek yang awalnya tidak jelas sehingga, setelah dianalisis, objek tersebut menjadi lebih terang dan dapat dipahami. (Sugiyono, 2007: 251).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

1. Sejarah Pasar Sentral Benteng

Provinsi Sulawesi Selatan terdiri dari 3 Kota dan 21 Kabupaten. Khusus di Kabupaten Kepulauan Selayar yang terdiri dari 11 kecamatan dan 7 kelurahan dalam luas 10.503,69 km² dengan jumlah penduduk 122.055 orang menurut sumber data. Jumlah pasar tradisional yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar sebanyak 7 pasar dan tersebar di seluruh kecamatan.

Secara sederhana pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara langsung. Selain itu, pasar juga merupakan ruang publik yang berfungsi sebagai perekat sosial dan proses distribusi informasi antara satu orang dengan orang lain. Yang dimaksud di sini adalah pasar tradisional.

Pasar tradisional memberikan kesempatan bagi sebagian masyarakat terutama dari golongan menengah ke bawah memiliki ruang publik karena didalamnya terdapat interaksi sosial antara pedagang dengan masyarakat sekitar sehingga menjadikan pasar sebagai ruang berbagi informasi bagi individu di dalamnya, misalnya melalui proses tawar-menawar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, dan sebagainya. Selain itu pasar tradisional juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya.

Pasar Sentral Benteng adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng beralamat di Jl. Pahlawan No. 47 Kelurahan Benteng Utara Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Luas Pasar Sentral Benteng sekitar 5000 m². Kepemilikan pasar adalah Pemerintah Daerah (PEMDA) dimana diserahkan pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kabupaten Kepulauan Selayar. Aktivitas berdagang di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar yaitu setiap hari dimulai dari pukul 07.00 sampai dengan 17.00 Wita. Jumlah kios 426, los 324, dan pelataran 72 buah di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, dan ditempati oleh berbagai jenis pedagang yang terdiri dari pedagang bahan pangan, pedagang ikan dan daging, dan pedagang-pedagang lainnya.

Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar resmi digunakan pada tahun 2009. Selain mengenai kapan resmi digunakan, Ibu Ummul Hairri, S.Sos. sebagai Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar menjelaskan bahwa sebelum pasar ini berada di Jl. Pahlawan No. 47, pasar tradisional ini berada di Jl. KH. Khayyung. Perelokasian Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dikarenakan terjadinya kebakaran di Pasar lama.

Gambar 4.1 : Pasar Sentral Benteng Kab. Kepulauan Selayar



2. Visi dan Misi Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

Sejalan dengan berdirinya Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategi organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional.

Dengan hal tersebut, maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi. Adapun visi dan misi Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar adalah sebagai berikut:

a. Visi

Terwujudnya pasar tradisional yang sehat, aman, bersih, nyaman, dan sejahtera.

b. Misi

- 1) Meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kegiatan pemberdayaan pedagang pasar.
- 2) Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta menetapkan pelaksanaan koordinasi atas penyelenggaraan Pemerintah Daerah (Pemda) dalam bidang pengelolaan pasar melalui upaya penghimpunan dana melalui pungutan retribusi pasar guna mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

3. Struktur Organisasi

Salah satu syarat untuk mendukung berhasilnya pengelolaan UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar adalah adanya struktur organisasi yang baik sehingga organisasi yang bersangkutan tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, akan tetapi tangguh melakukan penyusuaian dan perubahan yang diperlukan sehingga organisasi semakin meningkat efektifitas dan produktifasnya disertai pembagian tugas dan tanggung jawab kepada masing-masing karyawan perusahaan merupakan pendorong bagi penerapan prinsip integrasi, koordinasi dalam pengelolaan organisasi.

Struktur organisasi UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar berbentuk organisasi line (garis) yang mana hubungan antra bagian yang lainnya masing-masing mempunyai wewenang dan tanggung jawab

untuk melaksanakan tujuan organisasi yang bertujuan untuk mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Struktur organisasi UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar terdiri dari :

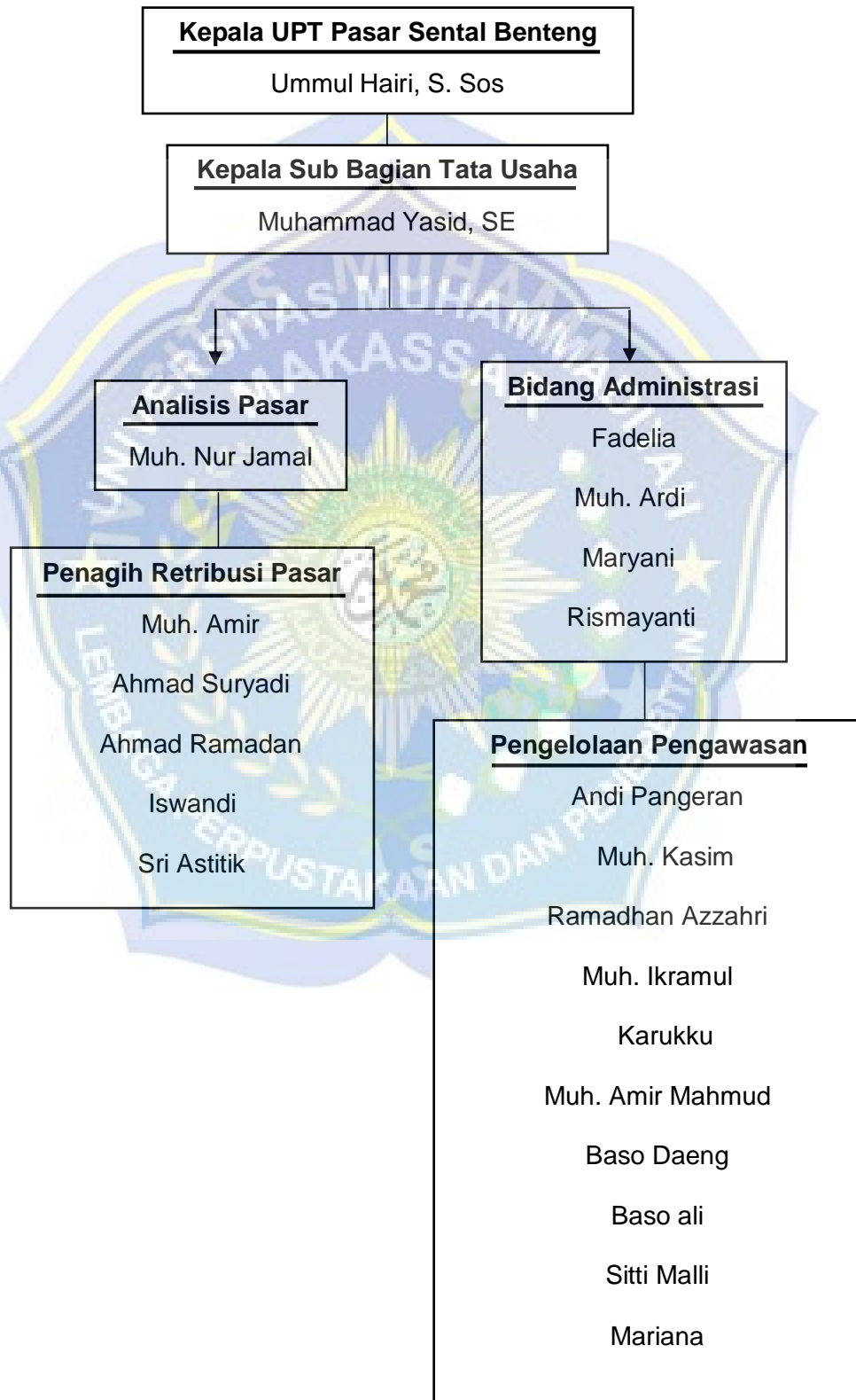
1. Kepala UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar
2. Kepala Sub Bagian Tata Usaha
3. Analisis Pasar

Untuk lebih jelasnya hubungan antara karyawan dan aktivitas karyawan terhadap seluruh pekerjaan yang dilaksanakan dapat dilihat pada bentuk organisasi yang tersusun seperti pada skema berikut :



Gambar 4.2

Struktur Organisasi UPT Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar



1. Perincian Tugas UPT. Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar
 - a. Kepala UPT. Pasar
 - 1) Memantau keadaan pasar di Kabupaten Kepulauan Selayar secara keseluruhan.
 - 2) Memantau hasil pendapatan retribusi pasar.
 - 3) Menyelesaikan masalah-masalah yang ada di pasar yang berkaitan dengan bidang dan wewenangnya.
 - b. Kepala Sub Bagian Tata Usaha
 - 1) Memantau kebersihan Pasar Sentral Benteng
 - 2) Memantau ketertiban dan keamanan Pasar Sentral Benteng
 - c. Penagih Retribusi Pasar
 - 1) Menagih retribusi pasar
 - 2) Menghitung hasil pendapatan retribusi pasar.
 - d. Pengelolaan Pengawasan
 - 1) Mengatur ketertiban pasar
 - 2) Petugas Keamanan
 - 3) Kebersihan Pasar
 - 4) Membersihkan sampah yang ada di pasar
 - 5) Mengamankan keamanan pasar, dan
 - 6) Membantu kepentingan secara umum.

B. PENYAJIAN DATA HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penyajian data penelitian ini yakni secara observasi kemudian melakukan wawancara kepada informan sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi pasar tradisional ditinjau dari ekonomi Islam pada pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar yakni sebagai berikut:

1. Produk

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang menjual barang-barang sembako. Diantaranya beras, telur, gula, minyak goreng, emping, bumbu dapur, bawang, cabai, tomat, sayur-mayur, dan beberapa bahan industri serta daging, ikan, buah-buahan, dan banyak lagi yang lainnya.

Banyaknya produk yang beredar di pasar tradisional Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar Menyebabkan kondisi pasar dapat di kendalikan oleh faktor yang paling mendasar yaitu harga. Padahal jika hanya melihat dari segi harga.

Adapun beberapa strategi yang dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dalam memaksimalkan produk yang di jual belikan yaitu menjaga kualitas barang dagangan (Kebersihan).

Islam mengajarkan kebersihan disegala aspek kehidupan termasuk dalam berdagang, barang dagangan yang baik adalah barang yang halal dan

baik (bersih dan sehat). Makanan yang halal meliputi cara memperolehnya maupun halal dzatnya. Makanan yang baik belum tentu halal, tetapi makanan yang halal pasti baik. Seperti contoh barang baik tetapi tidak halal adalah buah-buahan, daging, dan lain sebagainya yang didapat dari hasil yang dicuri, perampokan dan kejahatan lainnya. Seperti yang di ungkapkan Ibu Siti Raja (52):

“ Lebih bagus belanja di pasar karna di pasar sudah jelas barang dagangannya segar-segar beda dengan yang disupermarket sudah banyak yang tinggal lama dan di berikan pengawet supaya tahan dilihat.”

Salah satu wawancara yang dilakukan peneliti kepada Pedagang Ikan yakni Rosmawati (35) mengatakan alasannya lebih memilih produk ikan untuk dijual, bahwa:

“Saya berjualan ikan karena mencari celah usaha saya memutuskan untuk berdagang ikan dan alhamdulillah menghasilkan, saya berjualan ikan sudah 10 tahun, saya belum pernah mendapatkan komplain dari pembeli, modal saya berdagang ikan dari Rp. 1.500.000-Rp.2.000.000, jika sudah mencapai hasil yang dikeluarkan maka saya akan mengurangi harganya, saya membeli ikan dari orang lain untuk dijual kembali. Saya tidak pernah dengar kalau masalah kecurangan, bahwa ikan yang saya jual kurang segar, dan yang saya dapatkan belum ada tapi bisa menyekolahkan anak.”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar pedagang sudah melakukan strategi pemasaran dalam aspek produk seperti yang seharusnya kemudian masing masing pedagang memiliki alasan tersendiri dalam memilih produk yang akan dipasarkan. Adapun produk yang dijual memiliki harga yang bervariasi.

2. Harga

Pertimbangan mendasar dari konsumen terutama ibu rumah tangga dalam membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari adalah harga. Harga yang lebih rendah akan lebih diminati sebab akan mengurangi biaya kebutuhan sehari-hari sehingga dapat dialihkan kepada kebutuhan lainnya.

Dalam mekanisme pasar Islami pembentukan harga dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan pasar dimana transaksi yang terjadi antara pedagang dan pembeli dilandasi oleh faktor suka sama suka. Di suatu pasar yang adil, tidak boleh ada intervensi harga dari pihak manapun. Di pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar tidak ada intervensi harga. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak H. Abu Patta (39) saat ditanya mengenai penetapan harga. Ia berdagang Buah-buahan selama 10 tahun dipasar tersebut. Ia mengatakan bahwa:

“Kalau Buah-buahan itu menetapkan sendiri sesuai dengan kondisi harga yang dibeli. Biasakan naik turun. Kalau lagi musimnya murah ya kita kasi turun harganya. Kalau belum musimnya ya kita naikan harganya”.

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, Bongko Daeng (50) yang berjualan sayuran selama 5 tahun mengatakan bahwa:

“Cara saya, saya hanya memberi label harga pada barang yang saya promosikan pada potongan dos kecil atau kertas. Ini tergantung dari kondisi petani, kalau dia banyak harga murah. Kalau sedikit harga mahal.”

Sejalan dengan yang dikatakan oleh ibu

Rasulullah sangat tidak setuju dengan penentuan harga, harga adalah hal yang alami dan berjalan apa adanya, pemerintah tidak boleh

melakukancampur tangan dipasar kecuali memang keadaan darurat, misalnya terdapat penimbunan barang, monopoli dan sebagainya. Jika terjadi hal seperti itu maka pemerintah boleh melakukan intervensi terhadap harga-harga dipasar.

Dengan mengambil langsung barang dari pemasok dengan harga yang lebih murah dan tidak ada biaya transportasi yang maka harga dipasar ini akan cenderung lebih rendah. Selain harga yang murah juga masih ada tawar-menawar sebagai ciri dari pasar tradisional Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

Ibu Nur Wahidah (37), Ia mengatakan bahwa:

“Cara saya, saya hanya memberi label harga pada barang yang saya promosikan pada potongan dos kecil atau kertas. Apabila barang yang saya jual tersebut cacat, maka saya akan menurunkan harga. Dari harga aslinya.”

Para pedagang pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar juga menerapkan harga yang sewajarnya atau yang tidak merugikan pedagang serta sesuai standar dan hampir sama dengan pedagang yang lain. Seperti pada pedagang Sepatu/Sandal yang bernama Muh. Tahir (40) beliau mengatakan bahwa:

“Kalau kita mau menjual disini harus kita tau cara menghargai sesama penjual. Saya memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas, saya kasih harga yang wajar jadi kita sama sama penjual tidak pernah iri.”

Sedangkan kisaran harga yang ditawarkan hampir sama dengan pedagang yang lain, meski ada beberapa pedagang yang mengambil kisaran

harga yang lebih tinggi, seperti informan yang selanjutnya kita wawancarai yakni Bapak Hasanuddin (34), seorang pedagang Sembako yang mengatakan bahwa:

“Saya kasih penjelasan dulu mengenai barang daganganku, saya memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas, saya kasih harga yang wajar. kalau tidak mau sabarmu saja bukanpi rezekiku.”

Adapun secara teoritik, penentuan harga bisa didasarkan pada 5 hal, yaitu :

1. Untuk bertahan hidup
2. Memaksimalkan laba
3. Memperbesar market share
4. Mutu produk
5. Adanya pesaing

Sebagaimana yang dicontohkan Rasulullah sebagai pelopor bisnis yang bernilai syariah harga yang ditawarkan tidak boleh melebihi batas wajar karena dalam ketentuan syariat, tidak ada batasan keuntungan yang diperoleh. Boleh saja mengambil keuntungan 10 % atau 20 %, asalkan tidak ada unsur penipuan dalam jual belinya. Adapun jika harus dinaikkan harga, para pedagang mengaku bahwa kenaikan harga sangat signifikan biasanya dikarenakan minimnya barang atau produk. Keadaan ini memungkinkan harus menaikkan harga untuk tetap bisa melanjutkan aktivitas jual-beli. Meskipun keadaan ini, berimbas kepada daya beli konsumen yang terkadang menurun.

Strategi yang dipakai oleh para pedagang haruslah bijaksana dan memperhatikan kondisi pasar serta kemaslahatan bersama. Mengenai praktik

manipulasi harga dan memahalkan harga, memang sebaiknya dihindari karena dapat merugikan masyarakat secara umum.

Islam mengajarkan pentingnya kasih sayang, keadilan, dan kemaslahatan bersama. Pedagang yang mengutamakan prinsip-prinsip ini akan lebih dihargai dalam jangka panjang karena mendukung kestabilan ekonomi dan kesejahteraan bersama. Dalam menghadapi kondisi pasar yang berubah-ubah, penting untuk tetap menjaga integritas dan kejujuran dalam berdagang atau pandangan lain terkait strategi pedagang yang baik menurut prinsip-prinsip Islam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan tentang diskon harga barang, pedagang umumnya memberikan potongan harga yang seimbang karena mereka juga mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dalam berdagang. Para pedagang ini memahami bahwa dalam kegiatan ekonomi, tidak etis untuk menetapkan harga yang berlebihan demi keuntungan pribadi semata. Selain itu, penetapan harga harus dilakukan dengan jujur dan adil, tanpa praktek kecurangan atau eksploitasi terhadap kebutuhan konsumen dengan menetapkan harga yang tidak wajar tinggi.

3. Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan bahwa para pedagang memberikan pelayanan dengan memberikan kesan wajah yang berusaha menghilangkan kesan dari wajah bahwa pembeli akan berfikir seolah-olah dia akan tertipu kalau membeli barang dagangannya. Dalam artian para pedagang di pasar tradisional harus terus menjaga konsistensi

keramahan dan kecepatan dalam melayani konsumen. Karena pelayanan yang berkualitas akan menjadi instrument transaksional dan promosi terbaik sekaligus termurah.

Salah satu wawancara yang dilakukan peneliti terhadap penjual ayam potong yakni Maryam (34) mengatakan bahwa:

“Selain kita ramah, murah senyum kepada pembeli yang paling saya utamakan dalam berdagang kebersihannya sekitaran tempat jualan, saya rasa kalau dengan bersih disekitaran tempat jualan juga bisa menarik pelanggan dan jangan lupa senyum dan juga harus ramah karena pembeli itu rata-rata begitu yang na suka”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa pedagang, selain memberikan tanggapan yang positif kepada konsumen seperti senyum dan keramahan, juga memperhatikan kualitas pelayanan melalui harga dan produk yang baik. Selain itu, pedagang juga sadar akan pentingnya menjaga kebersihan tempat jualannya sebagai upaya untuk menarik minat pembeli.

Sebagaimana yang dikatakan Ibu Maryam (34), peneliti juga mewawancarai informan atas nama Bapak Baso Daeng (42) selaku pengelola pengawasan yang mengatakan bahwa:

“Sebaiknya Pasar Tradisional Sentral Benteng memiliki ciri khas tersendiri yang bisa membuat masyarakat tertarik berbelanja di Pasar Tradisional Sentral Benteng. Misalnya proses perdagangan di Pasar Sentral Benteng yang aman dan bersih”.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti menyarankan bahwa selain menjaga kebersihan di area pelayanan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, pedagang juga disarankan untuk melakukan perdagangan dengan amanah kepada pembeli. Misalnya, pedagang

diharapkan memberikan pelayanan optimal seperti ramah dan senyum, bertanggung jawab terhadap pembeli jika terdapat barang dagangan cacat atau rusak dengan menggantinya dengan barang baru dan berkualitas sehingga pembeli merasa puas dan memiliki kepercayaan yang baik terhadap para pedagang.

C. ANALISIS DAN INTERPRETASI (PEMBAHASAN)

Dari hasil analisis penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa Strategi Pasar Tradisional Ditinjau dari Ekonomi Islam di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dapat berjalan dengan efektif. Ini didasarkan pada observasi dan wawancara dengan pedagang, yang menggambarkan bahwa strategi pasar yang baik dapat memberikan pandangan yang terstruktur tentang langkah-langkah yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang dan mencapai target pasar atau konsumen tertentu.

Strategi pasar adalah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan atau pasar untuk menggunakan sumber daya dengan maksimal guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks ekonomi Islam, strategi pasar mengacu pada konsep atau rencana yang membantu kesuksesan pasar dengan memperhatikan nilai-nilai yang mengedepankan kepentingan bersama.

Strategi pasar tradisional di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, dalam perspektif ekonomi Islam, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Produk

Produk adalah suatu entitas yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen, dan dapat diperkenalkan ke pasar untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Strategi produk ini melibatkan penggunaan waktu secara efisien dan efektif dengan memperhatikan dua faktor utama, yaitu ketepatan wirausaha dan pelayanan cepat kepada pembeli. Kedua aspek ini memainkan peran penting dalam penjualan produk, di mana waktu yang tepat dalam memulai transaksi dan kecepatan dalam melayani pembeli dapat memengaruhi jumlah produk yang terjual. Dengan kata lain, semakin banyak pembeli yang dapat dilayani dengan cepat, semakin besar pula kemungkinan penjualan produk. Di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, produk yang dijual umumnya berupa barang-barang yang dibutuhkan sehari-hari seperti makanan, minuman, pakaian, bumbu masak, sayuran, buah-buahan, dan perabot rumah tangga. Produk-produk ini memiliki variasi kualitas, ada yang standar dan ada pula yang berkualitas rendah. Pedagang di pasar tersebut juga cenderung mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang berkualitas biasa, sehingga mereka sering memberikan bonus atau potongan harga kepada pembeli sebagai upaya untuk menarik minat dan memperluas pasar.

b. Harga

Lingkungan perdagangan, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan penawaran harga dan pengambilan keuntungan. Salah satu hal yang sangat penting adalah menawarkan barang dengan harga yang wajar. Ini berarti bahwa harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi sehingga memberikan keuntungan besar bagi pedagang namun merugikan pembeli, dan sebaliknya. Selain itu, pemasar juga perlu memperhatikan kesesuaian produk dengan pasar dan mengembangkan strategi perluasan produk untuk meningkatkan penjualan. Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dikenal dengan kebijakan harga yang cukup terjangkau, sesuai dengan daya beli konsumen dan tidak merugikan pedagang. Dalam strategi pedagang di Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, kemampuan finansial pedagang dan pembeli menjadi prioritas utama dalam menetapkan harga. Pedagang menentukan harga berdasarkan kondisi pasar saat itu, biaya produksi seperti biaya operasional dan upah, serta biaya sewa tempat sebagai dasar utama. Selain itu, faktor lain seperti target keuntungan juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan harga barang dagangan mereka.

c. Pelayanan

Agar dapat memenuhi permintaan yang terus meningkat, pedagang perlu menjual dagangannya sebanyak mungkin. Strategi pelayanan

yang dijalankan oleh pedagang Muslim termasuk melayani dengan kesabaran, keramahan, senyuman, pelayanan yang cepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, memberikan kesan yang positif, dan membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan wawancara dengan salah satu pedagang di Pasar Sentra Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, ditemukan bahwa konsumen memiliki sifat yang beragam. Oleh karena itu, dalam melayani konsumen, pedagang harus bersikap sabar, ramah, senyum, memberikan pelayanan yang cepat sesuai kebutuhan, memberikan kesan yang baik, dan menciptakan lingkungan berbelanja yang nyaman bagi konsumen. Pedagang juga menekankan bahwa kebersihan merupakan faktor yang sangat memengaruhi minat konsumen untuk berkunjung ke tempat mereka. Selain itu, dalam pelaksanaan strategi pemasaran, terutama dalam desain dan tata letak kios atau lods, masih ada kekurangan yang perlu diperhatikan. Sebagian pedagang di Pasar Sentra Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar masih menggunakan lapak sederhana atau hanya membuka lapak dengan alas yang sederhana karena alasan biaya sewa yang tinggi. Hal ini membuat tata letak pasar terlihat kurang tertata dengan baik dan kurang nyaman bagi pengunjung karena terkesan berantakan.

Nikmatul Maskuroh/2019 dalam penelitiannya yang berjudul "Peran pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Islam". Temuan dari penelitian ini

menyatakan bahwa Pasar Yosomulyo Pelangi memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Yosomulyo, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, melalui pengembangan dalam bidang kreativitas dan keterampilan ekonomi masyarakat. Salah satu hasilnya adalah pengembangan unit usaha seperti wahana permainan, lokasi foto menarik, permainan tradisional, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa Payungi memiliki nilai tambah dalam konteks peningkatan perekonomian, khususnya dalam pasar, dan diharapkan dapat menjadi standar bagi kemunculan pasar-pasar lain yang memiliki potensi serupa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Persamaan skripsi antara yang penulis teliti dengan peneliti terdahulu sama-sama membahas tentang pasar tradisional. Adapun perbedaannya yaitu peneliti terdahulu lebih berfokus dalam peningkatan perekonomian masyarakat, sedangkan yang penulis teliti lebih berfokus pada strategi pasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di pasar Sentra Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar tentang strategi pasar pedagang pasar tradisional dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pasar yang diterapkan dalam peningkatan penjualan oleh pedagang pasar tradisional yang ada di pasar Sentra Benteng yakni strategi produk, harga, dan pelayanan dilakukan dengan cara mempengaruhi konsumen melalui kontak langsung dengan konsumen atau biasa dikatakan dengan jual beli yang hendak membeli produk atau barangnya.
2. Ditinjau dari strategi pasar syariah atau berdasarkan ekonomi islam, strategi pasar yang digunakan ada beberapa yakni:
 - a. Strategi produk, yaitu strategi yang dilakukan dengan cara menjual barang yang memenuhi aspek kehalalan atau boleh diperdagangkan dalam artian menjual barang yang memilki kualitas yang baik.
 - b. Strategi harga, yaitu strategi dengan berusaha memberikan harga yang sewajarnya atau berusaha memberikan harga yang tidak merugikan konsumen.
 - c. Strategi pelayanan, yaitu strategi dengan berusaha menunjukkan kesopanan terhadap pelanggan atau menunjukkan keramahan ketika ada seorang pembeli yang hendak membeli barangnya.

B. Saran

Beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat sebagai masukan, yaitu:

1. Kepada kepala pasar serta para staff yang memiliki amanah di pasar agar sekiranya menerapkan kedisiplinan, memperhatikan kebersihan.
2. Kepada para pedagang agar sekiranya lebih memperhatikan lagi cara bertransaksi/berakad yang di ajarkan dalam ajaran Islam sehingga selain mendapatkan keuntungan di dunia juga mendapatkan keuntungan di akhirat kelak.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar lebih memperhatikan prinsip tidak mendzalimi dan tidak didzalimi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional agar kedua belah pihak baik pedagang maupun pembeli sama-sama beruntung, tidak ada yang namanya keuntungan pribadi atau keuntungan sepihak yang dapat merugikan konsumen jika hal tersebut dilakukan secara terus-menerus.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

As-Sunnah

Al-Hadis

Abdussamad, Z. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif.

Arwani, A. (2022). STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Khulash: Islamic Studies Journal*, 4(1), 45-54.

Azizah, N. (2021). *Strategi Pemasaran Jual Beli Pakaian di Pasar Tradisional Desa Sanglar Kecamatan Reteh Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, STAI Auliaurasyidin Tembilahan).

Aini, D. N., & Fauzi, H. M. (2019). Analisis kebijakan dan strategi pengembangan pasar tradisional di Kabupaten Situbondo. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 142-157.

Azky, A. (2021). *Strategi bertahan pedagang pasar tradisional di masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus di Desa Jejeg, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).

Djayusman, R. R., Nugraha, A. L., & Umam, K. (2018). Analisi Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Islamic Economics Journal*, 4(2), 181-202.

Fauzia, Ika Yunia. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Kencana.

Kertajaya, H. (2006). *Marketing plus 2000/SC siasat memenangkan persaingan global*. Gramedia Pustaka Utama.

Mandalika Kelurahan Bertais Kecamatan Sandubaya (Doctoral dissertation, UIN Mataram Hulaimi, A. (2020). *Potensi pasar tradisional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat: studi di pasar*).

Maskuroh, Nikmatul (2019) Peran pasar tradisional dalam peningkatan perekonomian masyarakat menurut perspektif ekonomi islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro). Undergraduate thesis, IAIN Metro.

Mainingsih, S. (2023). ANALISIS REVITALISASI PASAR TRADISIONAL PADA PASAR BATUMARTA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(01), 1-11.

Nurul, U., & Teguh, T. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Keguruan Dan Pendidikan*. Erlangga. Malang.

- Rozalinda, D., Ag, M., & Islam, E. (2015). Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach). Deepublish.
- Yulianti, D., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65-76.
- Sani, S. F. S. (2021). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Internal RESOURCES, SCA DAN SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Posisi Pangsa Pasar (Studi Kasus Wanderer Scarves). *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 56-74.
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Sholikhuddin, S. (2021). *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Kualitas Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Islam (Studi di Pasar LEGI Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Silvia, F., Nasution, L. F., Harahap, S. W., & Nasution, J. (2023). Strategi Pemasaran Perdagangan Perspektif Islam Di Pasar Tradisional:(Studi Kasus Desa Lalang). *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 2(2), 299-310.
- Sudarto, A. (2021). Dampak Riba Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Pasar; Studi Pedagang Pasar Semuli Raya Lampung Utara. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 72-83.
- Sudaryono Dr, (2015). Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus. *Penerbit Andi Yogyakarta*.
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). Syariah marketing. Mizan Pustaka.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung, Alfabeta.
- Sutrisnawati, N. K., Purwahita, A. R. M., Saskara, I. K., Putri, A. S. A. S., & Wardhana, P. B. W. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 37-46.
- Waldelmi, I., Aquino, A., & Nofrizal, N. (2019). Analisis Permodalan Pedagang Pasar Syariah. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(1), 71-78.
- Wahdania, H., & HR, A. S. (2020). Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Cekkeng di Kab. Bulukumba). *Jurnal Ar-Ribh*, 3(1).

Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53-65.



BIOGRAFI PENULIS



Septiani Arista, panggilan Septi lahir di Selayar pada tanggal 25 September 2001 dari pasangan suami istri Bapak Muh. Risal dan Ibu Denta Siang. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Maccini Raya (Kemauan III) No. 14 a Kota Makassar.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu MI Dallemambua lulus tahun 2014, SMP Negeri 1 Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar lulus tahun 2017, SMK Negeri 1 Selayar lulus tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam. Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Penelitian

Wawancara Dengan Para Pedagang Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

No	Pertanyaan
1.	Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?
2.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?
3.	Bagaimana cara bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawar barang anda dibawah harga standar ?
4.	Bagaimana cara bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual ?
5.	Apakah posisi atau letak kios bapak/ibu sudah strategis ?
6.	Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapak/ibu sejak mulai berdagang di pasar sentral benteng?
7.	Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?
8.	Apa manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang?
9.	Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar sentral benteng kedepannya ?

Wawancara Dengan Pengelola Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

No	Pertanyaan
1.	Bagaimana sejarah di pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?
2.	Bagaimana Kontribusi pasar terhadap perekonomian masyarakat ?
3.	Bagaimana fasilitas di pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

LAMPIRAN 2

CODING WAWANCARA

1. Coding Indikator

- I-A : Saya hanya memberi label harga
- I-B : Memberi potongan harga yang wajar
- I-C : Mempertimbangkan harga agar tidak ada kerugian diantara kami.
- I-D : Memberi penjelasan terlebih dahulu.
- I-E : Karena berdekatan dengan terminal.
- I-F : Sebagian pedagang mengalami kemajuan
- I-G : Menurunkan Harga
- I-H : Berdagang Secara Islami bisa memperoleh keuntungan yang berkah
- I-I : Semoga Pasar ini kedepannya bisa lebih baik lagi
- II-A : Pasar Sentral Benteng adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng beralamat di Jl. Pahlawan No. 47 Kelurahan Benteng Utara Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng Kabupatten kepulauan Selayar resmi digunakan pada tahun 2009. Selain mengenai kapan resmi digunakan, Ibu Ummul Hairi sebagai Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng menjelaskan bahwa sebelum pasar ini berada di Jl. Pahlawan No. 47, pasar tradisional ini berada di Jl. KH. Khayyung. Perelokasian Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dikarenakan terjadinya kebakaran di Pasar lama.
- II-B : Informan mengatakan bahwa umumnya pedagang yang ada di pasar Sentral Benteng berprofesi pedagang, nelayan, peternak.

II-C : Fasilitas yang tersedia adalah kios/gerobak, masjid berdekatan dengan pasar dan lebih mudah pengambilan angkutan umum karena mengarah ke pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.

2. Coding Key Informan

MY : Muhammad Yasid (Pengelola Pasar)
R : Rosmawati (Pedagang Ikan)
M : Maryam (Pedagang Ayam)
H : Hasanuddin (Pedagang Sembako)
BD : Bongko Daeng (Pedagang Sayur)
SR : Siti Raja (Pedagang Campuran)
NW : Nur Wahidah (Pedagang Emping)
S : Syahriani (Pedagang Aksesoris)
MT : Muh. Tahir (Pedagang Sepatu/Sendal)
AP : Abu Patta (Pedagang Buah)
RW : Ratna Wati (Pedagang Kue)
SD : Sari Daeng (Pedagang Cabe)
AR : Andi Rostia (Pedagang Bakso)
NA : Nani Alang (Pedagang Ikan Kering)
MI : Mala Intang (Pedagang Campuran)
R : Ramla (Pedagang Terasi)
J : Japar (Pedagang Tas Anyam)

Wawancara *Key Informan* 1

Nama : Rosmawati

Kode : R

Pekerjaan : Pedagang Ikan

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	strategi yang saya lakukan adalah dengan cara berteriak ketika ada orang lewat.	3	R/I/I/3
I	Adanya Kesepakatan antara penjual dan pembeli.	9	R/I/I/9
I	Biasa saja, asal tidak ada kerugian diantara pembeli dan penjual.	15	R/I/I/15
I	saya jelaskan semua barang dagangan saya semua bahwa kualitasnya bagus.	21	R/I/I/21
I	Sudah strategis, sebab disini banyak yang lewat sehingga jualan saya dilirik.	24	R/I/I/24
I	Saya berjualan ikan karena mencari celah usaha saya memutuskan untuk berdagang ikan dan alhamdulillah menghasilkan, saya berjualan ikan sudah 10 tahun, saya	29	R/I/I/29

	belum pernah mendapatkan komplain dari pembeli		
I	Apabila barang yang saya jual cacat, maka saya akan menurunkan harga.	32	R/I/32
I	Manfaat perdagangan Islami yaitu bisa membuat para pedagang yang ada disini mendapatkan keuntungan yang berkah, karena buat apa untung banyak kalau tidak berkah	36	R/I/36
I	Harapan saya semoga pengelola pasar lebih memperhatikan lagi perkembangan pasar.	40	R/I/40

LAMPIRAN 1

Transkrip Wawancara dengan pedagang

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

R : Strategi yang saya lakukan adalah dengan cara berteriak ketika ada orang lewat (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

R : **Adanya Kesepakatan antara penjual dan pembeli. (I Baris 9)**

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

R : **Biasa saja, asal tidak ada kerugian diantara pembeli dan penjual. (I Baris 21)**

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

R : **Saya jelaskan semua barang dagangan saya semua bahwa kualitasnya bagus. (I Baris 24)**

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

R : **Sudah, sebab disini banyak yang lewat sehingga jualan saya dilirik. (I Baris 29)**

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

R : **Saya berjualan ikan karena mencari celah usaha saya memutuskan untuk berdagang ikan dan alhamdulillah menghasilkan, saya berjualan ikan sudah 10 tahun, saya belum pernah mendapatkan komplain dari pembeli (I Baris 32)**

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

R : **Apabila barang yang saya jual cacat, maka saya akan menurunkan harga. (I Baris 36)**

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

R : Manfaat perdagangan Islami yaitu bisa membuat para pedagang yang ada disini mendapatkan keuntungan yang berkah, karena buat apa untung banyak kalau tidak berkah (IBaris 40)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

R : Harapan saya semoga pengelola pasar lebih memperhatikan lagi perkembangan pasar. (I Baris 40)

Wawancara Key Informan 2

Nama : Maryam

Kode : M

Status : Pedagang Ayam

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Strategi yang saya lakukan adalah dengan memberi harga pada potongan dos kecil atau kertas .	9	M/I/I/9
I	Memberikan harga yang sewajarnya, agar tidak ada kerugian diantara kita.	16	M/I/I/16
I	sabar, yang penting tidak jauh dari harga standar.	18	M/I/I/18

I	Seperti yang dilihat kondisinya semuanya masih segar-segar bahkan saya suruh meraba.	26	M/II/26
I	Sudah strategis, karena tempat saya berdekatan dengan terminal.	30	M/II/30
I	Dari hasil saya berjualan sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari.	32	M/II/32
I	Sebelum barang tersebut terjual, maka saya akan menjelaskan terlebih dahulu kepada pembeli terkait kondisi barang tersebut.	35	M/II/35
I	Masyarakat akan lebih percaya kepada kami para pedagang dan masyarakat juga tidak khawatir dengan adanya kecurangan yang terjadi dalam pasar ini masyarakat dengan pedagang menjalin silaturahmi yang baik dan saling mempercayai.	40	M/II/40
I	Semoga Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar bisa tertata rapi.	45	M/II/45

TRANSKRIP WAWANCARA MARYAM (PEDAGANG AYAM)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

M : Strategi yang saya lakukan adalah dengan memberi harga pada potongan dos kecil atau kertas. (I Baris 9)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan?

M : Memberikan harga yang sewajarnya, agar tidak ada kerugian diantara kita. (i baris 16)

Peneliti : bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar?

M : Sabar, yang penting tidak jauh dari harga standar. (I Baris 18)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual ?

M : Seperti yang dilihat kondisinya semuanya masih segar-segar bahkan saya suruh meraba. (I Baris 26)

Peneliti : Apakah posisi atau letak kios bapak//ibu sudah strategis ?

M : Sudah strategis, karena tempat saya berdekatan dengan terminal. (I Baris 30)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapak/ibu rasakan sejak berdagang di pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

M : Dari hasil saya berjualan sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari. (I Baris 32)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika juka produk yang anda jual cacat ?

M : Sebelum barang tersebut terjual, maka saya akan menjelaskan terlebih dahulu kepada pembeli terkait kondisi barang tersebut. (I Baris 35)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan islam bagi para pedagang ?

M : Masyarakat akan lebih percaya kepada kami para pedagang dan masyarakat juga tidak khawatir dengan adanya kecurangan yang terjadi dalam pasar ini masyarakat dengan pedagang menjalin silaturahmi yang baik dan saling mempercayai. (I Baris 40)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

M : Semoga Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar bisa tertata rapi. (I Baris 45)

Wawancara Key Informan 3

Nama : Hasanuddin

Kode : H

Pekerjaan : Pedagang Sembako

Kode	DataWawancara	Baris	Penulis
I	Mengikuti harga penjual yang ada disampiingnya.	3	H///3
I	tidak pernah melampaui batas	5	H///5
I	Memberi penjelasan kepada pembeli.	8	H///8
I	saya kasih penjelasan dulu mengenai barang daganganku.	12	H///12
I	sudah strategis, karna berdekatan dengan pintu masuk utama.	16	H///16
I	Sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari.	19	H///19
I	Jika barang jualan saya rusak parah, maka barang tersebut tidak akan lagi terjual.	24	H///24
I	perdagangan Islami juga bisa Mensejahterakan para pedagang.	27	H///27

I	semoga pemerintah Kepulauan Selayar bisa lebih memperhatikan lagi pasar Sentral Benteng Kabupaten kepulauan Selayar	kedepannya Kabupaten	35	H/II/35
---	--	-------------------------	----	---------

TRANSKRIP WAWANCARA HASANUDDIN (PEDAGANG SEMBAKO)

Peneliti : : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

H : Mengikuti harga penjual yang ada disampingnya. (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

H : Tidak pernah melampaui batas (I Baris 5)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

H : Memberi penjelasan kepada pembeli. (I Baris 8)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

H : Saya kasih penjelasan dulu mengenai barang daganganku. (I Baris 12)

Peneliti : Apakah posisi atau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

H: Sudah strategis, karna berdekatan dengan pintu masuk utama. (I Baris 16)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

H : Sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari. (I Baris 19)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

H : Jika barang jualan saya rusak parah, maka barang tersebut tidak akan lagi terjual. (I Baris 24)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

H : Perdagangan Islami juga bisa Mensejahterakan para pedagang. (I Baris 27)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

H : semoga kedepannya pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar bisa lebih memperhatikan lagi pasar Sentral Benteng Kabupaten kepulauan Selayar. (I Baris 35)

Wawancara Key Informan 4

Nama : Bongko Daeng

Kode : BD

Pekerjaan : Pedagang sayur

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Mengikuti harga pejual yang lain.	3	BD/I/I/3

I	Tidak pernah melewati harga yang telah ditentukan.	6	BD/I/I/6
I	Memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas, saya kasih harga yang wajar, jadi diantara para penjual tidak ada rasa iri.	10	BD/I/I/10
I	Saya jelaskan bahwa barang daganganku masih bagus dan baru dipetik langsung dari kebun sebelum kepasar untuk menjualnya.	13	BD/I/I/13
I	belum strategis, karena disini merupakan tempat yang baru digunakan, sehingga pengunjung sepi dibagian sini	15	BD/I/I/15
I	sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari dan bisa menyekolahkan anak.	20	BD/I/I/20
I	Memberi pemahaman bahwa barang yang dijual tidak bagus	25	BD/I/I/25
I	Berdagang secara Islami bisa memperoleh keuntungan yang berkah, mendamaikan dan	30	BD/I/I/30

	menentramkan para pedagang, dan dengan perdagangan Islam masyarakat akan lebih tertarik berbelanja dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.		
I	Semoga Pasar Sentral Benteng ini kedepannya bisa lebih baik lagi dan sebaiknya pemerintah turun tangan untuk membenahi pasar ini.	35	BD/II/35

TRANSKRIP WAWANCARA BONGKO DAENG (PEDAGANG SAYUR)

Peneliti : : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

BD : Mengikuti harga pejual yang lain. (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

BD : Tidak pernah melewati harga yang telah ditentukan. (I Baris 6)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

BD : Memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas, saya kasih harga yang wajar, jadi diantara para penjual tidak ada rasa iri. (I Baris 10)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

BD : Saya jelaskan bahwa barang daganganku masih bagus dan baru dipetik langsung dari kebun sebelum kepasar untuk menjualnya. (I Baris 13)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

BD : belum strategis, karena disini merupakan tempat yang baru digunakan, sehingga pengunjung sepi dibagian sini. (I Baris 15)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

BD : sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari dan bisa menyekolahkan anak (I Baris 20)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

BD : Memberi pemahaman bahwa barang yang dijual tidak bagus. (I Baris 25)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

BD : Berdagang secara Islami bisa memperoleh keuntungan yang berkah, mendamaikan dan menentramkan para pedagang, dan dengan perdagangan Islam masyarakat akan lebih tertarik berbelanja dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. (I Baris 30)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

BD : **Semoga Pasar Sentral Benteng ini kedepannya bisa lebih baik lagi dan sebaiknya pemerintah turun tangan untuk membenahi pasar ini. (1 Baris 35)**

Wawancara *Key Informan 5*

Nama : Siti Raja

Kode : SR

Pekerjaan : Pedagang campuran

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Mempertimbangkan harga sebelum terlebih dahulu, sebelum menurunkan harga jual.	5	SR/I/I/5
I	iya, akan tetapi saya tidak akan memberi harga dibawah harga standar.	8	SR/I/I/8
I	sudah strategis, karna tempat saya berjualan berdekatan dengan penjual ikan yang ramai pengunjung.	12	SR/I/I/12

I	Bisa menciptakan lapangan pekerjaan.	15	SR/II/12
I	Mengabungkan barang yang bagus dengan barang yang tidak laku kemarin.	20	SR/II/20
I	Manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.	25	SR/II/25
I	Memperhatikan pasar bahkan sebaliknya pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lain menjadikan pasar Sentral Benteng memiliki ciri khas tersendiri.	30	SR/II/30

TRANSKRIP WAWANCARA SITTI RAJA (PEDAGANG CAMPURAN)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

SR : tidak ada

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

SR : Mempertimbangkan harga sebelum terlebih dahulu sebelum menurunkan harga jual. (1 Baris 5)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

SR : iya, akan tetapi saya tidak akan memberi harga dibawah harga standar. (1 Baris 8)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

SR : tidak ada

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

SR : sudah strategis, karna tempat saya berjualan berdekatan dengan penjual ikan yang ramai pengunjung. (1 Baris 12)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

SR : Bisa menciptakan lapangan pekerjaan. (1 Baris 15)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

SR : Mengabungkan barang yang bagus dengan barang yang tidak laku kemarin.

(I Baris 20)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

SR : Manfaat perdagangan Islami bagi para pedagang dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. **(I Baris 25)**

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

SR : Memperhatikan pasar bahkan sebaliknya pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lain menjadikan pasar Sentral Benteng memiliki ciri khas tersendiri. **(I Baris 30)**

Wawancara *Key Informan* 6

Nama : Nur Wahidah

Kode : NW

Pekerjaan : Pedagang Emping

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Strategi yang digunakan sebagian menggunakan pedagang media online	4	NW/I/4
I	Adanya kesepakatan	6	NW/I/6

I	Tidak akan melayani pelanggan jika menawarkan di bawah harga standar	10	NW/I/I/10
I	Saya tanya bahwa barang dagangan saya bersih bagus	15	NW/I/I/15
I	Sudah strategis, karena berdekatan dengan pintu masuk utama.	19	NW/I/I/19
I	Sudah bisa membuka cabang baru	22	NW/I/I/22
I	Apabila barang yang saya jual tersebut cacat maka saya akan menurunkan harga dari harga aslinya.	26	NW/I/I/26
I	Masyarakat akan lebih tertarik berbelanja di pasar sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar menjalin silaturahmi yang baik antar sesama Pedagang pedagang dengan pengelola pasar dan pedagang dengan pembeli serta mendapatkan	32	NW/I/I/32

	keuntungan baik duniawi maupun akhirat.		
I	Semoga Pasar Sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ini bisa menjadi pasar yang lebih baik lagi kedepannya baik itu dari segi bangunan maupun perdagangan di pasar ini sebaiknya Pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar lebih memperhatikan pasar bahkan sebaiknya Pasar Sentral benteng dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lainnya.	40	NW/I/I/40

TRANSKRIP WAWANCARA NUR WAHIDAH (PEDAGANG EMPING)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

NW : Strategi yang digunakan sebagian menggunakan pedagang media online.

(I Baris 4)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

NW : **Adanya kesepakatan (I Baris 6)**

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

NW : **Tidak akan melayani pelanggan jika menawarkan di bawah harga standar. (I Baris 10)**

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

NW : **Saya tanya bahwa barang dagangan saya bersih bagus. (I Baris 15)**

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

NW : **Sudah strategis, karena berdekatan dengan pintu masuk utama. (I Baris 19)**

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

NW : **Sudah bisa membuka cabang baru. (I Baris 22)**

Peneliti : Apa yangl anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

NW : **Apabila barang yang saya jual tersebut cacat maka saya akan menurunkan harga dari harga aslinya. (I Baris 26)**

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

NW : Masyarakat akan lebih tertarik berbelanja di pasar sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar menjalin silaturahmi yang baik antar sesama Pedagang pedagang dengan pengelola pasar dan pedagang dengan pembeli serta mendapatkan keuntungan baik duniawi maupun akhirat. (I Baris 32)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

NW : Semoga Pasar Sentral benteng Kabupaten Kepu Selayar ini bisa menjadi pasar yang lebih baik lagi kedepannya baik itu dari segi bangunan maupun perdagangan di pasar ini sebaiknya Pemerintah Kabupaten Kepulauan Selayar lebih memperhatikan pasar bahkan sebaiknya Pasar Sentral benteng dijadikan pasar yang berbeda dengan pasar tradisional yang lainnya. (I Baris 40)

Wawancara *Key Informan 7*

Nama : Syahrani

Kode : S

Pekerjaan : Pedagang Aksesories

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Dengan cara berteriak	3	S/I/I/3
I	Tidak melayani	5	S/I/I/5
I	Belum strategis karena sepi pengunjung	8	S/I/I/8
I	Sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari tidak dijual lagi.	13	S/I/I/13

I	Karena dalam perdagangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah.	16	S///16
I	Semoga pasar ini kedepannya bisa lebih baik lagi sebaiknya para pedagang perdagangan dengan mengutamakan untuk mendapatkan berkah biar untung sedikit yang penting berkah daripada untung banyak tapi tidak berkah.	20	S///20
I	Karena dalam perdagangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah.	24	S///24

TRANSKRIP WAWANCARA SYAHRANI (PEDAGANG AKSESORIES)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

S : Dengan cara berteriak. (1 Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

S : Tidak ada

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

S : Tidak melayani. (I Baris 5)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

S : Tidak ada

Peneliti : Apakah posisi atau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

S : Belum strategis, karena sepi pengunjung (I Baris 8)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

S : Sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari tidak dijual lagi. (I Baris 13)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

S : Karena dalam perdagangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang berkah. (I Baris 16)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

S : Semoga pasar ini kedepannya bisa lebih baik lagi sebaiknya para pedagang perdagangan dengan mengutamakan untuk mendapatkan berkah biar untung sedikit yang penting berkah daripada untung banyak tapi tidak berkah. (I Baris 20)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

**S: Karena dalam perdagangan yang Islami akan mendapatkan keuntungan yang
berkah. (1 Baris 24)**

Wawancara Key Informan 8

Nama : Muh. Tahir

Kode : MT

Pekerjaan : Pedagang Sepatu/sandal

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menawarkan Barang yang dijual	3	MT/I/I/3
I	Memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas saya kasih harga yang mau aja jadi di antara para penjual tidak ada rasa iri	6	MT/I/I/6
I	Jika pembeli menawar di bawah harga standar, Saya tidak lagi meladeni pembeli	10	MT/I/I/10
I	Sudah strategis, karena berdekatan dengan pintu masuk.	12	MT/I/I/12

I	Sudah bisa menabung untuk masa tua	15	MT/I/I/15
I	Memberi pemahaman terhadap pelanggan bahwa produk yang dijual kurang bagus	20	MT/I/I/20
I	Berdagang secara Islami bisa memperoleh mendamaikan dan menentramkan para pedagang	25	MT/I/I/25
I	Harapan saya adalah semoga bangunan yang kurang baik segera mendapat perhatian dari kantor pusat agar segera diperbaiki semua semoga kedepannya bisa menghidupkan perdagangan berbasis syariah dan sebaiknya kita rekrut para asosiasi pedagang dan pengelola pasar yang bisa berjalan	35	MT/I/I/35

	sama-sama untuk mewujudkan pasar yang bernuansa Syariah.		
--	--	--	--

TRANSKRIP WAWANCARA MUH. TAHIR (PEDAGANG SEPATU/SENDAL)

Peneliti : : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

MT : Menawarkan Barang yang dijual (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

MT : Memberikan harga kepada pembeli tidak pernah melewati batas saya kasih harga yang mau aja jadi di antara para penjual tidak ada rasa iri (I Baris 6)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

MT : Jika pembeli menawar di bawah harga standar, Saya tidak lagi meladeni pembeli (I Baris 10)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

MT : Tidak ada

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

MT : Sudah strategis, karena berdekatan dengan pintu masuk (I Baris 12)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MT : Sudah bisa menabung untuk masa tua (I Baris 15)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

MT : Memberi pemahaman terhadap pelanggan bahwa produk yang dijual kurang bagus (I Baris 20)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

MT : Berdagang secara Islami bisa memperoleh mendamaikan dan menentramkan para pedagang (I Baris 25)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MT : Harapan saya adalah semoga bangunan yang kurang baik segera mendapat perhatian dari kantor pusat agar segera diperbaiki semua semoga kedepannya bisa menghidupkan perdagangan berbasis syariah dan sebaiknya kita rekrut para asosiasi pedagang dan pengelola pasar yang bisa berjalan sama-sama untuk mewujudkan pasar yang bernuansa Syariah.

Wawancara Key Informan 9

Nama : Abu Patta

Kode : AP

Pekerjaan : Pedagang Buah

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Memberi label harga	3	AP/II/3
I	Jika pembeli tidak mau maka saya hanya bisa sabar	6	AP/II/6
I	Sudah strategis, karena berdekatan di pinggir jalan	10	AP/II/10
I	Sudah bisa menabung untuk berangkat umroh	15	AP/II/15
I	Tetap menjualnya tetapi dengan harga yang rendah	20	AP/II/20
I	Menciptakan ketentraman bagi para pedagang	24	AP/II/24
I	Semoga pasar ini kedepannya bisa lebih baik lagi sebaiknya penataan tempat lebih ditakdirkan lagi terutama tempat parkir dan tempat untuk para berdagang sayuran	29	AP/II/29

TRANSKRIP WAWANCARA ABU PATTA (PEDAGANG BUAH)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

AP : **Memberi label harga (I Baris 3)**

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

AP : Tidak ada

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

AP : **Jika pembeli tidak mau maka saya hanya bisa sabar (I Baris 6)**

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

AP : Tidak ada

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

AP : **Sudah strategis, karena berdekatan di pinggir jalan (I Baris 10)**

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

AP : **Sudah bisa menabung untuk berangkat umroh (I Baris 15)**

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

AP : **Tetap menjualnya tetapi dengan harga yang rendah (I Baris 20)**

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

AP : Menciptakan ketentraman bagi para pedagang (I Baris 24)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

AP : Semoga pasar ini kedepannya bisa lebih baik lagi sebaiknya penataan tempat lebih ditakdirkan lagi terutama tempat parkir dan tempat untuk para berdagang sayuran (I Baris 29)

Wawancara *Key Informan* 10

Nama : Ratna Wati

Kode : RW

Pekerjaan : Pedagang Kue

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Karena harga di pasar ini terjangkau berdasarkan yang lebih murah dibanding pasar lainnya dari jarak pasar di pasar sentral benteng dengan rumah berdekatan.	3	RW/I/I/3
I	Tergantung dari kesepakatan	6	RW/I/I/6
I	Tergantung dari hasil penjualan. jika sudah banyak yang laku,	10	RW/I/I/10

	maka akan saya ikuti kemauan pelanggan		
I	Cara saya dalam memberitahukannya yaitu dengan menawarkan barang dengan cara jika ada yang melewati lapak jualan saya	15	RW/I/I/15
I	Sudah strategis, karena berada di tengah-tengah pasar	20	RW/I/I/20
I	Perkembangan yang saya alami selama Berdagang di sini yaitu bisa menabung untuk berangkat haji	24	RW/I/I/24
I	Jika barang yang saya jual cacat maka barang tersebut tidak lagi saya jual kecuali masih bisa dijual maka harganya akan saya turunkan	28	RW/I/I/28
I	Manfaatnya bagi saya adalah banyak konsumen yang datang berbelanja di tempat saya karena saya akan menjelaskan terlebih dahulu jika barang yang saya jual masih baru dan jika sudah tidak	34	RW/I/I/34

	layak dijual maka saya akan memisahkannya dengan barang yang akan dijual		
I	Harapan saya semoga kedepannya dan pasar sentren ini lebih tertata lagi agar para pembeli nyaman untuk berbelanja di sini	37	RW/II/37

TRANSKRIP WAWANCARA RATNA WATI (PEDAGANG KUE)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

RW : Karena harga di pasar ini terjangkau berdasarkan yang lebih murah dibanding pasar lainnya dari jarak pasar di pasar sentral benteng dengan rumah berdekatan. (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

RW : Tergantung dari kesepakatan (I Baris 6)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

RW : Tergantung dari hasil penjualan. jika sudah banyak yang laku, maka akan saya ikuti kemauan pelanggan (I Baris 10)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

RW : Cara saya dalam memberitahukannya yaitu dengan menawarkan barang dengan cara jika ada yang melewati lapak jualan saya (I Baris 15)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

RW : Sudah strategis, karena berada di tengah-tengah pasar (I Baris 20)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

RW : Perkembangan yang saya alami selama Berdagang di sini yaitu bisa menabung untuk berangkat haji (I Baris 24)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

RW : Jika barang yang saya jual cacat maka barang tersebut tidak lagi saya jual kecuali masih bisa dijual maka harganya akan saya turunkan (I Baris 28)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

RW : Manfaatnya bagi saya adalah banyak konsumen yang datang berbelanja di tempat saya karena saya akan menjelaskan terlebih dahulu jika barang yang saya jual masih baru dan jika sudah tidak layak dijual maka saya akan memisahkannya dengan barang yang akan dijual (I Baris 34)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

RW : Harapan saya semoga kedepannya dan pasar sentren ini lebih tertata lagi agar para pembeli nyaman untuk berbelanja di sini (I Baris 37)

Wawancara Key Informan 11

Nama : Sari Daeng

Kode : SD

Pekerjaan : Pdagang Cabe

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menawarkan harga murah	3	SD/II/3
I	Saya lihat dulu orangnya baru bisa memberi potongan yang pas sesuai orang yang menawar	7	SD/II/7
I	Meminta maaf dan menawarkan barang lainnya sesuai bagi budgetnya	12	SD/II/12
I	Ketika konsumen bertanya mengenai harga barang	16	SD/II/16/
I	Kalau sudah strategis karena di sekitar saya banyak pengunjung	20	SD/II/20
I	Saya buang barang itu	22	SD/II/22
I	Saya mempunyai banyak pelanggan karena saya sangat	24	SD/II/24

	mementingkan kualitas produk yang baik		
I	Sebaiknya setiap pasar tutup harus ada yang membersihkan sampah-sampah pasar yang berserakan	30	SD/II/30

TRANSKRIP WAWANCARA SIRI DAENG (PEDAGANG CABE)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

SD : Menawarkan harga murah (I Baris 3)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

SD : Saya lihat dulu orangnya baru bisa memberi potongan yang pas sesuai orang yang menawar (I Baris 7)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

SD : Meminta maaf dan menawarkan barang lainnya sesuai bagi budgetnya. (I Baris 12)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

SD : Ketika konsumen bertanya mengenai harga barang (I Baris 12)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

SD : Kalau sudah strategis karena di sekitar saya banyak pengunjung (I Baris 16)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

SD : Saya mampu membeli seperti tanah (I Baris 20)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

SD : Saya buang barang itu (I Baris 22)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

SD : Saya mempunyai banyak pelanggan karena saya sangat mementingkan kualitas produk yang baik (I Baris 24)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

SD : Sebaiknya setiap pasar tutup harus ada yang membersihkan sampah-sampah pasar yang berserakan (I Baris 30)

Wawancara *Key Informan 12*

Nama : Andi Rostia

Kode : AR

Pekerjaan : Pedagang Bakso

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menggunakan poster	2	AR/I/I/2

I	Setiap hari Jumat saya memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sering datang.	5	AR/I/I/5
I	Saya tidak memakai strategi, tetapi orang-orang yang sudah makan di sini memberitahukan kepada para pedagang lain bahwa di pasar ada penjual bakso yang enak		AR/I/I/10
I	Kalau tempat saya belum strategis, tetapi banyak yang tahu karena pelanggan yang memberitahukan kepada orang lain	14	SD/I/I/14
I	Sudah berkembang dan sudah merasakan hasil dari penjualan saya, yang awalnya saya berjualan di pinggir jalan dengan berganti-ganti tempat tetap Seiring berjalannya waktu maka saya bisa menyewa tempat	20	SD/I/I/20
I	Tidak akan saya jual	22	SD/I/I/22

I	Alhamdulillah Dinda karena hasil dari berdagang saya mendapatkan omset yang menjamin	25	SD/I/I/25
I	Semoga ke depannya para pengguna Makassar lebih memperhatikan bangunan pasar karena jika musim hujan banyak genangan pahit itu juga membuat para pedagang manis sering berbelanja di kampung karena becek.	30	SD/I/I/30

TRANSKRIP WAWANCARA ANDI ROSTIA (PEDAGANG BAKSO)

Peneliti : : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

AR : Menggunakan poster (1 Baris 2)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

AR : Setiap hari Jumat saya memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sering datang. (1 Baris 5)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

AR : Tidak ada

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

AR : Saya tidak memakai strategi, tetapi orang-orang yang sudah makan di sini beritahukan kepada para pedagang lain bahwa di pasar ada penjual bakso yang enak (I Baris 10)

Peneliti : Apakah posisi batak letak kios bapak/ibu sudah strategis?

AR : Kalau tempat saya belum strategis, tetapi banyak yang tahu karena pelanggan yang memberitahukan kepada orang lain (I Baris 14)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

AR : Sudah berkembang dan sudah merasakan hasil dari penjualan saya, yang awalnya saya berjualan di pinggir jalan dengan berganti-ganti tempat tetap Seiring berjalannya waktu maka saya bisa menyewa tempat (I Baris 20)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

AR : Tidak akan saya jual (I Baris 22)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

AR : Alhamdulillah Dinda karena hasil dari berdagang saya mendapatkan omset yang menjamin (I Baris 25)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

AR : Semoga ke depannya para pengguna Makassar lebih memperhatikan bangunan pasar karena jika musim hujan banyak genangan pahit itu juga membuat para pedagang manis sering berbelanja di kampung karena becek (**I Baris 30**)

Wawancara *Key Informan* 13

Nama : Nani Alang

Kode : NA

Pekerjaan : Pedagang Ikan Kering

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menawarkan barang	2	NA/II/2
I	Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli	4	NA/II/4
I	Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli	7	NA/II/7
I	Jika barang yang saya jual masih sedikit yang membeli, maka saya tidak akan merespon yang menawar di bawah harga standar	12	NA/II/12
I	Sudah strategis, karena berdekatan dengan penjual ikan yang ramai pengunjung	16	NA/II/16

I	Sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari	20	NA/II/20
I	Jika barang dagangan saya rusak maka tidak akan saya jual lagi	22	NA/II/22
I	Mensejahterakan hidup, juga pelanggan akan nyaman berbelanja di lapak kita.	25	NA/II/25
I	Semoga para pedagang tidak pindah-pindah tempat karena para pengelola pasar sudah memfasilitasi para pedagang di pasar sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar.	32	NA/II/32

TRANSKRIP WAWANCARA NANI ALANG (PEDAGANG IKAN KERING)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

NA : Menawarkan barang (I Baris 2)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

NA : Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli (I Baris 4)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

NA : Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli (I Baris 7)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

NA : Jika barang yang saya jual masih sedikit yang membeli, maka saya tidak akan merespon yang menawar di bawah harga standar (I Baris 12)

Peneliti : Apakah posisi atau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

NA : Sudah strategis, karena berdekatan dengan penjual ikan yang ramai pengunjung (I Baris 16)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

NA : Sudah bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari (I Baris 20)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

NA : Jika barang dagangan saya rusak maka tidak akan saya jual lagi (I Baris 22)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

NA : Mensejahterakan hidup, juga pelanggan akan nyaman berbelanja di lapak kita. (I Baris 25)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

NA : Semoga para pedagang tidak pindah-pindah tempat karena para pengelola pasar sudah memfasilitasi para pedagang di pasar sentral benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. (1 Baris 32)

Wawancara Key Informan 14

Nama : Mala Intang

Kode : MI

Pekerjaan : Pedagang campuran

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menawarkan barang	2	MI/I/I/2
I	Saya lihat dulu kualitas barangnya	6	MI/I/I/6
I	Menawarkan barang sesuai dengan harga yang di mau	8	MI/I/I/8
I	Saya menggunakan speaker untuk menyebut harga	12	MI/I/I/12
I	Kurang strategis, karena pedagang di samping saya juga menjual barang yang sama dengan saya	16	MI/I/I/16
I	Berkembangnya itu, saya bisa memiliki 3 lots penjualan berkat omset yang saya dapat	22	MI/I/I/22
I	Saya gunakan untuk keperluan saya sendiri	26	MI/I/I/26

I	Alhamdulillah saya mendapat omset yang relatif lancar	32	MI/I/I/32
I	Baiknya Pasar Sentral Benteng Selayar ini harus dibenahi agar pasar bisa terlihat bersih.	37	MI/I/I/37

TRANSKRIP WAWANCARA MALA INTANG (PEDAGANG CAMPURAN)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

MI : Menawarkan barang. (I Baris 2)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

MI : Saya lihat dulu kualitas barangnya (I Baris 6)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

MI : Menawarkan barang sesuai dengan harga yang di mau (I Baris 8)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

MI : Saya menggunakan speaker untuk menyebut harga (I Baris 12)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

MI : Kurang strategis, karena pedagang di samping saya juga menjual barang yang sama dengan saya (I Baris 16)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MI : Berkembangnya itu saya bisa memiliki 3 lots penjualan berkat omset yang saya dapat (I Baris 22)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

MI : Saya gunakan untuk keperluan saya sendiri (I Baris 26)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

MI : Alhamdulillah saya mendapat omset yang relatif lancar (I Baris 32)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MI : Baiknya Pasar Sentral Benteng Selayar ini harus dibenahi agar pasar bisa terlihat bersih. (I Baris 37)

Wawancara *Key Informan* 15

Nama : Ramla

Kode : R

Pekerjaan : Pedagang Terasi

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Menawarkan Barang	2	R/II/2
I	Tergantung dari kesepakatan	4	R/II/4

I	Tidak akan saya ladeni	8	R/II/8
I	Berteriak, agar para pembeli mendengar	12	R/II/12
I	Sudah strategis, Karena berada ditenga-tengah pasar	14	R/II/14
I	Sudah bisa menyekolahkan anak	17	R/II/17
I	Tidak akan saya jual	20	R/II/20
I	Alhamdulillah saya mendapat omset yang relatif lancar	24	R/II/24
I	semoga pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ini tetap jadi pasar yang ramai pengunjung dan untuk semua pedagang untuk selalu mempertahankan dagangannya	32	R/II/32

TRANSKRIP WAWANCARA RAMLA (PEDAGANG TERASI)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

R : Menawarkan Barang (I Baris 2)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

R : Tergantung dari kesepakatan (I Baris 4)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

R : Tidak akan saya ladei (I Baris 8)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

R : Berteriak, agar para pembeli mendengar (I Baris 12)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

R : Sudah strategis, Karena berada ditenga-tengah pasar (I Baris 14)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

R : Sudah bisa menyekolahkan anak (I Baris 17)

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

R : tidak akan saya jual (I Baris 20)

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

R : Alhamdulillah saya mendapat omset yang relatif lancar (I Baris 24)

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

R : semoga pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ini tetap jadi pasar yang ramai pengunjung dan untuk semua pedagang untuk selalu mempertahankan dagangannya. (I Baris 32)

Wawancara Key Informan 16

Nama : Japar

Kode : J

Pekerjaan : Pedagang Tenteng Kenari

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	Adapun Strategi yg bisa saya terapkan ialah dengan memberikan nilai tambah, nilai tambah yang saya maksud ialah, semisal seorang yang membeli produk saya dan selang beberapa waktu kemudian mereka datang membeli lagi, maka saya memberikan mereka nilai tambah yakni memberikan semacam diskon kepada mereka dan memberikan voucher belanja.	18	J/I/I/18
I	Adapun strategi yang saya lakukan yakni apabila seorang pelanggan telah belanja sebanyak 5 kali maka pelanggan tersebut berhak mendapatkan potongan harga	42	J/I/I/42

I	Salah satu cara yang bisa saya lakukan ialah dengan memberitahu dengan jujur terkait harga asli dari barang	52	J/I/I/52
I	Dengan memberi tahu terkait informasi kenaikan harga	56	J/I/I/56
I	Yah lokasi lapak saya ini sangatlah strategis, terlebih tidak terlalu jauh dari akses pintu keluar dan masuk jadi pembeli bisa dengan mudah menemukan letak lapak saya.	68	J/I/I/68
I	Adapun kemajuan yang kami lakukan untuk keberlanjutan lapak kami ialah dengan terus menerus melakukan inovasi dan tetap mengedepankan pelayanan/servis semenarik mungkin kepada pelanggan	75	J/I/I/75
I	Jika barang yang saya jual memiliki cacat, maka barang tersebut tidak akan saya jual lagi.	83	J/I/I/83
I	Berbicara tentang manfaat perdagangan islami, bagi kami	90	J/I/I/90

	selama menerapkan konsep tersebut tentunya ada perubahan atau kelebihan tersendiri bagi toko kami, misalnya jiwa kejujuran dan keikhlasan kami semakin tinggi dalam berdagang di pasar Sentral Benteng Kepulauan Selayar.		
I	Mengenai harapan tentunya kami sangat berharap semoga pasar Benteng Kab. Kep. Selayar ini tetap jadi pasar yang ramai pengunjung dan untuk semua pedagang untuk selalu mempertahankan usaha yang sedang di jalankan salah satunya dengan meningkatkan sumber daya dan menciptakan inovasi yang baru	120	J/I/I/20

TRANSKRIP WAWANCARA JAPAR (PEDAGANG TENTANG KENARI)

Peneliti : Strategi apa saja yang bapak/ibu terapkan untuk mendapatkan minat konsumen agar membeli produk yang anda tawarkan ?

J : Adapun Strategi yg bisa saya terapkan ialah dengan memberikan nilai tambah, nilai tambah yang saya maksud ialah, semisal seorang yang membeli produk saya

dan selang beberapa waktu kemudian mereka datang membeli lagi, maka saya memberikan mereka nilai tambah yakni memberikan semacam diskon kepada mereka dan memberikan voucher belanja (I Baris 18)

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu dalam memberikan potongan harga terhadap pelanggan ?

J : Adapun strategi yang saya lakukan yakni apabila seorang pelanggan telah belanja sebanyak 5 kali maka pelanggan tersebut berhak mendapatkan potongan harga (I Baris 42)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menghadapi pelanggan yang menawarkan barang anda dibawah harga standar ?

J : Salah satu cara yang bisa saya lakukan ialah dengan memberitahu dengan jujur terkait harga asli dari barang (I Baris 52)

Peneliti : Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memberitahukan kepada konsumen mengenai harga pokok yang anda jual?

J : Dengan memberi tahu terkait informasi kenaikan harga (I Baris 56)

Peneliti : Apakah posisi batau letak kios bapak/ibu sudah strategis?

J : Yah lokasi lapak saya ini sangatlah strategis, terlebih tidak terlalu jauh dari akses pintu keluar dan masuk jadi pembeli bisa dengan mudah menemukan letak lapak saya. (I Baris 68)

Peneliti : Bagaimana perkembangan atau kemajuan yang bapa/ibu sejak mulai berdagang dipasar sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

J : Adapun kemajuan yang kami lakukan untuk keberlanjutan lapak kami ialah dengan terus menerus melakukan inovasi dan tetap mengedepankan pelayanan/servis semenarik mungkin kepada pelanggan **(I Baris 75)**

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat ?

J : Jika barang yang saya jual memiliki cacat, maka barang tersebut tidak akan saya jual lagi. **(I Baris 83)**

Peneliti : Apa manfaat perdagangan Islam bagi para pedagang ?

J : Berbicara tentang manfaat perdagangan islami, bagi kami selama menerapkan konsep tersebut tentunya ada perubahan atau kelebihan tersendiri bagi toko kami, misalnya jiwa kejujuran dan keikhlasan kami semakin tinggi dalam berdagang di pasar Sentral Benteng Kepulauan Selayar. **(I Baris 90)**

Peneliti : Apa harapan atau saran bapak/ibu untuk perkembangan pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

J : Mengenai harapan tentunya kami sangat berharap semoga pasar Benteng Kab. Kep. Selayar ini tetap jadi pasar yang ramai pengunjung dan untuk semua pedagang untuk selalu mempertahankan usaha yang sedang di jalankan salah satunya dengan meningkatkan sumber daya dan menciptakan inovasi yang baru. **(I Baris 120)**

Wawancara Key Informan 17

Nama : Muhammad Yasid

Kode : MY

Status : Kepala Sub Bagian Tata Usaha Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar

Kode	Data Wawancara	Baris	Penulis
I	<p>Pasar Sentral Benteng adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng beralamat di Jl. Pahlawan No. 47 Kelurahan Benteng Utara Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng Kabupaten kepulauan Selayar resmi digunakan pada tahun 2009. Selain mengenai kapan resmi digunakan, Ibu Ummul Hairi sebagai Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Benteng menjelaskan bahwa sebelum pasar ini berada di Jl. Pahlawan No. 47, pasar tradisional ini berada di Jl. KH. Khayung. Perelokasian Pasar Sentral</p>	13	MY/II/13

	Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar dikarenakan terjadinya kebakaran di Pasar lama.		
I	Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ini sangat berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat di Kota Benteng karena sebagian besar masyarakat yang mayoritas penduduknya adalah berprofesi sebagai pedagang, nelayan dan juga peternak. Dan dengan adanya pasar tersebut menjadi wadah dalam penyaluran hasil usaha mereka dan juga menjadi tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari masyarakat.	63	MY/I/I/63
I	Mengatakan bahwa fasilitas yang tersedia adalah kios/gerobak, masjid berdekatan dengan pasar dan lebih mudah pengambilan angkutan umum karena mengarah ke pasar Sentral Benteng	75	MY/I/I/72

Transkrip Wawancara Dengan Pengelola Pasar

Peneliti : Bagaimana sejarah di pasar Sntral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MY : Pasar Sentral Benteng adalah salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng beralamat di Jl. Pahlawan No. 47 Kelurahan Benteng Utara Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar resmi digunakan pada tahun 2009. **(I Baris 13)**

Peneliti : Bagaimana Kontribusi pasar terhadap perekonomian masyarakat ?

MY : Pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ini sangat berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat di Kota Benteng karena sebagian besar masyarakat yang mayoritas penduduknya adalah berprofesi sebagai pedagang, nelayan dan juga peternak. Dan dengan adanya pasar tersebut menjadi wadah dalam penyaluran hasil usaha mereka dan juga menjadi tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari masyarakat. **(I Baris 63)**

Peneliti : Bagaimana fasilitas dipasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar ?

MY : Mengatakan bahwa fasilitas yang tersedia adalah kios/gerobak, masjid berdekatan dengan pasar dan lebih mudah pengambilan angkutan umum karena mengarah ke pasar Sentral Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. **(I Baris 72)**

LAMPIRAN 3. DOKUMENTASI WAWANCARA

Foto Pintu Masuk di Pasar Sentral Benteng





Fotot Besama Pengelola UPT Pasar Sentral Benteng



Foto wawancara Pedagang Ayam



Foto Wawancara Pedagang Sambako (Beras)



Foto Wawancara Pedagang Emping



Foto Wawancara Pedagang Ikan



Foto Wawancara Pedagang Campuran (Pakaian & Sendal/Sepatu)



Foto Wawancara Pedagang Aksesoris

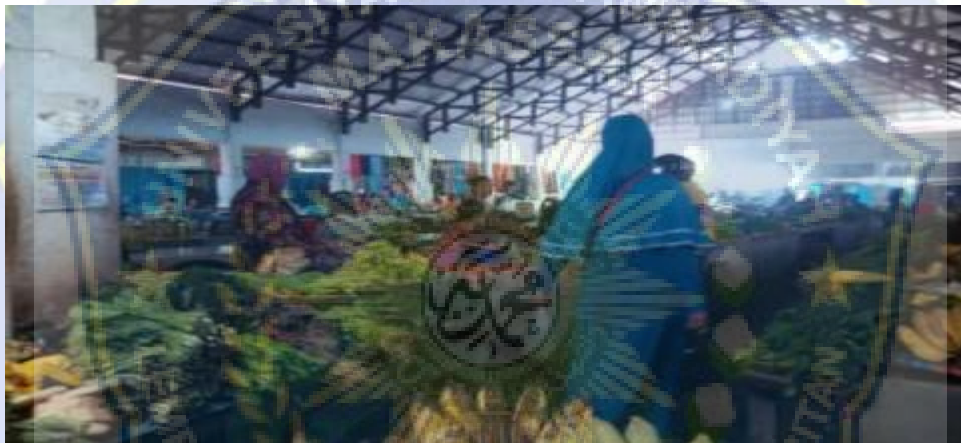


Foto Wawancara Pedagang sayur

LAMPIRAN 4. GAMBAR SURAT IZIN PENELITIAN

Surat Izin Penelitian dari LP3M atau UNISMUH Makassar


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
E-Sektor: Alayudus No. 209 Telp: 0411-3665772 Fax: 0411-3665588 Makassar 90211 e-mail: lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3645/05/C.4-VIII/II/1445/2024 12 February 2024 M
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 02 Sya'ban 1445
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -
 Makassar

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 115/De/A.2-II/II/45/2024, tanggal 12 Februari 2024, mengenai dan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SEPTIANI ARISTA
 No. Stambulik : 10574-11007-20
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

"STRATEGI PASAR TRADISIONAL DI NIWAU DARI EKONOMI ISLAM PADA PASAR SENTRAL BONEA KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 15 Februari 2024 s/d 15 April 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut dipaparkan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumallahu Khairan.


 Kepala LP3M,


 Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd
 NBM 1127761

02-24

Surat Izin dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	: 3335/S.01/PTSP/2024	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Kepulauan Selayar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
 Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3645/05/C.4-VIII/II/1445/2024 tanggal 12 Februari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: SEPTIANI ARISTA
Nomor Pokok	: 105741100720
Program Studi	: Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" Strategi Pasar Tradisioanal Ditinjau Dari Ekonomi Islam Pada Pasar Sentral Bonea Kabupaten Kepulauan Selayar "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **15 Februari s.d 15 April 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 12 Februari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
 SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
 1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
 2. *Pertinggal.*

Surat Keterangan Selesai Meneliti



PEMERINTAHAN KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR
DINAS PERDAGANGAN, KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
UPT PENGELOLAAN PASAR
Jalan Pahlawan No. .../Bonea

SURAT KETERANGAN
 Nomor: 04/III/UPT - PSB/2024

Yang tersebut dibawah ini, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UNISMUH Makassar,

Nama	Septiani Arifin
Nomor Pokok	105741100220
Program Studi	Ekonomi Islam
Pekerjaan/Lembaga	Mahasiswa (SI)
Alamat	Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

Benar telah mengadakan penelitian di UPT PASAR SENTRAL BENTENG Kabupaten Kepulauan Selayar dengan judul : **"STRATEGI PASAR TRADISIONAL DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM PADA PASAR SENTRAL BENTENG KABUPATEN KEPULAUAN SELAYAR"**.

Dengan ini surat keterangan ini kami buat untuk digunakan seperlunya.

Benteng, 17 Sya'ban 1445 H
 26 Februari 2024 M

UPT PENGELOLA PASAR


M. HARI HARI, S.Sos., M.M.
 Jabatan : Penanggung Jawab
 UPT PENGELOLAAN PASAR KEPULAUAN SELAYAR



SURAT KETERANGAN PLAGIAT



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat Kantor : Jl. Sultan Abdulrahman No. 259 Makassar 90222 Telp. (0411) 864972, 8611363, Fax (0411) 862008

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Scottia Arista
Nim : 105741109730
Program Studi : Komunikasi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Angka Baku
1	Bab 1	8%	10%
2	Bab 2	24%	25%
3	Bab 3	10%	10%
4	Bab 4	10%	10%
5	Bab 5	5%	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. Atas nama Apriksari Furitris.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 20 Mei 2024
Mengetahui,
Kepala UPT - Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Abdulrahman no 259 makassar 90222
Telepon (0411)864972, 8611363, fax (0411)8651368
Website: www.library.umh.ac.id
E-mail: pcpustakaan@umh.ac.id

BIOGRAFI PENULIS



Septiani Arista, panggilan Septi lahir di Selayar pada tanggal 25 September 2001 dari pasangan suami istri Bapak Muh. Risal dan Ibu Denta Siang. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Maccini Raya (Kemauan III) No. 14 a Kota Makassar.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu MI Dallemambua lulus tahun 2014, SMP Negeri 1 Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar lulus tahun 2017, SMK Negeri 1 Selayar lulus tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Ekonomi Islam. Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.