

STRATEGI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM MENARIK PERHATIAN KONSUMEN KABUPATEN BULUKUMBA

Aswar Anas¹, Syamun²

¹ anasaswar905@gmail.com

² syamun@uin-alauddin.ac.id

ABSTRACT

The main problem of this research is the Influence of Trader's Strategy in Attracting Consumers' Attention in Balangriri Traditional Market. This study aims to determine. 1). How are the strategic actors in attracting the attention of consumers in the Balangriri Traditional market, Bonto Minasa Village, Bulukumba Regency? 2). What are the obstacles for traders in serving consumers at the Balangriri Traditional Market, Bonto Minasa Village, Bulukumba Regency?

The type of research used is quantitative research using a marketing strategy management approach. The types of data sources used are primary data and secondary data. Furthermore, the data collection methods used were observation, interviews and documentation. The analysis is carried out by analyzing the data specifically and then drawing general conclusions.

The results of this study explain the Influence of Traders' Strategies in Attracting Consumers' Attention in Balangriri Traditional Markets. 1) The merchant strategy used, namely the product strategy, price, promotion, and atmosphere of the store/place layout. In terms of marketing in Islam, traders have applied the concept of trading in Islam. However, there are still some traders who have not implemented this. 2) Barriers to traders in serving consumers in the Balangriri Traditional market. Consisting of decreased income, the amount of garbage scattered, lack of capital, consumer behavior, behavior of perpetrators and the Covid-19 Virus.

The implications of this research are 1) It is hoped that traders can apply trading methods in Islam, so that in the trading process there is no cheating in it. Because this can fade the values of trade in Islam. 2) It is hoped that the government/market manager, traders and market visitors also need to have awareness in disposing of waste carelessly, especially for traders to provide trash cans in their respective kiosks. The government/market manager is very important which is also expected to be able to provide assistance in the implementation of activities related to environmental hygiene. With sufficient support to make traders and market visitors aware that cleanliness is very important for all of us.

Kata Kunci: *Trader's Strategy, Trader's Kandala, Balagriri Traditional Market*

PENDAHULUAN

Pasar Tradisional adalah pasar yang sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan tersendiri dan dapat bersaing. Keberadaan pasar tradisional sangat membantu, tidak hanya pemerintah pusat ataupun daerah, akan tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang. Di dalam pasar tradisional terdapat banyak bagian yang memiliki arti penting dan sangat berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya, baik itu pedagang, pembeli, tukang cukur, pekerja panggul, dan sebagainya.

Mereka ini merupakan aktor penggerak yang sangat berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional yang ada di Indonesia. Dalam pasar tradisional terdapat banyak korelasi yang dilihat di dalamnya, dan tidak dapat di temukan di pasar modern. Dimana pedagang pasar tradisional tidak membeli suatu barang dagangan yang akan mereka jual di tokonya dalam jumlah yang banyak dari agen. Hal demikian ini terjadi karena keterbatasan modal yang dimiliki oleh para pedagang, kemudian mereka tidak memiliki fasilitas yang memadai untuk menyimpan barang dagangan yang terlalu banyak, dikarenakan pedagang tidak memiliki tempat yang luas untuk menampung barang dagangannya seperti yang terlihat pada pasar moderen

Perkembangan globalisasi, laju kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan perubahan sistem nilai telah membawa perubahan. Mengubah gaya hidup dan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat timbul berbagai fasilitas pertokoan, pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah terintegrasi dan memiliki tempat penting dalam kehidupan manusia. Bagi masyarakat, pasar bukanlah hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar juga tempat interaksi representasi nilai-nilai sosial dan tradisional. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli dan ditandai dengan adanya transaksi pembeli dan penjual langsung. Bangunan biasanya terdiri dari: kios atau gerai, los dan lahan terbuka yang dibuka oleh penjual serta pengelola pasar.

Berangkat dari hal tersebut pasar tradisional yang pada awalnya menggunakan metode-metode yang mengutamakan insting dalam proses transaksinya dengan calon pembeli. Dengan mengedepankan pertimbangan-pertimbangan khusus guna meningkatkan kualitas secara keseluruhan demi nilai tambah atas produk maupun jasanya itu menjadi penting demi persaingan yang seimbang atas transformasi pasar itu sendiri di era perdagangan bebas ini.

Pasar tradisional yang fungsinya sebagai penyediaan kebutuhan yang awalnya memenuhi kebutuhan secara general yaitu meliputi individu, rumah tangga maupun organisasi. fungsi lain yang lebih luas seperti sebuah pendapat bahwa pasar tradisional memiliki potensi sebagai ikon daerah.

Di Bulukumba sendiri masih banyak terdapat pasar tradisional, antara lain pasar Balangriri, Kalimporo, Cekkeng dan beberapa pasar lainnya. Ada beberapa pasar yang masih menerapkan tanggal oprasional pasar menggunakan jadwal pasar budaya Jawa dan Bali seperti legi, pahing, pon, wage, dan kliwon. Sedangkan beberapa pasar sudah menetapkan jam oprasional sesuai dengan nama hari yang telah ditentukan salah satunya pasar Kalimporo, dan beberapa pasar yang jam oprasionalnya setiap hari seperti pasar Cekkeng.

Pasar tradisional Balangriri yang terletak di Desa Bonto Minasa, Kecamatan Bulukumpa. Pasar ini sudah berdiri puluhan tahun lamanya, pada awalnya lahan pasar tersebut merupakan milik salah satu warga yang bernama Puang Colle. pasar tradisional tersebut sudah beberapa kali mengalami penutupan, sebelum diambil alih kepemilikannya oleh pihak Negara. Tepat pada tahun 2017 pasar Balangriri mendapat bantuan renovasi dari pihak pemerintah.

Keberadaan pasar tradisional Balangriri sangat membantu pendapatan masyarakat setempat. Pasar Balangriri masih menerapkan jam oprasional pasar dalam budaya Jawa dan Bali, pasar ini beroperasi setiap pahing dan wage. Sehari Sebelum hari pasar tiba beberapa pedagang datang membawa barang dagangannya dan merapikan tempat jualannya. Ketika hari pasar tiba para pedagang datang ke pasar pada jam 05:00 Wita untuk menata barang dagangannya, pasar ini beroperasi sekitar 5 jam. Puncak dari kedatangan para pengunjung/pembeli biasa pada jam 06:30-08:30.

Pasar Balangriri terdapat dua jenis pedagang yaitu pedagang tetap dan pedagang tidak tetap, pedagang tetap ditandai dengan tempatnya yang tidak berpindah-pindah, sedangkan pedagang tidak tetap itu biasanya ditandai dengan lokasinya yang berada di luar area pasar. Pasar ini menyajikan beberapa jenis barang jualan seperti, penjul be ras, sayuran, buah, daging, ikan, makanan jadi (nasi kuning, somay, buras, dan beberapa jenis makanan tradisional lainnya), pakaian, perlengkapan rumah dan pedagang hasil bumi (kakao, lada/marica, cengkeh porang dan lain sebagainya). Dipasar tersebut terdapat dua penawaran jasa yaitu, jasa kuli panggul dan tukang cukur.

LANDASAN TEORITIS

Pengertian Strategi

Strategi adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (goal) dalam menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya.

Adapun pengertian strategi menurut para ahli. Glueck dan Jauch (1998:2) yang mengatakan, strategi adalah rencana yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Sedangkan menurut, Joewono (2012) mengatakan bahwa strategi adalah salah satu metode pencapaian tujuan dengan menyusun rencana dengan sebaik mungkin, untuk mencapai target..

Pengertian Pedagang dan Konsumen

Menurut beberapa ahli, termasuk Ibnu Khadamah, pedagang adalah pertukaran properti dengan properti, menjadikannya milik Anda sendiri. Nawawi menyatakan bahwa sesuai dengan hukum Islam, kepemilikan properti diperjual-belikan melalui pertukaran. Pendapat lain dikeluarkan.

Al-Hasani, beliau menyampaikan pendapat Sekolah Hanafiyah bahwa pedagang adalah tukar properti (pusat perbelanjaan) dan properti melalui sistem yang digunakan. Tentu Dalam konteks pemilikan harta, sistem pertukaran harta dengan harta manfaat, dan orang cenderung menggunakannya. Bahwa cara tertentu berarti menggunakan ungkapan (sighah ijab qabul).

Pengertian konsumen adalah seseorang yang membeli barang atau jasa secara langsung dan tidak langsung. Di dalam transaksi jual beli akan terjadi proses tawar menawar antara penjual dan pembeli. Akan tetapi ada beberapa pedagang telah menetapkan harga sehingga pembeli tidak bisa menawarnya, hal ini biasanya terjadi pada pasar modern seperti supermarket.

Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk diri sendiri, keluarga, atau orang lain, dan makhluk lainnya, bukan untuk diperdagangkan. Konsumen bisa dibagi menjadi konsumen antara dan konsumen akhir.

Tinjauan tentang Pasar Tradisional dan Modern

Pasar tradisional merupakan salah satu penopang perekonomian masyarakat di pedesaan. Pasar ini umumnya memiliki peraturan tersendiri berdasarkan kebiasaan masyarakat setempat.

Menurut Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, Pasar Tradisional adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, BUMN, BUMD, dan Kelompok Swasta. : melalui tawar menawar Masyarakat yang melakukan proses jual beli.

Pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern mengikuti perkembangan zaman, biasanya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Para pengunjung atau pembeli umumnya adalah masyarakat kelas menengah ke atas.

Pasar Modern Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan.

Akad Jual Beli dalam Prespektif Islam

Murabahah; Jenis akad ini menekankan pada harga dan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Selain itu, jumlah dan jenis produk akan dijelaskan secara rinci. Setelah itu, produk akan dikirim setelah kontrak selesai. Dalam hal ini, pembeli dapat membayar dengan mencicil atau tunai untuk memenuhi kewajibannya.

Salam; Akad menggunakan cara atau cara pemesanan dimana pembeli terlebih dahulu membayar produk yang spesifikasinya dijelaskan secara detail, kemudian mengirimkan produk tersebut. Kontrak ini biasanya berlaku untuk produk pertanian.

Istishna'; Akad ini mengelola transaksi produk dalam bentuk pesanan, dimana pembuatan barang akan berdasarkan standar yang telah disepakati. Dalam akad ini, proses pembayaran juga dilakukan sesuai dengan kesepakatan, baik itu pembayaran pada saat penyerahan maupun pembayaran di muka.

Wadi'ah; Akad ini dilaksanakan ketika salah satu pihak menitipkan produk kepada pihak lain. Kontrak ini sering diselesaikan oleh Bank dalam produk rekening giro.

Mudharabah; Perjanjian ini mengatur hubungan antara shahibul mal atau pemilik modal dengan pengelola modal. Setelah itu, kedua belah pihak akan membagi keuntungan dari usaha yang telah mereka lakukan. Jika terjadi kerugian, hanya pemilik modal yang menanggung kerugian.

Musyarakah; Kontrak dilaksanakan oleh dua atau lebih pemilik modal yang mengumpulkan dana untuk proyek atau bisnis tertentu. Nantinya, pengelola akan diangkat dari salah satu pemilik modal. Biasanya kontrak semacam ini untuk proyek yang dananya sebagian dibiayai oleh lembaga keuangan dan sebagian lagi dibiayai oleh nasabah.

Wakalah; Akad tunduk pada pengawasan yang lebih untuk menghubungkan perwakilan satu pihak dengan perwakilan pihak lain. Bank Syariah biasanya menerapkan akad ini ketika membuat letter of credit, meneruskan permintaan, atau membeli barang dari luar negeri (letter of credit import).

Ijarah; Akad ini mengatur tentang persewaan barang yang mengikat para pihak, dan dilakukan pada saat barang yang disewa memberikan manfaat. Biasanya, penerapan akad Bank Syariah ini adalah cicilan sewa, yang dihitung berdasarkan cicilan pokok dari harga proyek. Nantinya, di akhir perjanjian, penyewa dapat membeli barang secara mencicil dengan sisa harga yang ditetapkan oleh Bank Syariah.

Kafalah; Kontrak menekankan jaminan yang diserahkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Hal ini berlaku untuk uang muka (advance payment guarantee),

jaminan proyek (performance guarantee) atau partisipasi penawaran (bid guarantee).

Hawalah; Kontrak mengatur pengalihan hutang dan piutang dari satu pihak ke pihak lain. Biasanya akad ini dilakukan oleh Bank Syariah kepada nasabah yang ingin menjual produknya kepada pembeli dalam bentuk transfer atau biasa disebut cek kadaluarsa.

Rahn; Rahn adalah perjanjian gadai untuk menggadaikan barang kepada pihak lain. Biasanya pedagang gadai akan menukarkan barang yang digadaikannya dengan uang. Kontrak ini biasanya berlaku untuk situasi di mana ada pembiayaan risiko dan jaminan tambahan diperlukan.

Qardh; Kontrak tersebut menetapkan bahwa dana penyelamatan akan diberikan kepada pelanggan dalam waktu singkat, yang harus diganti sesegera mungkin. Jumlah nominalnya harus sesuai dengan bantuan yang diberikan, selain itu dapat dipahami bahwa nasabah hanya perlu membayar kembali pokok pinjaman.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, yang bertempat di Pasar Tradisional Balangriri, Desa Bonto Minasa, Kecamatan Bulukumpa, Kabupaten Bulukumba. Data yang disajikan dalam bentuk narasi kualitatif yang dinyatakan dalam bentuk verbal yang diolah menjadi jelas akurat dan sistematis. Penulis melakukan pencatatan dan berupaya mengumpulkan informasi mengenai keadaan suatu gejala yang terjadi saat penelitian dilakukan. Analisis data merupakan upaya untuk mencapai dan menata secara sistematis catatan hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menjadikannya sebagai temuan bagi orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pedagang dalam Menarik Perhatian Konsumen di Pasar Tradisional Kabupaten Bulukumba

Pasar Tradisional Balangriri di Kabupaten Bulukumba yang terletak di Desa Bonto Minasa. Pasar ini termasuk sebagai pemasok bahan kebutuhan pokok, seperti sayur-mayur, aneka jenis ikan, telur, buah-buahan, dan lain-lain. Barang-barang dagangan yang ada di pasar tradisional Balangriri mayoritas berasal dari Kabupaten Bulukumba. Pasar tradisional Balangriri kabupaten Bulukumba dibangun pada tahun 1970 atas inisiatif masyarakat setempat. Pada awalnya pasar ini milik salah satu warga yang bernama Puang Colle, akan tetapi pada tahun 2015 di beli dan diambil alih kepemilikannya oleh pemerintah daerah dan sekaligus merenovasi pasar tersebut. Pasar tradisional kabupaten Bulukumba di terletak di

jalan Kelapa dan ada beberapa pedagang yang telah memiliki kios pribadi, kios sewa dan masih ada berlesehan.

Barang yang dijual di pasar Tradisional Balangriri, pada umumnya barang yang dibutuhkan sehari-hari seperti minuman, makanan, bumbu dapur, pakaian, sayur-sayuran, buah-buahan dan perabotan rumah tangga. Barang yang dijual sangat beragam kualitasnya mulai dari, kualitas yang rendah dan standar. Terkadang mereka mencampurkan kedua barang yang berbeda kualitas. Sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diatas normalnya.

Harga barang yang ditawarkan sangatlah terjangkau, sinkron dengan daya beli konsumen dan juga tidak merugikan bagi pedagang. Karena kemampuan pembeli menjadi prioritas primer dalam mempertimbangkan harga. Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang.

Biaya produksi (porto operasional, upah, dll), serta porto sewa kawasan menjadi dasar primer mereka pada memutuskan harga. dan beberapa faktor lain yang bisa menghasilkan harga barang dagangan mereka secara signifikan dapat melonjak drastis mirip untung yang diharapkan, yang artinya sumber pendapatan para pedagang.

Promosi adalah kegiatan yang dirancang untuk mempengaruhi konsumen agar menjual produknya. Beberapa pedagang di Pasar Tradisional Balangriri menerapkan strategi promosi, mereka tidak menggunakan penjualan yang biasanya mempromosikan produk mereka seperti di pasar modern. Namun, para pedagang lebih memilih untuk melakukan ini melalui kontak langsung dengan calon pelanggan atau lebih dikenal dengan (penjualan pribadi) dan sering menawarkan fasilitas diskon saat mempromosikan barang dagangan atau produk mereka. Dengan cara ini pembeli akan semakin akrab, sehingga tercipta hubungan kekeluargaan antara pembeli dengan penjual/pedagang.

Suasana tata toko ini berkaitan dengan bagaimana seorang pedagang menata dagannya dengan baik, sehingga para pengunjung pasar mudah melihat barang yang dia mau beli. Ini adalah salah satu trik atau cara untuk menarik perhatian pengunjung pasar. Beda halnya ketika barang yang di jual bercampuran dengan barang lainnya sehingga dapat membuat para konsumen sulit untuk mencari barang yang dia mau beli.

Kendala Pedagang dalam Melayani Konsumen di Pasar Tradisional Kabupaten Bulukumba

Rintangan yang mereka hadapi salah satunya adalah pengurangan pendapatan ketika mereka menjual, Ini karena lebih sedikit pembeli yang berbelanja di pasar. Ini karena pasar yang besar teknologi modern yang sudah mulai bermunculan di kota-kota besar dan bahkan sampai ke pelosok desa. Hal inilah yang mempengaruhi pendapatan seorang pedagang karena munculnya super market atau pasar modern lainnya yang berdekatan dengan pasar tradisional.

Walaupun belum ada pasar modern yang dibangun disekitar pasar, walau demikian ada banyak konsumen yang berbelanja di pasar modern. Dan faktor cuaca, ketika musim hujan banyak para konsumen yang tidak ke pasar.

Sebagai halnya seorang pedagang bayak hal yang dapat mempengaruhi pendapatan, salah satunya adalah kebersihan lingkungan pasar. Kita juga ketahui bahwa kebersihan itu sebagian dari iman sebagaimana di jelaskan dalam Q.S Sad (38) ayat 28.

أَمْ نَجْعَلُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَالْمُفْسِدِينَ فِي الْأَرْضِ أَمْ نَجْعَلُ الْمُتَّقِينَ كَالْفُجَّارِ

Terjemahnya :

Patutkah Kami menganggap orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh sama dengan orang-orang yang berbuat kerusakan di muka bumi? Patutkah (pula) Kami menganggap orang-orang yang bertakwa sama dengan orang-orang yang berbuat maksiat?

Modal merupakan hal yang sangat berperang penting dalam berdagang, karena modal adalah hal yang utama yang harus disiapkan oleh para pedagang untuk berjualan. Kurangnya modal dapat berpengaruh terhadap pendapatan seorang pedagang. Ketika pedagang tersebut memiliki modal yang banyak otomatis akan memperoleh ke untungan yang lebih, demikian sebaliknya.

Para pedagang di pasar Tradisional Balangriri sering kali mendapatkan kendala dalam tawar menawan. Dikarenakan ada beberapa konsumen yang biasa menawar barang atau jasa yang mereka beli di bawah harga normalnya. Hal demikian ini sering kali di dapatkan di pasar Tradisional akan tetapi ada juga pedagang yang telah menempelkan label harga di dagangannya dengan harga tinggi, sehingga hal tersebut dapat di tawar oleh konsumen tidak melebihi harga aslinya. Beda halnya para pemberi jasa telah menetapkan harga, terkhusus untuk jasa kuli panggul bisanya di beri upah sesuai dengan ke ikhlasan pedagang atau pengunjung pasar yang menggunkan jasanya. Beda halnya dengan pasar modern yang di setiap barangnya ada label harga dan tidak bisa di tawar.

Perilaku pedagang adalah sikap atau tingkah laku seseorang pada saat berdagang atau membeli atau menjual. Pedagang muslim tidak boleh menyimpang dari etika bisnis Islam yang dapat merusak mekanisme pasar. Perilaku menyimpang tersebut dapat dengan mudah terjadi di pasar tradisional karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang. Pengusaha Muslim diharapkan untuk melakukan transaksi mereka secara jujur dan adil dan mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Oleh karena itu, etika bisnis Islam memegang peranan yang sangat penting dalam mengatur perilaku para pedagang

PENUTUP

Strategi pedagang dalam menarik perhatian konsumen di Pasar Tradisional Balangriri, yaitu strategi produk, harga, promosi dan suasana tata toko/tempat. Strategi tersebut kemudian diterapkan dalam proses berdagang di Pasar Tradisional Balangriri. Ditinjau dari segi pemasaran syariah para pedagang telah menerapkan harga yang wajar dalam arti pedagang mempertimbangkan keuntungan dan kepuasan pelanggan, dimaksudkan agar sejalan dengan apa yang diajarkan Islam selama ini. Dari segi produksi juga sesuai dengan standar syariah, antara lain tidak menjual barang haram seperti miras, babi dan barang haram lainnya. Akan tetapi masih ada pedagang yang belum menerapkan pemasaran syariah atau berdagang dengan baik.

Kendala pedagang dalam melayani konsumen di pasar Tradisioanal Balangriri. Yaitu, pendapatan turun terjadi ketika musim hujan sehingga kurangnya pengunjung pasar. Banyaknya sampah yang berserakan dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi calon pembeli, kurangnya modal sangat berpengaruh karena ketika pedagang tersebut memiliki modal yang banyak otomatis akan memperoleh ke untungan yang lebih, demikian sebaliknya. Perilaku konsumen, para pedagang di pasar Tradisional Balangriri sering kali mendapatkan kendala dalam tawar menawan di karenakan ada beberapa konsumen yang biasa menawar barang yang mereka beli di bawah harga normalnya. Perilaku pedagang disebabkan masih ada beberapa pedagang yang kurang jujur dan mencampurkan barang dagangan yang sudah kadaluarsa. Virus Covid-19 sangat berpegaruh terhadap pedapatan pedagang di awal-awal covid jadi para pengunjung pasar hanya membeli kebutuhan sehari-hari.

Pedagang Tradisional seyogyanya dapat menerapkan metode berdagang dalam islam, sehingga dalam proses berdagang tidak ada kecurangan di dalamnya. Karena ini dapat melunturkan nilai-nilai berdagang dalam Islam. Selain itu, pemerintah/pengelola pasar, pedagang dan pengunjung pasar juga perlu memiliki kesadaran dalam membuang sampah semabrangan, terutamah bagi bagi para pedagang agar menyediakan tempat sampah di kiosnya masing-masing. Pemerintah/pengelola pasar sangat berperang penting yang juga diharapkan mampu memberikan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebersihan lingkungan. Dengan support yang cukup membuat pedagang dan pengunjung pasar sadar akan kebersihan itu sangat penting bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Karim

Abdul Rahim, Konsep Bunga dan Prinsip Ekonomi Islam dalam Perbankan Syariah, *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, No. 2 (December 23, 2015).

- Darmawati Darmawati, Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syariah, *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman* 12, no. 2 (March 14, 2019).
- Dewi Apriyani, Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pakaian Muslim Di Butik Latifah Way Halim Bandar Lampung, *Skripsi* (Lampung: 2016).
- Dewi Sinta Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, Kepuasan Konsumen, *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017).
- Eka Nuraini Rachmawati and Ab Mumin, Akad Jual Beli Dalam Perspektif Fikih Dan Praktiknya Di Pasar Modal Indonesia, *Skripsi* (2015).
- Fausi Achmad, *Etika Pemasaran dan Kepuasan dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Cet I Malang: UB Press 2017).
- Fitria, Dampak Pandemi Pada Pasar Tradisional, *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013).
- I Made Juliarta, Guna and Ida Darsana, Bagus, Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang, (2016).
- Ika Devy Pramudiana, *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern*, (Bandung: Asketik, 2017).
- Kementerian Agama Republik Indonesia, Muchlis M Hanafi, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta, (2016).
- Kisbiyanto Arif, Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Pasar Modern Pada Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Kota Boyolali), *Jurnal* (2007).
- M Ali Sodik Sandu siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Karanganyer: Literasi Media Publishing, 2015).
- M. Novena Nasta'in, *Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di MI Islamiyah Pinggirsari Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung*, (Tulung Agung: 2018).
- Meithiana Indasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019).
- N Maskuroh, Peran Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro), *Skripsi* (IAIN Metro), 2019.
- Nur Fitriyati, Studi Tentang Pengelolaan Pasar Tradisional Pada Unit Pasar Suruh Kabupaten Semarang, *Skripsi* (Universitas Diponegoro Semarang, 2016).

- Oktariana dan Wahyudi, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional, *Jurnal Ekonomi & Manajemen Dinamika*, Semarang, Unnes Semarang, 2017.
- Radix Prima Dewi, *Studi Kasus - Metode Penelitian Kualitatif*, (2019).
- Malfirah Rahmah, Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pasar Sentral Bonea Kab. Selayar, *Skripsi* (Universitas Muhammadiyah Makassar), 2018.
- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (University Mulawarman 2016).
- Quraish shihab, Tafsir Q.S Sad (38) ayat 28. <https://tafsirq.com/38-sad/ayat-28#tafsir-quraish-shibab>.
- Shobirin Shobirin, *Bisnis dan Manajemen Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).
- Siti Jubaidah Hasibuan, Analisis Potensi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tradisional Keluarga Jalan Hos Cokroaminoto Kelurahan Simpang III Sipin Kota Jambi, *Skripsi* (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020).
- Sudaryono, *Dasar-dasar Evaluasi Pembelajaran*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5356/1/HUMAIDA.pdf>.
- Syahrum and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012).
- Taufiq Taufiq, Memakan Harta Secara Batil (Perspektif Surat An-Nisa: 29 Dan At-Taubah: 34), *Jurnal Ilmiah Syariah* (Surabaya:2018).
- Wardi Ahmad Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Cet V Jakarta: Amzah, 2019).
- Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Cet V Depok: PT Raja Grafindo Persada).
- Yosi Suryani, Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional, *Jurnal* (Politeknik Negeri Padang, 2015).