

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam sesungguhnya secara inheren merupakan konsekuensi logis dari kesempurnaan Islam itu sendiri. Islam haruslah dipeluk secara kafah dan komprehensif oleh umatnya. Islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan keislamannya dalam seluruh aspek kehidupannya. Sangatlah tidak masuk akal, seorang muslim yang menjalankan shalat lima waktu, lalu dalam kesempatan lain ia juga melakukan transaksi keuangan yang menyimpang dari ajaran Islam.

Dalam mewujudkan kehidupan ekonomi sesungguhnya Allah telah menyediakan sumber daya-Nya di alam raya ini. Allah SWT mempersilahkan manusia untuk memanfaatkannya, sebagaimana firman-Nya dalam:

1. QS, Al-Baqarah (2) ayat 29 :

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.

(Mustafa, 2006)

Manusia dalam memenuhi kehidupannya selalu tidak dapat lepas dari kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang dimaksud di sini ialah produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam perkembangan kegiatan ekonomi bertujuan untuk mencari keuntungan sehingga tidak dapat dipisahkan oleh kegiatan bisnis. Dalam beberapa literature pun bisnis ini didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang prinsipnya bertujuan mendapatkan keuntungan sebagai hasil akhir. (Husien, 2005)

Dalam Islam kegiatan bisnis merupakan cabang dari kegiatan muamalah yang merupakan hubungan horizontal antara manusia dengan manusia (*habluminannas*), tetapi dalam pelaksanaannya juga dapat sebagai kegiatan ibadah (*habluminallah*) apabila antara dan perintah pelaksanaannya disandarkan kepada Allah SWT. (Aedy, 2002)

Manusia pada hakikatnya tidak lepas dari interaksi sosial dengan manusia lainnya dimanapun dan pada saat apapun. Salah satu interaksi sosial yang dapat di lihat adalah interaksi sosial antara pedagang dan pembeli di pasar.

Dalam Alqur'an,perdagangan dijelaskan dalam tiga bentuk,yaitu *tijarah* (perdagangan), *bay*(menjual) dan *syira* (membeli). Selain istilah tersebut masih banyak lagi istilah-istilah yang berkaitan dengan perdagangan, seperti *dayn*, *amwal*, *rizq*, *syirkah*, *dharab*, dan sejumlah perintah melakukan perdagangan dalam QS.Al-Jum'ah/62:9

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ

وَذُرُوا الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٦٢﴾

Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Dalam berdagang bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berdagangan tidak diperkenankan melanggar syariat, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis.

Adapun kegiatan perdagangan yang biasanya terjadi yaitu; memproduksi, memasarkan, bekerja, memperkerjakan, tukar menukar, jual beli dan interaksi manusia dengan manusia lainnya dengan tujuan atau maksud mencari keuntungan, yang semua kegiatan itu sah menurut Islam, akan tetapi harus berkesesuaian dengan jiwa yang Islami. Salah satu kegiatan dalam perdagangan adalah melakukan pemasaran dan penawaran.

Pasar dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi memang sangat berpengaruh khususnya dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik di pusat maupun daerah. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu baik yang disebut pusat

perbelanjaan, pasar Kindai Limpuar Gambut, pertokoan, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar Kindai Limpuar Gambut adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, pemerintah swasta dengan tempat usaha berupa toko 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 dengan melalui tawar-menawar. Pasar Kindai Limpuar Gambut ini terletak di Kalimantan Selatan, Banjarmasin Jln A. Yani Km. 14.00 Gambut.

Keragaman para pedagang yang ada di pasar Gambut ini ada beberapa penjual ada yang menjual sembako, pakaian-pakaian, sayur mayor, lauk-pauk, berbagai jenis makanan dan lain-lainnya dan ada beberapa faktor yang mendasari baik dari internal maupun eksternal menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, harga, diskon, bonus, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah dari harga biasanya. Namun disini peneliti lebih memfokuskan penelitiannya terhadap para pedagang kue tradisional dikarenakan kue tradisional saat ini sudah menjadi konsumen hampir setiap hari oleh masyarakat di Gambut baik anak-anak, remaja maupun dewasa.

Memperhatikan para pedagang kue tradisional di pasar Gambut ini maka yang muncul permasalahan ingin mengetahui dan meneliti bagaimana manajemen pemasaran yang sebenarnya oleh pedagang kue tradisional ini

dalam menjalankan usahanya dan apa saja yang menjadi kendala yang dihadapi oleh pedagang kue tradisioanl dalam menjalankan usahanya.

Bedasrkan uraian diatas,maka peneliti merasa untuk mengetahui dan meneliti lebih jauh tentang manajemen pemasaran para pedagang kue tradisional di pasar Gambut yang disajikan dalam skripsi yang berjudul **“MANAJEMEN PEMASARAN PEDAGANG KUE TRADISIONAL KHAS BANJAR DI PASAR KINDAI LIMPUAR GAMBUT”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang akan di telitik adalah :

1. Bagaimana manajemen pemasaran pedangan kue tradisional dalam menjalankan usahanya di pasar Kindai Limpuar Gambut ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pedagang kue tradisional dalam menjalankan usahanya di pasar Kindai Limpuar Gambut ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Gambaran manajemen pemasaran pedagang kue tradisional dalam menjalankan usahanya di pasar Kindai Limpuar Gambut
2. Kendala yang dihadapi yang dilakukan pedagang kue tradisional dalam menjalankan usahanya di pasar Kindai Limpuar Gambut.

D. Signifikasi penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai :

1. Bahan informasi bagi peneliti lain yang berkeinginan mengkaji lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang atau aspek yang berbeda.
2. Bahan untuk menambah dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya sehubungan dengan permasalahan yang diteliti.
3. Sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan pada khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dengan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi sebagai berikut :

1. Manajemen

Manajemen (*management*) adalah pencapaian tujuan-tujuan organisasional secara efektif dan efisien melalui perencanaan, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya-sumber daya organisasional. (Daft R. L., 2010)

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

3. Pedagang Kue Tradisional

Pedagang kue/ pedagang kaki lima adalah orang-orang atau golongan ekonomi menengah yang berjualan barang kebutuhan sehari-hari, makanan, atau jasa dengan modalnya yang relatif kecil, modal

sendiri, atau modal pinjaman dari pihak lain, yang berjualan di tempat pasar yaitu di pasar Kindai Limpuar Gambut Kabupaten Banjar.

F. Kajian Pustaka

Bedasarkan pengamatan mengenai penelitian yang pernah dilaksanakan sebelumnya yang dapat penulis dokumentasikan sebagai kajian pustaka yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar 2018 dengan judul *“Strategi Pemasaran Pedagang Tas di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Islam”* penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pedagang tas di pasar Sentra Antasari Banjarmasin bedasrkam perspektif Islam yaitu banyak berdoa dan jujur dalam berdagang, menekankan kepuasan konsumen melalui pelayanan seperti ramah tamah, tidak berlaku kasar terhadap para pelanggan, selalu mencari model terbaru/terupdate, membuka toko cabang baru dengan memberikan inovasi yang berbeda, promosi melalui sosial media, dan internet untuk memperluas jangkauan pemasaran, harga, dari 100% mengambil keuntungan sekitar 15-20%, sering-sering menawarkan ke pelanggan yang lewat di muka toko, mengobral barang-barang yang sudah lama, dengan cara menurunkan harga penjualan ke pelanggan, menyusun barang-barang jualan dengan rapi, sering berbicara dan

membuat suasana asyik serta sering bercanda dengan pelanggan, kenali pelanggan, dengan cara mengajak berbicara mereka.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fathul Eka Safitri 2011 dengan judul "*Strategi Pemasaran Es Krim Miami (Studi Pada Agen Es Krim Miami PT.Kaltim Houten)*". Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui seperti apa strategi pemasaran es krim Miami PT. Kaltim Houten di Banjarmasin dan faktor apa saja yang menjadi kendala dalam melakukan pemasaran. Setelah diadakan penelitian ternyata perusahaan es krim Miami baik agen ataupun para penjual es krim Miami mempunyai strategi pemasaran masing-masing tetapi dengan tujuan yang sama-sama untuk mencari keuntungan serta mempertahankan pelanggannya, dan dari strategi pemasarannya juga agen ataupun para penjual es krim Miami PT.Kaltim Houten di Banjarmasin sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah dilihat dari penjual nya yang berlaku jujur (*shiddiq*) meskipun dari 8 informan han 6 informan saja yang menerapkan prinsip syariahnya sedang yang 2 nya tidak. Adapun dari segi kendala yang di hadapinya yaitu dilihat dari faktor lingkungan, alam, maupun persaingan yang kurang bersahabat.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut yaitu :

Bab I pendahuluan, terdiri atas : latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang menjadi bahan acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan mengenai Pengertian pasar dan pedagang kaki lima, pengertian manajemen pemasaran.

Bab III Metode penelitian yang merupakan cara untuk melakukan penelitian di lapangan, yang terdiri atas: jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisa serta tahapan penelitian.

Bab IV Merupakan laporan hasil penelitian dan hasil analisa data yang terdiri atas: Deskripsi data yang di peroleh, serta penyajian data dan analisa data kasus perkasus.

Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.