

ABSTRAK

Nuryanti. 2017. *Eksistensi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Di Tengah Persaingan Usaha*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Pembimbing: (1) H. Bahran, S.H, M.H. (2) Erisa Nilasari, S.P, M.P.

Kata Kunci: Pasar, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), dan Perilaku Konsumen.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya pasar modern yang bermunculan sekarang ini. Pasar tradisional menjadi salah satu jantung perekonomian masyarakat. Pesatnya pembangunan pasar modern berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Keberadaan pasar modern yang semakin meningkat dapat berpengaruh terhadap tingkat perekonomian Indonesia termasuk juga didalamnya perekonomian daerah. Dengan adanya keberadaan pasar modern ini dikhawatirkan dapat menggeser pasar tradisional yang sejak dulu telah ada. Dari semua ini maka muncul pertanyaan mengenai bagaimana eksistensi pasar modern dan pasar tradisional ditengah persaingan usaha dan bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam persaingan pasar modern dan pasar tradisional tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi pasar modern dan pasar tradisional ditengah persaingan usaha dan mengetahui pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam persaingan pasar modern dan pasar tradisional.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis komparatif konstan (*constant comparative analysis*). Sumber data dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen giant ekstra dan pasar Ahad. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah 20 orang informan. 10 orang informan pembeli dipasar modern giant ekstra dan 10 orang informan pembeli pasar tradisional pasar ahad.

Berdasarkan hasil penelitian dapat kesimpulan bahwa eksistensi pasar modern giant ekstra lebih besar daripada pasar tradisional pasar ahad. Perilaku konsumen dalam persaingan pasar modern dan pasar tradisional sudah sesuai dan tidak bertentangan dengan pandangan ekonomi Islam, dilihat dari tidak adanya batasan ataupun larangan dalam Islam ketika memilih tempat berbelanja, produk yang ingin dibeli, ataupun harga dari produk tersebut, yang terpenting dalam aspek konsumsi harus diperhatikan halal-haram, baik, bersih, tidak menjijikkan, tidak boros, dan tidak bermegah-megah.