

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PEDAGANG SAYUR UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung)**

SKRIPSI

**Oleh:
ILHAM FAJAR RAMADHAN
NPM. 1651010488**

Prodi: Ekonomi Syari'ah

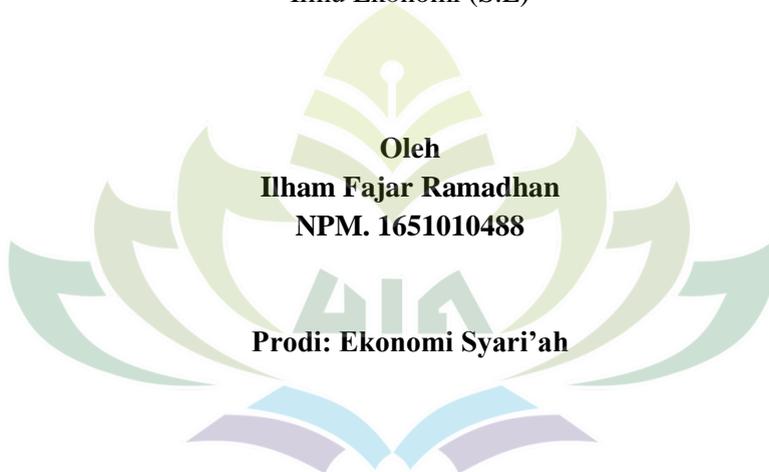


**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
PEDAGANG SAYUR UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam
Ilmu Ekonomi (S.E)



**Pembimbing I : Nurlaili, S.Ag., M.A.
Pembimbing II : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Suata usaha atau bisnis dalam dunia perdagangan merupakan hal yang penting dalam kehidupan karena dari perdagangan tersebut maka seseorang akan memperoleh hasil yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keberhasilan dari suatu usaha yang dilakukan ditentukan dengan kemampuan seseorang dalam membangun strategi. Salah satu kegiatan perdagangan tersebut ialah kegiatan perdagangan sayuran yang berada di Pasar Jatimulyo kecamatan Jati Agung. Banyaknya pedagang tersebut menyebabkan terjadinya perbedaan pendapatan antar pedagang yang mana setiap pedagang juga mempunyai strategi pengembangan usahanya masing-masing. Strategi pengembangan yang dilakukan para pedagang tersebut bisa kita lihat dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pedagang pasar (SWOT) untuk meningkatkan pendapatan serta pandangan ekonomi islam terhadap Strategi Pengembangan Usaha Yang Dilakukan Oleh Pedagang Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung. Penelitian yang di gunakan adalah penelitian lapangan (Field Researc) serta didukung dengan penelitian kepustakaan yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah sumber data primer yang di peroleh secara langsung dengan cara wawancara dan juga kuesiner pada pedagang Pasar Jatimulyo dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan data yang releva.. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Adapun hasil dari penelitian SWOT pada Pedagang Sayur pasar Jati Mulyo faktor internal streng (kekuatan) dan faktor eksternal opportunity (peluang) memiliki skor nilai 3,57 dan 3,96 yang lebih besar daripada weakness (kelemahan) dan threats (ancaman) serta berada pada kuadran 1 dimana pada kuadran ini situasi para pedaganga sayur sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang baik. Usaha perdagangan pedagang sayur tersebut dapat terus berkembang dengan memanfaatkan faktor internal dan eksternal yang ada. Kemudian dalam islam strategi perdaganan haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Selain itu starategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan juga harus memenuhi norma-norma dan nilai-nilai syariah serta tidak didapatkan dengan cara yag bathil.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Pedagang Sayuar, Pendapatan, Perspektif Ekonomi Islam



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bnadar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Fajar Ramadhan
NIM : 1651010488
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 12 Juni 2022

Penulis,



Ilham Fajar Ramadhan

NPM. 1651010488



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bhadar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung)

Nama : Ilham Fajar Ramadhan

NPM : 1651010488

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimonaqsyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Nurlaili, S.Ag., M.A.

NIP. 197710152005012003

Pembimbing II,

Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak.

NIP.-

Ketua Jurusan

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

NIP. 198208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bnadar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung)” disusun Ilham Fajar Ramadhan, NPM.1651010488 program studi Ekonomi Syariah, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal: Selasa/ 13 Desember 2022

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I (.....)

Sekretaris : Nurhayati, M.M. (.....)

Penguji I : Dimas Pratomo, M.E. (.....)

Penguji II : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak. (.....)

Tersuratgetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ambung Sularto, M.M., C.A., Akt.
26200801008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: "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 di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Qs.An-Nisa/4:29)¹



¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), AlQuran Surah An-Nisa/4:29

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil Alamin. Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai waktunya. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan saya sayangi yaitu bapak Suyanto dan ibu Supriyani yang telah mendoakan dengan ikhlas setulus hati, memberikan kasih sayang, motivasi, dan dukungan setiap harinya dalam menuntut ilmu. Semoga Allah SWT selalu memberikan rasa syukur, kebahagiaan, dan keselamatan kepada kita semua baik di dunia maupun di akhirat. Aamin
2. Adik-adikku tercinta Kurnia Putri Isnaini, Alya Tri Rahmawati, Ameera Astia Paranita, dan Muhammad Abyan Eshan.
3. Almamater kampusku tercinta UIN Raden Intan Lampung dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) tempat menimba ilmu.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ilham Fajar Ramadhan. Lahir di Bandar Lampung tepatnya pada tanggal 26 Januari 1998. Putra ke 1 dari 5 bersaudara buah hati dari bapak Suyanto dan ibu Supriyani dengan riwayat pendidikan sebagai berikut:

1. TK Dewi Sartika Kota Bandar Lampung, pada tahun 2003-2004.
2. SDN 1 Sukabumi Indah Kota Bandar Lampung, pada tahun 2004-2010.
3. SMPN 24 Bandar Lampung, pada tahun 2010-2013.
4. SMAN 5 Bandar Lampung, pada tahun 2013-2016.
5. Melanjutkan pendidikan perguruan tinggi S1 pada tahun 2016 di UIN Raden Intan Lampung Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI).



KATA PENGANTAR

Assalammualaikum, Wr. Wb

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang yang telah memberikan rahmat karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung)”**. Sholawat serta salam di sampaikan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu ekonomi islam.

Penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menhaturkan ucapan terima kasih yang sebesarbesarnya kepada:

1. Prof. H. Wan Jamaluddin Z, M.Ag., Ph.D. selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung.
2. Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., C.A., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah. Dan Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Nurlaili, S.Ag., M.A. Selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tulus dan ikhlas meluangkan waktunya.
5. Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak. selaku pembimbing II yang dengan sabar membimbing, memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tulus dan ikhlas meluangkan waktunya.
6. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Intan Lampung yang telah

bersedia memberikan ilmu pengetahuan, inspirasi, motivasi dari semester 1 hingga semester 7.

7. Seluruh pihak Kelurahan Jatimulyo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di pasar Jatimulyo sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pedagang pasar tradisional Jatimulyo yang telah bersedia menjadi responden sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Gsquad selaku teman sekelas dan seluruh Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang telah memberikan rasa kekeluargaan, dan semangat dalam mengerjakan tugas dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat terbaikku Mustikasari, Iqbal, Adit, Lian, Irwan, Diora, dan Aurel, tidak lupa pula kepada sahabat kecil saya di Sukarawa Waris, Ipok, Memet, Porong, Dafa, Tio, Edo, Amin yang telah memberikan rasa kekeluargaan, motivasi, dan semangat satu sama lain dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih sangat jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik ALLAH SWT semata. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi rujukan penyempurnaan pada peneliti selanjutnya dalam ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, 12 Juni 2022

Ilham Fajar Ramadhan

1651010488

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
H. Metode Penelitian.....	13
I. Sistematika Pembahasan	25

BAB II LANDASAN TEORI

A. Grand Teori Manajemn Stategis.....	27
B. Pengembangan Usaha.....	29
1. Pengertian Pengembangan Usaha.....	29
2. Tahapan Pengembangan Usaha	30
C. Pedagang Pasar.....	31
1. Pengertian Pedagang.....	31
2. Perdagangan dalam Islam	32
3. Norma Perilaku Dalam Berdagang	37
D. Pendapatan.....	42
1. Pengertian Pendapatan.....	42
2. Macam-macam Pendapatan	43

3.	Sumber Pendapatan.....	44
4.	Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	45
5.	Pendapatan Menurut Islam	46
E.	Analisis SWOT	48
1.	Pengertian Analisis SWOT	48
2.	Manfaat Analisis SWOT	50
3.	Keunggulan Analisis SWOT	51
4.	Keterbatasan Analisis SWOT	51
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		53
A.	Gambaran Umum Objek.....	53
B.	Penyajian Data dan Fakta Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN		61
A.	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.....	61
B.	Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan.....	70
BAB V PENUTUP		75
A.	Kesimpulan.....	75
B.	Saran	75
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Strategi Pedagang Sayur di Pasar Jatimulyo	5
Tabel 2 Pendapatan Pedagang Sayur di Pasar Jatimulyo	7
Tabel 3 Matriks SWOT	19
Tabel 4 Sarana dan Prasarana (Fasilitas) Pasar Jatimulyo	54
Tabel 5 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Usia	57
Table 6 Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pekerjaan	57
Table 7 Pendapatan Narasumber	58
Tabel 8 Hasil Jawaban Responden IFAS	62
Tabel 9 Hasil Matrik IFAS	63
Tabel 10 Hasil Jawaban Responden EFAS	65
Table 11 Hasil Matrik EFAS	66
Tabel 12 Hasil Matrik SWOT	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Matriks Eksternal-Internal	23
Gambar 2 Diagram SWOT	24
Gambar 3 Hasil Diagram SWOT	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Perrtanyaan Wawancara
- Lampiran 3 Daftar Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Wawancara
- Lampiran 5 Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal sebelum menguraikan pembahasan dalam skripsi ini. Maka perlu adanya penegasan dengan penjelasan terhadap istilah dan maksud pada skripsi ini, agar tidak terjadi kekeliruan kepada pembaca mengenai skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung)**”. Adapun definisi dari istilah-istilah tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Analisis** merupakan cara berfikir. Hal ini berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan.¹
2. **Strategi** adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dalam jangka waktu yang relatif singkat, serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.²
3. **Pengembangan** adalah proses, cara, dan pembuatan pengembangan.³
4. **Usaha** secara istilah berarti kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung); perdagangan; perusahaan.⁴

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 244.

² SP Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. (Jakarta Bumi Aksara, 2001), 102.

³ “Perkembangan” (on-line) tersedia di <https://kbbi.web.id/kembangdiakses> pada 28 November 2020.

⁴ “usaha” (on-line) tersedia di kbbi.kata.web.id/?s=Usaha diakses pada 28 November 2020.

5. **Pedagang** adalah orang yang melakukan perdagangan, dengan cara memperjualbelikan barang yang di produksi sendiri atau tidak di produksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.
6. **Pasar** adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa.
7. **Pendapatan** adalah jumlah uang atau keuntungan yang di terima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang di lakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk dan atau penjualan jasa kepada konsumen.
8. **Ekonomi Islam** adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas didalam kerangka Syariah Islam.⁵

B. Latar Belakang Masalah

Suata usaha atau bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara memiliki suatu usaha. Pengembangan suatu usaha ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju seorang pengusaha, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif.⁶ Proses penyusunan strategi sangat dibutuhkan dalam suatu usaha, karena strategi merupakan perencanaan jangka pendek maupun panjang yang menentukan tingkat keberhasilan seseorang dalam suatu usaha.

⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 17.

⁶ AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 11.

Konsep strategi berkembang mulai dari alat untuk mencapai tujuan kemudian berkembang menjadi alat menciptakan keunggulan bersaing dan selanjutnya menjadi tindakan dinamis untuk memberikan kekuatan motivasi kepada seorang pengusaha agar usahanya tersebut dapat memberikan kontribusi secara optimal.⁷ Oleh karena itu suatu strategi pengembangan usaha dapat dilihat dari langkah-langkah pengembangan yang akan dan telah dilakukan dalam sebuah usaha tersebut apakah dapat berjalan dengan baik atau tidak berjalan seperti yang diinginkan dan bahkan menjadi gagal.

Salah satu usaha yang dilakukan untuk memperoleh penghasilan ialah dengan berdagang. Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar dan merupakan usaha seorang pedagang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, menjual belikan produk untuk memperoleh keuntungan.⁸ Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan cara berdagang.⁹ Perdagangan dalam Islam adalah salah satu bentuk karunia dari Allah yang tujuannya untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi pelakunya, serta keutamaan mulianya profesi berniaga. Seperti pada surat Al-Baqarah ayat 198:¹⁰

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ 

Artinya : “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”

⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 12.

⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, , (Jakarta: Balai Pustaka, 1990). h. 180

⁹ Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam, Dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.) Cet Ke-I. h. 29

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), AlQuran Surah Al-Maidah/5:87

Ayat diatas menjelaskan, Allah memberikan kebebasan (tidak dosa) kepada setiap hamba-Nya yang melakukan perniagaan atau perdagangan sebagai pekerjaan. Dengan tujuan untuk mendapatkan rizki dan untuk memenuhi kebutuhan keluarga serta diniatkan untuk mencari karunia Allah SWT.

Usaha berdagang merupakan salah satu alternatif lapangan kerja informal, yang ternyata banyak menyerap tenaga kerja, seperti pedagang di pasar tradisional. Salah satu pedagang pasar tradisional tersebut ialah pedagang sayur. Pedagang sayur yang dimaksud dalam hal ini ialah pedagang yang berjualan sayuran seperti bayam, kangkung, kacang panjang, timun, sawi dan berbagai macam sayur mayur lainnya. Pedagang sayur yang berdagang di pasar juga bervariasi mulai dari anak muda sampai orang tua, laki-laki ataupun juga wanita.

Kegiatan perdagangan yang dilakukan ini tak lain ialah usaha untuk dapat menghasilkan pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Pendapatan adalah sesuatu yang diterima seseorang sebagai hasil kerja (usaha).¹¹ Pendapatan yang diperoleh pedagang juga berupa keuntungan yang digunakan untuk menambah modal atau dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari¹². Kegiatan perdagangan sayur dengan strategi yang telah diterapkan masing masing pedagang ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mencari atau mengusahakan agar ada pembeli atau permintaan pasar yang cukup baik atau banyak terhadap barang dan jasa yang dipasarkan pada tingkat harga yang menguntungkan.¹³ Strategi usaha yang diterapkan inilah yang membuat pendapatan yang diterima setiap pedagang sayur dalam berdagang relatif berbeda dengan pedagang sayur lainnya.

¹¹ Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi*, (Surakarta: PT. Aksara Sinergi Media, 2012). h. 229

¹² Anton Sudrajat. "Analisis Faktr-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Mulim: Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagastaru Cirebon". ADDIN Vol. 8 No.1, Februari 2014

¹³ Simon Matakena, "Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur-Sayuran Daun Di Pasar Sore Siriwini Distrik Nabire Kabupaten Nabire". Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikanan, Volume 3 Edisi 1 (Mei 2010)

Dalam hal ini kegiatan penjualan sayur merujuk pada kegiatan pedagang sayur yang berada di pasar dan memiliki kios sendiri. Pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat dan merupakan tempat terjadi transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli. Selain itu proses transaksi jual beli di pasar juga memungkinkan konsumen untuk dapat melakukan tawar menawar dengan pedagang untuk mendapatkan harga yang pas untuk produk atau barang yang dinginkannya

Salah satu pasar tradisional yang ada di Provinsi Lampung adalah Pasar Jatimulyo. Pasar Jatimulyo adalah pasar yang menyediakan barang secara grosir dan eceran di Lampung Selatan. Di Pasar Jatimulyo umumnya pembelinya juga merupakan pedagang yang berasal dari Jatimulyo, Tanjung Bintang, Bandar Lampung dan sekitarnya. Di pasar ini aktifitas ekonomi cukup tinggi, terdapat 118 pedagang yang berjualan di pasar ini dengan 45 pedangan sayur yang memiliki kios sendiri.¹⁴

Banyaknya pedagang sayur yang berada dipasar Jati mulyo ini menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan yang diterima para pedagang dalam menjajakan dagangannya sehingga terjadinya perbedaan pendapatan antar pedagang. Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik internal maupun eksternal menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda pula, mulai dari penentuan harga, cara mempromosikan barang, memberikan harga diskon, dan lain sebagainya menyebabkan adanya perbedaan pendapatan para pedagang sayur tersebut. Berikut adalah strategi yang digunakan para pedagang sayur di pasar Jatimulyo berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan.

¹⁴ Surya, "Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan pendapatan Pedagang Sayur di Pasar Jatimulyo" *Wawancara*, 19 November 2020.

Tabel 1
Strategi Pedagang Sayur di Pasar Jatimulyo

No	Starategi
1.	Memberikan harga grosir kepada pembeli yang di ingin di jual lagi
2.	Sayuran yang di jual harus segar
3.	Membuat nyaman pembeli saat sedang berada di kios nya
4.	Bekerja sama dengan rumah makan
5.	Melayani pembelian by nota, seperti mengambil barang terlebih dahulu dan membayar nya sesuai dengan jumlah barang yang terjual
6.	Bekerja sama dengan institusi seperti lapas
7.	Salalu jujur dalam setiap melakukan transaksi
8.	Tidak sombong dengan pembeli dan harus senyum
9.	Sayuran yang di sediakan bervariasi
10.	Menjual barang sesuai yang di butuhkan oleh konsumen

Sumber: Pedagang Pasar Jatimulyo, 2020

Selain strategi berdagang yang digunakan para pedagang sayur tersebut, pendapatan para pedagang sayur yang berjualan dipasar juga dapat dipengaruhi oleh tingkat penjualannya, dimana semakin tinggi penjualan akan semakin besar pula pendapatan yang mereka terima. Begitu juga dengan modal, Semakin besar modal yang digunakan pedagang akan semakin besar pula pendapatan yang akan mereka peroleh.¹⁵ Dalam hal ini dapat diketahui bahwa modal akan mempengaruhi penjualan karena dengan semakin besar modal yang digunakan maka para pedagang sayur dapat menyediakan lebih banyak variasi sayur yang dibutuhkan konsumen dan jumlah sayuran yang disediakan juga cukup banyak. Sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk

¹⁵Ermanita E, Defidelwina, & Ferawasni . “*Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Desa Muara Musu Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu*”. Jurnal Sungkai Vol. 1 No.2, Edisi Agustus 2013Hal : 48-56

membeli sayuran yang telah disediakan oleh para pedagang sayur tersebut. Dengan begitu maka pendapatan yang diterima pun akan semakin besar.

Pemilihan tempat untuk berdagang pun akan menimbulkan dampak terhadap tingkat pendapat para pedagang sayur tersebut dimana pemilihan tempat yang strategis dengan tersedianya berbagai macam sayuran serta mudah dijangkau oleh para konsumen sering kali membuat mereka lebih tertarik untuk berbelanja dari pada harus mencari ketempat lain yang sulit dijangkau. Selain itu pengalaman berdagang juga merupakan hal yang penting dan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang karena pengalaman yang berbeda pada setiap pedagang membuat kinerja mereka dalam berdagang pun juga berbeda semakin banyak pengalaman yang mereka miliki maka semakin baik pula kinerja mereka dalam menjual barang dagangannya sehingga dengan begitu maka para pedagang mampu menghasilkan pendapatan yang mereka harapkan yang juga sesuai dengan kinerja yang telah mereka lakukan.

Kemudian para pedagang sayur yang berjualan dipasar pada umumnya memiliki jam kerja atau jam berdagang setiap harinya. Yang mana biasanya jam kerja tersebut berbeda antar pedagang satu dengan pedagang lainnya. Ada yang mulai dari subuh hingga siang dan ada juga yang mulai dari sore hingga malam. Perbedaan jam berdagang ini pula lah yang juga membedakan tingkat pendapatan yang di peroleh oleh masing-masing pedagang

Menurut data yang diperoleh melalui wawancara terhadap 45 pedagang di Pasar Jatimulyo tersebut, penulis mendapati bahwa masing-masing pedagang di Pasar Jatimulyo telah memiliki strategi pengembangan usaha yang berbeda-beda. Namun disini lain penulis juga menemukan bahwa terdapat adanya perbedaan pendapatan yang cukup tinggi antara beberapa pedagang dan pedagang lainnya, serta ketimpangan jumlah pendapatan yang juga cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 2
Pendapatan Pedagang Sayur di Pasar Jatimulyo

No	Pendapatan perbulan (Rp)	Orang	Persen
1	2.500.000 – 6.000.000	18	40%
2	7.000.000 – 10.000.000	14	31,1%
3	10.000.000-15.000.000	9	20%
4	<15.000.000	4	8,9%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Pedagang Pasar Jatimulyo, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 18 orang pedagang atau 40% memiliki pendapatan dengan kisaran diantara Rp.7.000.000-Rp. 10.000.000 setiap bulannya. Bahkan 14 orang atau 31,1% memiliki penghasilan kurang dari Rp. 6.000.000 perbulan. Dan 9 orang atau 20% memiliki pendapatan Rp.10.000.000-Rp.15.000.000. Disisi lain hanya 4 orang atau 8,9% yang memiliki pendapatan diatas Rp.15.000.000. perbulan.

Ketimpangan pendapatan pedagang sayur yang terjadi di pasar Jatimulyo disebabkan tidak tepatnya strategi pengembangan usaha yang di gunakan serta kurangnya pengetahuan pedagang mengenai strategi yang baik untuk memanfaatkan kelebihan atau pun peluang yang ada di setiap kegiatan perdagangan yang dilakukan. Suatu usaha harus memiliki strategi yang tepat agar mampu menghadapi setiap perubahan yang ada. Penggunaan formulasi strategi analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) sering sekali digunakan untuk memformulasikan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi usaha. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).¹⁶ Dengan menggunakan analisis SWOT maka akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang digunakan untuk dapat

¹⁶ Rangkuti, F. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama., 2001)

meyelesaikan masalah ketimpangan pendapatan yang ada pada pedagang sayur di Pasar Jatimulyo.

Berdasarkan dari uraian di atas hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Sayur Untuk Meningkatkan Pendapatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung)”**.

C. Fokus Penelitian

Guna fokus penelitian pada penelitian adalah agar penelitian yang akan dilakukan oleh penulis tidak melebar permasalahannya, maka dari itu penulis menentukan fokus penelitian yang akan diteliti yaitu menganalisis strategi pengembangan usaha pedagang sayur untuk meningkatkan pendapatan pedagang pada Pasar Jatimulyo, Kecamatan Jati Agung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung ?
2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung ?

E. Tujuan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

2. Untuk Menjelaskan Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pedagang Pasar Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

F. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi temuan baru lainnya tentang strategi pengembangan usaha pedagang pasar untuk meningkatkan pendapatan dalam perspektif ekonomi Islam. Selain itu penelitian ini juga bisa menjadi bahan rujukan, pembelajaran dan pertimbangan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya prodi Ekonomi Islam untuk bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pedagang

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi pengembangan pasar di pasar Jatimulyo.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi dan referensi guna mengadakan penelitian serupa.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Adapun beberapa literatur atau skripsi yang di temukan oleh penulis. Yang mana terdapat beberapa yang memiliki topik yang sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya, antara lain adalah sebagai berikut:

Pertama, Hera Emelya yang berjudul “Strategi Pedagang Sayur dalam Pengembangan Usaha di Pasar Korpri Bandar Lampung”. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai metode pelengkap. Analisa data menggunakan analisa kualitatif dan

menggunakan metode berpikir induktif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di pasar korpri Bandar Lampung adalah menggunakan teknik promosi. Harga merupakan salah satu unsur penting yang akan menentukan sebuah keberhasilan dari usaha yang dijalankan. Metode promosi yang digunakan biasanya dengan memberikan discount kepada konsumen yang membeli berbagai jenis sayuran lebih dari dua potong/ikat sayuran. Dari segi modal pedagang dalam menjalankan usahanya mereka menggunakan modal sendiri dan modal tabungan pribadi. Kualitas sayuran yang dipasarkan juga memiliki kualitas yang bagus, tidak busuk dan masih segar. Dalam melayani pelanggan, pedagang mengutamakan keramah tamahan, sopan dan rendah hati, bersikap jujur dan juga memberikan kesan baik kepada pelanggan.¹⁷

Kedua, Purnama yang berjudul Strategi Dagang yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapili Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji Tri Angulasi teori dan data sebagai model analisis datanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam strategi dagang yang di terapkan oleh para pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli diantaranya; strategi dalam menetapkan harga, strategi dalam penjualan barang (produk), strategi dalam mencari pelanggan serta mempertahankan pelanggan dan strategi dalam pengambilan keuntungan. Berdasarkan triangulasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa strategi dagang yang diterapkan oleh para pedagang sayur keliling belum sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan observasi langsung dan wawancara dengan beberapa konsumen yang mengungkapkan bahwa terdapat beberapa pedagang sayur keliling yang menjual dagangannya dalam keadaan yang tidak

¹⁷ Hera Emelya, “Strategi Pedagang Sayur dalam Pengembangan Usaha di Pasar Korpri Bandar Lampung”, Skripsi (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Randen Intan Lampung, 2019)

segar, seperti sayuran-sayuran yang sudah layu (tidak segar), dan juga adanya barang dagangan lain seperti ikan yang matanya sudah memerah dan lain-lain sebagainya. Hal tersebut memberikan indikasi bahwa strategi dan implikasi tidak berjalan.¹⁸

Ketiga, Indah Superti yang berjudul “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)”. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Metode Analis Kualitatif, Hasil dari penelitian ini adalah bahwa manajemen pengelolaan pasar tradisional simpang agung baik jika di lihat dari aspek penyediaan infrastruktur, perbaikan sarana dan prasarana pengelolaan yang kurang baik menimbulkan pengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil dalam hal yang negatif, serta dalam pandangan Ekonomi Islam manajemen pengelolaan pasar tradisional simpang agung belum memiliki sifat dan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, antara lain prinsip kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan.¹⁹

Keempat, Ermanita Erlis, Defidelwina, dab Ferawasni yang berjudul Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Desa Muara Musu Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu. Penelitan ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian maka variabel yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayur keliling yaitu modal, jumla produk yang dijual, lama waktu berjualan dan jarak dengan tingkat kesalahan 5 persen. Modal yang digunakan pedagang sayur keliling akan dapat menentukan seberapa banyak jenis produk yang akan dijual. Semakin besar modal yang digunakan

¹⁸ Purnama, Muslimin Kara,” *Strategi Dagang yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapili Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*” Jurnal Iqtisaduna Vol.3, No. 2 (2017),

¹⁹ Indah Superti, “*Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)*”, *Skripsi* (Fakultas Ekonomi dan Bis nis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2017)

maka semakin besar pendapatan yang diperoleh pedagang sayur keliling banyaknya jumlah produk yang dijual oleh pedagang sayur keliling maka akan membuat pelanggan semakin banyak karena produk yang dijual bermacam-macam. Serta Semakin jauh perjalanan yang ditempuh maka semakin banyak konsumen yang ditemui dan membeli kepada pedagang sayur keliling. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang sayur keliling.²⁰

Kelima, Purnama dan Muslimin Kara penelitian yang berjudul “Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Sayur Kelling Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Mapili Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan Model Analisis data yang digunakan ialah uji Tri Angulasi teori dan data. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam strategi dagang yang di terapkan oleh para pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli diantaranya ; strategi dalam menetapkan harga, strategi dalam penjualan barang (produk), strategi dalam mencari pelanggan serta mempertahankan pelanggan dan strategi dalam pengambilan keuntungan. Berdasarkan triangulasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa strategi dagang yang diterapkan oleh para pedagang sayur keliling belum sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni, penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif serta variabel dependent yang digunakan yaitu pendapatan serta membahas mengenai mekanisme pengembangan usaha dan menambahkan sudut pandang Ekonomi Islam dalam pendapatan.

²⁰ Ermanita & Ferawasni, *ibid* .45-46

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research). Field Research di gunakan dengan cara menggali data atau sumber informasi dari lokasi atau penelitian lapangan yang dilakukan dalam kancah yang sebenarnya. Dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian pustaka (Library Research).

Berdasarkan penelitian yang akan di lakukan oleh penulis adalah penelitian lapangan, maka dari itu di lakukan di tempat penelitian yaitu Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

b. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bersifat deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau kuantitatif.²¹ Pada penelitian deskriptif yang di maksud penulis adalah gambaran umum Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

2. Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan langsung di lapangan oleh yang

²¹ Meleong, Lexy J, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2005) , 6.

bersangkutan yang memerlukannya.²² Data primer yang di maksud dalam penelitian ini adalah data yang di peroleh secara langsung dengan cara wawancara (*interview*) dan juga kuesiner pada pedagang Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber internal maupun eksternal.²³ Data sekunder yang di maksud penulis peroleh adalah melalui, buku, jurnal, artikel, dan data yang relevan dengan permasalahan terkait.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.²⁴ Populasi bukan sekedar mlah yang ada pada onyek/subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi yang di maksud penulis pada penelitian ini adalah seluruh pedagang sayur yang memiliki kios sendiri di Pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung yang berjumlah 45 pedagang sayur.

²² Iqbal Hasan, MM, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 82.

²³ *Ibid*, 82

²⁴ Sugiono, *ibid* h.80.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁵ Menurut Arikunto jika meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik di ambil seluruhnya, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10%- 15% atau 20%-25% itu untuk pengambilan sampel dengan populasi diatas 100.²⁶ Secara teknis pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh.. Teknik sampling jenuh ini adalah teknik sampling yang di lakukan dengan pengambilan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.²⁷ Oleh karena subyek yang penulis teliti dalam penelitian ini kurang dari 100, maka penulis mengambil seluruh subyek yang berjumlah 45 orang pedagang sayur di pasar Jatimulyo Kecamatan Jati Agung, sehingga penelitian ini adalah penelitian populasi.

5. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dimana data primer diperoleh langsung oleh peneliti melalui pedagang di pasar jati mulyo.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.²⁸ Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

²⁵ *Ibid*, h.81

²⁶ Suharsimi, A. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rinneka Cipta, hal 208, 2013

²⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2012), h 389

²⁸ *Ibid*, h.401

a. Observasi

Observasi merupakan data primer yang dilakukan langsung oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan cara terjun lapangan ke lokasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini observasi akan dilakukan di pasar jati mulyo.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab (*Interview*).²⁹ Metode wawancara adalah proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi informasi atau keterangan-keterangan. Wawancara dapat dilakukan secara struktural maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan media online³⁰. Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada pedagang sayur yang ada di pasar Jati Mulyo.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan membagikan daftar pertanyaan agar memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada pedagang sayur yang ada di pasar Jati Mulyo.

Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui strategi usaha pedagang sayur yang ada di pasar Jati Mulyo Kecamatan Jati Agung.

²⁹ *Ibid.*, 410.

³⁰ *Ibid.*, 194

Penentuan nilai dari jawaban pada setiap pertanyaan menggunakan metode skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.³¹ Penentuan nilai dari pertanyaan adalah sebagai berikut :

1. Jika Jawaban Sangat Setuju (SS), maka diberi nilai 4.
2. Jika jawaban Setuju (S), maka diberi nilai 3
3. Jika jawaban Tidak Setuju (TS), maka diberi nilai 2.
4. Jika jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), maka diberi nilai 1

d. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.³²

6. Analisis Data

Hasil penelitian selain akan dianalisis secara deskriptif Kualitatif penulis juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekualsibisnisin. bisnis. *Strengts* (kekuatan), *weaknes* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *treath* (ancaman) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini.

³¹ *Ibid* 137

³² *Ibid.*, 422.

a. Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini³³:

Tabel 3
Matriks SWOT

<p>IFAS EFAS</p>	<p><i>STRENGTH</i> Tentukan Faktor Kekuatan Internal</p>	<p><i>WEAKNESS</i> Tentukan Faktor Kelemahan Internal</p>
<p><i>OPPORTUNITY</i> Tentukan Faktor peluang eksternal</p>	<p>STRATEGI SO Tentukan strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>STRATEGI WO Tentukan strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan</p>
<p><i>THREAT</i> Tentukan faktor ancaman eksternal</p>	<p>STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p>	<p>STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p>

³³ Freddy Rangkuti, *SWOT-Balance Scorecard*, (Jakarta: PT Gramdia Pustaka Utama, 2013),h. 19

1) Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini di buat berdasarkan pemikiran para eksekutui perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini memberikan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar.

3) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

4) Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan.

b. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan matriks Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)³⁴:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.

³⁴ Fred R. David, *Manajemen Strategis*, Konsep. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro, (PT INDEKS: Jakarta, 2002), 131-140.

- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam faktor IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5, jika rata-rata dibawah 2,5 menandakan secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

c. Matrik EFAS (eksternal Factor Analysis Summary)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan matriks eksternal Faktor Analisis Summary (EFAS):³⁵

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.

³⁵Fred R. David, *Ibid* h.153-169.

- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di atas rata-rata), rating ini berdasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, dengan demikian nilai berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan ratingnya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlah semua skor untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman dipasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-

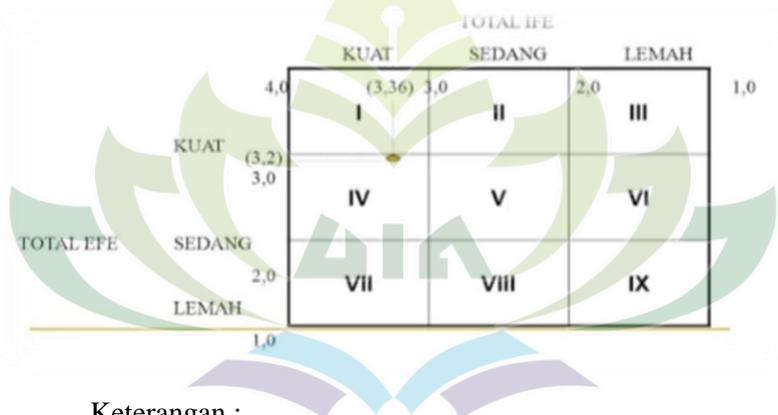
d. Matriks Eksternal—Internal

Matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan pemetaan skor matriks EFAS dan IFAS yang telah dihasilkan dari tahap input (input stage) dan memposisikan perusahaan dalam tampilan sembilan sel.

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu total skor pembobotan IFAS pada sumbu horizontal dan total skor pembobotan EFAS pada

sumbu vertikal. Pada sumbu horizontal dari matriks IE, total skor bobot dari 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi internal lemah; nilai dari 2,0 hingga 2,99 adalah sedang; dan nilai dari 3,0 hingga 4,0 adalah posisi internal yang kuat. Pada sumbu vertikal dari matriks IE, total skor bobot dari 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi eksternal yang lemah; nilai dari 2,0 hingga 2,99 menunjukkan pengaruh eksternal sedang; dan nilai dari 3,0 hingga 4,0 adalah pengaruh

Gambar 1
Matriks Eksternal-Internal



Keterangan :

- I :Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal.
- II :Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal.
- III : Strategi turnaround.
- IV : Strategi stabilitas
- V :Strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan pada laba).
- VI : Strategi divestasi

- VII : Strategi diversifikasi konsentrik
- VIII : Strategi diversifikasi konglomerat
- IX : Strategi likuidasi atau bangkrut

e. Diagram SWOT



Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT Dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total strenght dan total weakness, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat antara selisih antara total opportunity dan total threat.

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut³⁶:

- 1) Kuadran 1: Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

³⁶ Freddy Rangkuti, *ibid* h.20.

- 2) Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- 3) Kuadran 3: Perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih besar.
- 4) Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan memiliki berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti menentukan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat uraian mengenai teori yang relevan dan terkait dengan tema penelitian ini.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian dan juga berisi mengenai penyajian fakta dan data penelitian secara menyeluruh.

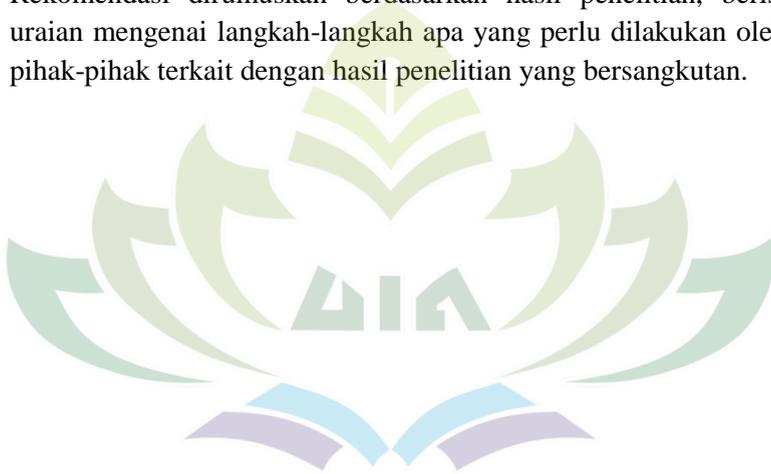
BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab ini berisi (1) analisis data penelitian (2) temuan penelitian yang dapat digabung menjadi satu kesatuan ataupun dipisah menjadi sub bahasan tersendiri.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir akan berisi kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan menyajikan penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya.

Rekomendasi merupakan saran-saran praktis dan teoretis. Rekomendasi dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu dilakukan oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Strategi pengembangan usaha pedagang pasar untuk meningkatkan pendapatan para pedagang sayur di pasar Jatimulyo kecamatan Jati Agung berdasarkan analisis SWOT faktor internal *streng* (kekuatan) dan faktor eksternal *opportunity* (peluang) memiliki skor nilai 3,57 dan 3,96 yang lebih besar daripada *weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) serta berada pada kuadran 1 dimana pada kuadran ini situasi para pedagang sayur sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang baik. Dengan begitu dapat pendapatan para pedagang dapat meningkat serta usaha perdagangan para pedagang sayur tersebut mereka dapat terus berkembang dengan memanfaatkan faktor internal dan eksternal yang ada.
2. Dalam islam strategi perdagangan haruslah sesuai dengan prinsip islam yaitu prinsip tauhid, prinsip adl, prinsip nubuwwah, prinsip khilafah dan prinsip maad. Selain itu strategi yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan juga harus memenuhi norma-norma dan nilai-nilai syariah serta tidak didapatkan dengan cara yang bathil harus memenuhi prinsip suka sama suka. Dengan begitu maka akan diridhoi dan diberkahi Allah Swt.

B. Saran

1. Melihat adanya peluang untuk meningkatkan pendapatan para pedagang sayur di pasar Jati Mulyo saya harap para pedagang sayur dapat memanfaatkan peluang

tersebut dengan baik serta dengan adanya bantuan dari pemerintah dan dinas pasar setempat guna mendukung keberlangsungan usaha para pedagang sayur sehingga berkurangnya ketimpangan pendapatan yang ada di pasar Jati mulyo ini

2. Saya harap kegiatan perdagangan sayur di pasar Jati mulyo dapata terus berlangsung dengan bai dan sesuai dengan syariat dan norma islam sehingga memperoleh keberkahan untuk para pedagang dan pembeli baik dunai juga akhirat.



DAFTAR RUJUKAN

Buku

- AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 11.
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: III T, 2002), 17.
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2007) . 16.
- Ali Moertopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: PT.Yayasan Proklamasi CSIS, Tt), 7
- BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta :Balai Pustaka,1990). h. 180
- Djojohadikusumo Sumitro, *Sejarah Pemikiran Eknomi*. . (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1990), h.27
- Dr. Paulus Wwardoyo MM, *Enam Alat Analisis Manajemen*.(Semarag University Press, 2011), h. 2
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Freddy Rangkuti, *SWOT-Balance Scorecard*, (Jakarta: PT Gramdia Pustaka Utama, 2013),h. 19
- Fred R.David, *Manajemen Strategis*,Konsep. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro, (PT INDEKS: Jakarta, 2002), 131-140.
- H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BFFE-Yogyakarta, 2014), 17
- Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. (Jakarta Bumi Aksara, 2001) , 102.

- Husein Syahatah, *Pokok Pokok Pemikiran Akuntansi Islam*.(Jakarta: Akbar Media Eka Sana, 2001), h. 150
- Iqbal Hasan, MM, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 82
- Isnaini Harahap et. al. *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2015), 45
- Jogiyanto, *Sitem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2005
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006). 171
- Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 153.
- Lipsey, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 1999), 30.
- Manap, H. Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Mitra Wacana Media)
- Mangkoesobroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta, STIE YPKN, 1998), 72. Utama, 2016), 12
- Meleong, Lexy J, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2005) , 6.
- Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam, Dari Ideologi, Strategi Sampai Tradisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), Cet Ke-I. h. 29
- Nurdian Susilowati, Nisaul Barokati Seliro Wangi, *Kewirausahaan*, (Ahlimedia Book, 2017), 10
- Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi*, (Surakarta: PT. Aksara Sinergi Media, 2012). h. 229
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 17.
- R. Soediro Mangundjojo, *Sosial Ekonomi Masyarakat* (Jakarta: Direktorat Jendral, 1999), 5

Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), 79SP

Rangkuti, F. (2001). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama)

Suharsimi, A. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rinneka Cipta, hal 208, 2013

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta 2012), h 389

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 244.

Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 135.

Swastu, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty. 1998)

Yunus, Eddy. *Manajemen Strategi Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Andi

Yusuf, Qardhawi. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1997)

Jurnal

Almalia, “Sinegritas Pendidikan Dan Pendapatan Dalam Strategi Manajemen Keuangan Keluarga Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi (Prodi Ekonomi Islam, UIN RIL, 2015)*, 32.

Anton Sudrajat. “Analisis Faktr-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Mulim: Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagastaru Cirebon”. *ADDIN Vol. 8 No.1*, Februari 2014

Ermanita E, Defidelwina, & Ferawasni . “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sayur Keliling Di Desa Muara Musu Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu”. *Jurnal Sungkai Vol. 1 No.2, Edisi Agustus 2013*, Hal : 48-56

Euis Amalia, “Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 5 No. 1 (Januari, 2013), 3.

Hera Emelya, “Strategi Pedagang Sayur dalam Pengembangan Usaha di Pasar Korpri Bandar Lampung”, *Skripsi (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2019*

Indah Superti, “Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah)”, *Skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2017)*

Purnama, Muslimin Kara,” Strategi Dagang yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapili Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”. *Jurnal Iqtisaduna* , Vol.3, No. 2 (2017),

Simon Matakena, “Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Sayur-Sayuran Daun Di Pasar Sore Siriwini Distrik Nabire Kabupaten Nabire”. *Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikanan*, Volume 3 Edisi 1 (Mei 2010)

Al-Quran

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), AlQuran Surah An-Nisa/4:29

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), AlQuran Surah Al-Maidah/5:8

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah Al-Baqarah/2:275

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah Al-Baqarah/2:168

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah An-Nahl/16:115

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah Al-Mu’min/40:8

Departemen Agama RI, Al-Qur’an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah Asy Syu’ara/26:181-182

Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya, (Bandung: Gema Risalah Pers, 1993), Al Quran Surah An-Nahl/16:114

Online

Usaha” (on-line) tersedia di kbbi.kata.web.id/?s=Usaha diakses pada 28 November 2020.

Perkembangkan” (on-line) tersedia di <https://kbbi.web.id/kembang> diakses pada 28 November 2020.

Isbedy Stiawan ZS “Pasar Jati Mulyo, Bermula hanya Daerah Pertemuan Pedagang dan Pembeli” dalam *Teras Lampung* September 27, 2014(<https://www.teraslampung.com/pasar-jatimulyo-bermula-hanya-daerah-pertemuan-pedagang-dan-pembeli/?amp>) diunduh pada Februari 12, 2021.

<http://www.jatimulyo-jatiagung.desa.id/> diunduh tanggal 12 Januari 2021.

Wawancara

Surya, *wawancara*, 19 November 2020.

Andi Paruna , *wawancara*, 29 Januari 2020.

Netty Sunarti, *wawancara*, 27 Januari 2020

Nawang, *wawancara*, 27 Januari 2021

Bambang Sudicyo, *wawancara*, 27 Januari 2021

Awik suryani, *wawancara*, 27 Januari 2021

Eko Wijaya, *wawancara*, 27 Januari 2021

Nuraini, *wawancara*, 27 Januari 2021