STRATEGI PEDAGANG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI TENGAH LEMAHNYA DAYA BELI MENURUT EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec.2X11 Enam Lingkung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

DISUSUN OLEH:

HUSNIL QATIMAH

NIM : 3222077

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TAHUN 2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Sjech M. Djamil Dambek Bukittinggi atas nama Husnil Qatimah NIM **3222077** judul **"Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2x11 Enam Lingkung)"**. Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, 28 Juli 2026
Pembimbing

Dewi Munda Anggraini, S.E, M.B.A
NIP. 199209242020122014

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Husnil Qatimah
Nim	: 3222077
Tempat/Tanggal Lahir	: Sicincin, 30 Oktober 2002
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2x11 Enam Lingkung)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul diatas adalah **BENAR** asli karya tulis penulis. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar sarjana penulis dicopot sampai batas waktu yang telah ditentukan.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 29 Juli 2026



Husnil Qatimah
Nim 3222077

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Husnil Qatimah** dengan **NIM 3222077** Program Studi Strata-1 (S1) Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, dengan judul **"Strategi Pedagang dalam Meningkatkan Penjualan di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung)."**

Penulisan skripsi ini dilatar belakangi oleh melemahnya daya beli masyarakat Nagari Sicincin akibat kenaikan harga kebutuhan pokok, sementara sebagian besar warga bekerja sebagai petani dan pekerja harian dengan penghasilan tidak menentu, sehingga pembeli yang datang ke pasar semakin berkurang dan omzet pedagang menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan cara pedagang di Pasar Sicincin menjaga dan meningkatkan penjualan meskipun daya beli masyarakat menurun akibat kenaikan harga kebutuhan pokok, serta untuk melihat sejauh mana cara pedagang menjalankan strategi penjualan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, terutama dalam hal kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap pembeli di saat kondisi ekonomi sulit.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 50 orang pedagang di Pasar Sicincin yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pedagang Pasar Sicincin meliputi mempertahankan penjualan pada hari pasar utama dan menjaga hubungan dengan pelanggan tetap, menekan margin keuntungan agar harga tetap terjangkau, mengatur ulang jumlah pengambilan stok barang, menjaga kualitas barang, serta memberikan pelayanan yang ramah dan personal kepada pembeli. Strategi ini lebih diarahkan untuk mempertahankan usaha agar tidak merugi dan pelanggan tidak hilang dibandingkan mengejar keuntungan yang besar. Adapun penerapan prinsip ekonomi Islam tercermin dari penetapan harga yang wajar, sikap terbuka dalam menyampaikan kondisi barang kepada pembeli, dan keengganan mengambil untung di luar batas kepatutan. Nilai-nilai ini dijalankan pedagang secara alami dan menjadi alasan mereka masih dipercaya pelanggan di tengah lemahnya daya beli masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pedagang, Meningkatkan Penjualan, Daya Beli Masyarakat, Ekonomi Islam, Pasar Tradisional.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapakan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Pedagang dalam Meningkatkan Penjualan di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung)."**Penulis menyadari bahwa dalam satu karya dibidang apapun tidak terlepas dari kekurangan, disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan yang telah diberikan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

Dalam proses penyusunan dan pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, selanjutnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
2. Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaran.
3. Ibu Rika Widianita, S.E, M.E, selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Islam yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Dewi Manda Anggraini, S.E, M.B.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr.Rini Elvira, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan arahan, masukan dan nasehat dari awal perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan UIN SMDD Bukittinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi ini.
7. Ucapan terimakasih Informan khusus pada pedagang pasar Sicincin telah berkenan menjadi Informan penulisan skripsi ini.
8. Ucapan terimakasih tidak terhingga penulis sampaikan kepada Ibunda Martina yang telah memberikan doa, motivasi dan kasih sayang yang sangat luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai dengan menyelesaikan pendidikan. Dan saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ayah saya Syafrizal, yang telah memberikan inspirasi dan dukungan yang tidak terhingga dalam setiap langkah hidup saya termasuk dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Adik tersayang Afriandi, yang telah memberikan dorongan dan motivasi yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
10. Ucapan terimakasih banyak kepada teman-teman yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, baik itu

dukungan dalam bentuk semangat dan motivasi maupun bantuan selama penelitian.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi kontribusi untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi masyarakat banyak. Penulis berharap dan berdoa kepada Allah SWT semoga amal dan kebaikan kita semua di ridhai Allah SWT.

Bukittinggi, Juli 2026

Penulis

Husnil Qatimah
3222077

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....

ABSTRAK ..... **i**

KATA PENGANTAR..... **ii**

DAFTAR ISI.....**v**

DAFTAR TABEL ..... **viii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN.....**1**

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Identifikasi Masalah.....13

C. Batasan Masalah.....13

D. Rumusan Masalah 14

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....14

F. Penjelasan Judul.....16

BAB II LANDASAN TEORI **18**

A. Peningkatan Penjualan.....**18**

1. Konsep Penjualan.....18
2. Konsep Peningkatan Penjualan.....19
3. Indikator Peningkatan Penjualan.....20
4. Peningkatan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....22

B. Strategi Pedagang **23**

1. Pengertian Strategi 23
2. Indikator Strategi Pedagang.....24

C. Daya Beli.....**25**

1. Pengertian Daya Beli.....25
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli 26

D. Ekonomi Islam.....**28**

1. Konsep Ekonomi Islam.....28
2. Konsep Pasar dalam Islam 28

3. Prinsip-Prinsip Pasar Islam 30
E. Kajian Terdahulu 32
BAB III METODE PENELITIAN 36
1. Jenis Penelitian.....36
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....36
3. Jenis dan Sumber Data 37
4. Informan Penelitian 38
5. Teknik Pengumpulan Data 39
6. Metode Analisis Data 40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 43
1. Sejarah Singkat Nagari Sicincin.....43
2. Letak Geografis dan Batas Wilayah 44
3. Keadaan Penduduk.....45
4. Visi dan Misi Nagari Sicincin 45
5. Sejarah Singkat Pasar Sicincin.....46
6. Lokasi dan Luas Area Pasar 47
7. Jadwal Operasional Pasar.....47
B. Hasil Penelitian 48
1. Strategi Pedagang Pasar Sicincin dalam Meningkatkan Penjualan.....49
a. Volume Penjualan.....49
b. Mendapatkan Laba Tertentu 50
c. Pertumbuhan Usaha Pedagang 52
d. Penyesuaian Harga 53
e. Kualitas dan Kelayakan Barang 54
f. Pelayanan kepada Pembeli 55
g. Tingkat Pendapatan Masyarakat.....56
h. Tingkat Harga Barang.....57
i. Menurunnya Konsumsi Rumah Tangga 58
2. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Strategi Penjualan.....59
a. Kebebasan Menentukan Harga.....59

b. Kejujuran dan Transparansi dalam Transaksi 60
c. Keadilan Harga dan Penolakan Cara yang Tidak Adil 61
C. Pembahasan 62
1. Volume Penjualan 62
2. Mendapatkan Laba Tertentu 64
3. Menunjang Pertumbuhan Usaha 65
4. Penyesuaian Harga 67
5. Kualitas dan Kelayakan Barang 68
6. Pelayanan kepada Pembeli 69
7. Tingkat Pendapatan Masyarakat 70
8. Tingkat Harga Barang 71
9. Menurunnya Konsumsi Rumah Tangga 73
10. Kebebasan Menentukan Harga 74
11. Kejujuran dan Transparansi dalam Transaksi 75
12. Keadilan Harga dan Penolakan Cara yang Tidak Adil 76
BAB V PENUTUP 81
A. Kesimpulan 81
B. Saran 82
DAFTAR PUSTAKA 83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pembeli di Pasar Sicincin Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan dan Perubahan Perilaku Belanja 6

Tabel 1. 2 Perubahan Harga Beberapa Barang di Pasar Sicincin 7

Tabel 1. 3 Data Penurunan Omzet Pedagang di Pasar Sicincin 8

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu 32

Tabel 4. 1 Posisi Penjual (Jenis Usaha dan Jumlah Pedagang) di Pasar Sicincin 48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	:	Surat Keterangan (SK) Pembimbing
Lampiran 3	:	Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran 4	:	Surat Balasan Penelitian
Lampiran 5	:	Surat Keterangan Bebas Tunggakan UKT
Lampiran 6	:	Surat Keterangan Bebas Plagiat
Lampiran 7	:	Dokumentasi Wawancara
Lampiran 8	:	Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2024 hingga 2025, kenaikan harga di setiap negara berbeda-beda. Negara maju seperti Amerika Serikat dan Jepang mengalami kenaikan harga yang masih cukup stabil, sedangkan beberapa negara berkembang mengalami kenaikan harga yang lebih tinggi. Bahkan di Argentina, kenaikan harga terjadi sangat besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap negara memiliki keadaan ekonomi yang berbeda dalam menghadapi kenaikan harga.[1]

Dari kondisi ini, bisa dilihat bahwa masalah harga tidak hanya soal kebijakan, tetapi juga bagaimana masyarakat bisa tetap terlindungi. Dalam perspektif ekonomi Islam, stabilitas harga memiliki posisi yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan prinsip keadilan (*'adl*) dan kesejahteraan masyarakat (*falah*). Dalam ekonomi Islam, kegiatan ekonomi tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan kebaikan bersama. Oleh karena itu, inflasi yang menyebabkan ketimpangan distribusi pendapatan dan ketidakadilan sosial dipandang sebagai kondisi yang harus dicegah. Harga yang stabil juga penting supaya masyarakat, terutama yang berpenghasilan kecil, tidak merasa dirugikan. Dengan harga yang stabil, masyarakat dapat merencanakan

[1] Tingkat Inflasi-Daftar Negara,"Trading Economics ,2026, https://id.tradingeconomics.com/country-list/inflation-rate.

pengeluaran sehari-hari dengan lebih baik dan tidak terlalu khawatir akan naiknya kebutuhan pokok. Pedagang pun bisa menjual barang dengan wajar tanpa menimbulkan kerugian bagi pembeli. Kondisi ini mendorong terciptanya perdagangan yang adil dan saling menguntungkan.[2]

Prinsip keadilan dan perlindungan terhadap masyarakat tersebut ditegaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 90:

اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسَانِ وَاِيْتَآئِ ذِى الْقُرْبٰى وَيَنْهٰى عَنِ الْفَحْشَآءِ وَالْمُنْكَرِ

وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ ﴿٩٠﴾

Artinya: *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." QS. An-Nahl [16]:90.*

Ayat tersebut menjadi dasar bahwa aktivitas ekonomi, termasuk perdagangan di pasar tradisional, harus dijalankan secara adil dan tidak merugikan pihak lain, terutama dalam kondisi tekanan ekonomi dan kenaikan harga.

Dari kondisi global tersebut, Indonesia menunjukkan situasi kenaikan harga yang relatif lebih terkendali dibandingkan beberapa negara lain,

[2] Tia Aprilia, "Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Makro Islam Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi," *Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 4 (2025): 843.

sepanjang akhir tahun 2025, kenaikan harga secara tahunan mencapai 2,92 persen pada Desember 2025, meningkat dari 2,72 persen pada bulan sebelumnya, angka ini memang menjadi yang tertinggi sejak April 2024, namun masih berada dalam batas yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.[3] Di tingkat daerah, kondisi kenaikan harga menunjukkan perkembangan yang berbeda, di Provinsi Sumatera Barat kenaikan harga year on year tercatat sebesar 3 ,98 persen pada November 2025.[4]Meningkat tajam hingga5,15 persen pada Desember 2025.[5] Kenaikan ini menunjukkan bahwa tekanan harga di daerah berlangsung lebih cepat dan dampaknya langsung dirasakan oleh masyarakat, terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kondisi tersebut berdampak pada melemahnya daya beli masyarakat, lemahnya daya beli tersebut tercermin dari data Survei Bank Indonesia yang menunjukkan penurunan Indeks Keyakinan Konsumen yang turun ke level 115 pada September 2025 serta menurunnya proporsi pendapatan untuk konsumsi menjadi 74,7 persen pada Oktober 2025.[6] Masyarakat khususnya rumah tangga mulai mengubah pola konsumsi memilih barang substitusi lebih murah, mengurangi frekuensi belanja, atau menunda pembelian barang

[3] "Tingkat Inflasi Indonesia Naik Ke Tertinggi Dalam 20 Bulan," Trading Economics, n.d., https://id.tradingeconomics.com/indonesia/inflation-cpi/news/514227.

[4] Badan Pusat Statistik and Provinsi Sumatera Barat, *Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Sumatera Barat November 2025* (Badan Pusat Statistik, 2025).hlm.2

[5] Badan Pusat Statistik and Provinsi Sumatera Barat, *Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Sumatera Barat Desember 2025* (Badan Pusat Statistik, 2026).hlm.3

[6] "Survei Konsumen September 2025 : Keyakinan Konsumen Terjaga," n.d., https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2723625.aspx?

tahan lama yang pada gilirannya menurunkan kualitas hidup dan meningkatkan risiko kemiskinan serta kerentanan ekonomi. [7]

Kondisi ini juga dirasakan langsung di Pasar Sicincin. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada Desember 2025, pasar terlihat lebih sepi dibanding sebelumnya.[8] Pembeli yang datang semakin berkurang, dan barang dagangan pun lebih lama habis terjual. Beberapa pedagang yang ditemui mengaku pendapatan mereka menurun karena pembeli yang datang tidak seramai dulu.[9]

Hal ini tidak lepas dari kondisi sebagian besar warga Nagari Sicincin yang penghasilannya tidak menentu.[10] Ketika harga kebutuhan pokok naik, mereka terpaksa mengurangi belanja atau memilih berbelanja di tempat yang lebih dekat dengan rumah seperti warung atau penjual keliling yang dianggap lebih praktis dan hemat.

Kondisi tersebut juga terjadi di Pasar Sicincin yang terletak di Kecamatan 2X11 Enam Lingkung dan menjadi salah satu pasar tradisional yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Nagari Sicincin dan sekitarnya. Berdasarkan data nagari, jumlah Kartu Keluarga (KK) di Nagari Sicincin tercatat sebanyak 3.154 KK,yang sebagian besar masih bergantung pada pasar tradisional sebagai tempat utama

[7] Evi Juliya Wati et al., "Dampak Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Indonesia : Tinjauan Literatur," *Jurnal Media Akademik* 3, no. 11 (2025): 7–8.

[8] "Observasi Di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung, Desember 2025," n.d.

[9] "Wawancara Dengan Pedagang Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung," 7 Desember 2025 n.d.

[10] "Wawancara Dengan Pembeli Di Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung.," Desember 2025

berbelanja kebutuhan pokok. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas Pasar Sicincin memiliki keterkaitan langsung dengan kehidupan ekonomi masyarakat setempat.[11] Selain itu, jumlah pedagang di Pasar Sicincin juga cukup banyak. Berdasarkan data Kantor Wali Nagari Sicincin, jumlah pedagang di Pasar Sicincin tercatat sebanyak 221 orang yang terdiri dari pedagang toko dan pedagang lapak.[12]

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal di Pasar Sicincin, aktivitas jual beli saat ini terlihat tidak seramai sebelumnya. Dari sisi pembeli, kenaikan harga kebutuhan pokok dan pendapatan yang tidak tetap membuat mereka harus lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluaran, sehingga jumlah belanja menjadi lebih sedikit. Sebagian pembeli juga memilih berbelanja dari penjual keliling atau warung di sekitar rumah karena dianggap lebih praktis dan tidak memerlukan waktu lama, serta barang yang dibutuhkan tersedia lebih lengkap.[13]Untuk melihat kondisi pembeli di Pasar Sicincin, berikut ini disajikan data dari beberapa pembeli yang diwawancarai terkait pekerjaan dan pendapatan mereka dan perubahan perilaku belanja mereka.

[11] Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Pariaman, *Kecamatan 2X11 Anam Lingkuang Dalam Angka 2025* (BPS Kabupaten Padang Pariaman, 2025).hlm. 34

[12] "Wali Nagari Sicincin, *Dokumen Data Pedagang Pasar Sicincin* (Kantor Wali Nagari Sicincin, 2023).

[13] "Wawancara Dengan Pembeli Di Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung." 7 Desember 2025

Tabel 1.1 Data Pembeli di Pasar Sicincin Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan dan Perubahan Perilaku Belanja

No	Nama	Pekerjaan	Pendapatan/ Bulan	Perubahan Perilaku Belanja
1	Martina	Berjualan	Rp. 2.000.000	Beli Lebih Sedikit
2	Nurmaini	IRT	Tidak Berpenghasilan	Kurangi Kunjungan Ke Pasar
3	Herlina	IRT	Tidak Berpenghasilan	Kurangi Kunjungan Ke Pasar
4	Neti Sapari	Pekerja Harian	Rp. 1.000.000	Beralih Ke Warung / Penjual Keliling
5	Desmarni	Berjualan	Rp. 1.500.000	Beli Lebih Sedikit
6	Rahena	Petani	Rp. 1.500.000	Beralih Ke Warung / Penjual Keliling
7	Leni Marlina	Berjualan	Rp. 900.000	Kurangi Kunjungan Ke Pasar
8	Zuni Marni	Berjualan	Rp. 1.500.000	Beli Lebih Sedikit
9	Hesti Ramadhani	Pekerja Harian	Rp. 1.500.000	Beralih Ke Warung / Penjual Keliling
10	Baiyar	Petani	Rp. 1.000.000	Beralih Ke Warung / Penjual Keliling

Sumber: Wawancara dengan pembeli di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung Pada Dua Tahap, yaitu Desember 2025 dan April 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian masyarakat mengalami perubahan dalam berbelanja di Pasar Sicincin. Ada pembeli yang mulai membeli barang lebih sedikit, jarang datang ke pasar, dan ada juga yang memilih belanja di warung atau penjual keliling. Hal ini terjadi karena kondisi ekonomi masyarakat yang membuat mereka lebih berhati-hati dalam mengeluarkan uang. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa daya beli masyarakat menurun dan berdampak pada berkurangnya aktivitas jual beli di Pasar Sicincin.

Dari sisi pedagang, penurunan daya beli masyarakat ini sangat terasa dalam keseharian mereka berjualan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang

di Pasar Sicincin, ada beberapa hal yang membuat pembeli semakin berkurang. Pertama, harga kebutuhan pokok yang terus naik membuat warga harus lebih banyak mengeluarkan uang untuk kebutuhan dasar, sehingga uang yang tersisa untuk belanja di pasar pun semakin sedikit. Kedua, kebanyakan warga Nagari Sicincin bekerja sebagai petani atau pekerja harian yang penghasilannya tidak menentu, jadi ketika harga naik mereka langsung kesulitan. Ketiga, sebagian pembeli sekarang lebih memilih belanja di warung dekat rumah atau dari penjual keliling karena lebih praktis dan tidak perlu ongkos ke pasar.[14]

Tabel 1.2 Tabel 1.2 Perubahan Harga Beberapa Barang di Pasar Sicincin

No	Komoditas	Harga Sebelumnya	Harga Sekarang	Kenaikan
1	Beras 1 kg	Rp. 15.000	Rp. 18.000	Rp. 3.000
2	Beras Ketan 1 liter	Rp. 15.000	Rp. 23.000	Rp. 8.000
3	Minyak Goreng 1 kg	Rp. 18.000	Rp. 21.000	Rp. 3.000
4	Tepung	Rp. 8.000	Rp. 9.000	Rp. 1.000
5	Plastik	Rp. 20.000	Rp. 60.000	Rp. 40.000
6	Gula Pasir 1 kg	Rp. 18.000	Rp. 19.000	Rp. 1.000
7	Ayam Potong 1 kg	Rp. 50.000	Rp. 60.000	Rp. 10.000
8	Cabe 1 kg	Rp. 40.000	Rp. 50.000	Rp. 10.000
9	Bawang Merah 1kg	Rp.32.000	Rp.42.000	Rp. 10.000
10	Tomat 1kg	Rp. 8.000	Rp. 20.000	Rp. 12.000
11	Ikan Kering 1 ons	Rp. 10.000	Rp. 12.000	Rp. 2.000
12	Sayur kangkung 1 ikat	Rp.2.500	Rp.4.000	Rp.1.500
13	Sayur Bayam 1 ikat	Rp.3.000	Rp.5.000	Rp. 2.000

Sumber: Wawancara dengan Beberapa Pedagang di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung, April dan Juni 2026

Dampak dari kenaikan harga ini langsung dirasakan oleh pedagang di Pasar Sicincin. Beberapa pedagang yang ditemui mengaku penghasilan mereka sekarang

[14] "Wawancara Dengan Pedagang Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung,".7 Desember 2025

jauh berkurang dibanding dulu. Berikut gambaran penurunan pendapatan beberapa pedagang berdasarkan hasil wawancara:

Tabel 1.3 Data Penurunan Omzet Pedagang di Pasar Sicincin

No	Nama	Jenis Dagangan	Omzet Sebelumnya/ Hari	Omzet Sekarang/ Hari	Penurunan
1	Rika Wati	Barang Harian	Rp. 4.000.000	Rp. 2.500.000	Rp. 1.500.000
2	Diyen	Barang Harian	Rp. 4.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 1.000.000
3	Farida Novita	P&D	Rp. 5.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 2.000.000
4	Elfi	P&D	Rp. 1.000.000	Rp. 750.000	Rp. 250.000
5	Santi	Barang Harian	Rp. 5.000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 2.000.000
6	Neli	Barang Harian	Rp. 1.500.000	Rp. 800.000	Rp. 700.000
7	Desi marni	Sembako	Rp. 1.000.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000
8	Cuculia Susanti	Ayam Potong	Rp. 4000.000	Rp. 3.000.000	Rp. 1.000.000
9	Linda	Sembako	Rp. 1.000.000	Rp. 500.000	Rp. 500.000
10	Yuli marni	Barang muda	Rp. 500.000	Rp. 400.000	Rp. 100.000
11	Vira Veronica	Sayur	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp. 100.000
12	Zaenab	Beras	Rp. 150.000	Rp.100.000	Rp.50.000
13	Ati Hartini	Sayur	Rp. 150.000	Rp.100.000	Rp.50.000
14	Ani	Sayur	Rp. 400.000	Rp.200.000	Rp.200.000
15	Nelfia Husna	P&D	Rp. 800.000	Rp.300.000	Rp. 500.000
16	Nurmalis	Sayur	Rp 100. 000	Rp.50.000	Rp.50.000
17	Yul	Sayur	Rp. 200.000	Rp.100.000	Rp.100.000
18	Wilza Rayeni	Bumbu dapur	Rp. 100. 000	Rp.50.000	Rp.50.000
19	Siih	Bumbu dapur	Rp. 100. 000	Rp.50.000	Rp.50.000
20	Asnimar	Cabe	Rp. 1000.000	Rp.800.000	Rp.200.000

21	Saribanun	Bumbu dapur	Rp. 800.000	Rp.600.000	Rp.200.000
22	Bahdar	Sembako	Rp 1.500.000	Rp.1000.000	Rp. 500.000
23	Devi Nonia	Sayur	Rp. 500.000	Rp.200.000	Rp.300.000
24	Septia Harini	Sayur	Rp. 1000.000	Rp.500.000	Rp.500.000
25	Parjo	Sayur	Rp.1.500.000	Rp.700.000	Rp.800.000
26	Uci Permatasari	Sembako	Rp.1.000.000	Rp.600.000	Rp.400.000
27	Herawati	Sayur	Rp.500.000	Rp.300.000	Rp.200.000
28	Tina	Sayur	Rp.500.000	Rp.300.000	Rp.200.000
29	Rina	Barang muda	Rp.400.000	Rp.200.000	Rp.200.000
30	Leni Marlina	Barang muda	Rp.400.000	Rp.300.000	Rp.100.000
31	Cici Insania	Ikan kering	Rp.700.000	Rp.500.000	Rp.200.000
32	Nur	Cabe	Rp.1.000.000	Rp.400.000	Rp.600.000
33	Yanti	Sayur	Rp.400.000	Rp.300.000	Rp.100.000
34	Nofi	P&D	Rp.2000.000	Rp.1.000.000	Rp.1.000.000
35	Meli Sarmita	Ayam Potong	Rp.3.000.000	Rp.2.000.000	Rp.1.000.000
36	Rita Yani	P&D	Rp.1.500.000	Rp.800.000	Rp.700.000
37	Hen	P&D	Rp.2.000.000	Rp.1.000.000	Rp.1.000.000
38	Suardi	P&D	Rp.1000.000	Rp.700.000	Rp.300.000
39	Naih	P&D	Rp.1000.000	Rp.800.000	Rp.200.000
40	Ayu	Ayam Potong	Rp.2.000.000	Rp.1.000.000	Rp.1.000.000
41	Syamwil	Ikan kering	Rp.800.000	Rp.500.000	Rp.300.000
42	Novianty	Cabe	Rp.1.500.000	Rp.1.000.000	Rp. 500.000
43	Nuraini	Beras	Rp.300.000	Rp.200.000	Rp.100.000
44	Elfida Yanti	Sayur	Rp.500.000	Rp.300.000	Rp.200.000
45	Desmawati	Cabe	Rp.1.000.000	Rp.700.000	Rp.300.000
46	Martita	P&D	Rp.2.000.000	Rp.800.000	Rp.1.200.000
47	Fitria Nengsih	P&D	Rp.1.000.000	Rp.500.000	Rp.500.000
48	Fitria Diani	P&D	Rp.1.500.000	Rp.800.000	Rp.700.000
49	Eli Mesra	Sembako	Rp.1000.000	Rp.500.000	Rp.500.000
50	Sri Nurmalis	P&D	Rp.2.000.000	Rp.1.000.000	Rp.1.000.000

Sumber: Wawancara Pedagang di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung, Desember 2025 dan Juni 2026

Dari data di atas terlihat jelas bahwa pendapatan pedagang memang menurun. Para pedagang mengaku pembeli yang datang ke lapak mereka semakin sedikit, dan kalau pun ada yang beli, jumlahnya tidak sebanyak dulu. Ditambah lagi, barang dari agen sering telat datang atau jumlahnya kurang, terutama untuk barang segar, sehingga stok dagangan pun ikut terbatas.Selain itu, beberapa pedagang juga mengeluhkan kondisi pasar yang kurang bersih. Menurut mereka, pembeli jadi tidak betah berlama-lama di pasar sehingga cepat pulang. Akibatnya, barang dagangan lebih lama habis dan pendapatan mereka pun semakin berkurang dari hari ke hari.[15]

Kajian tersebut menjadi semakin penting apabila dilihat dari sudut pandang Ekonomi Islam. Dalam ajaran Islam, kegiatan perdagangan tidak semata-mata diarahkan untuk memperoleh keuntungan, melainkan harus dijalankan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan kepedulian sosial sebagaimana tujuan maqashid al-shari'ah. Atas dasar itu, strategi yang diterapkan pedagang dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan penjualan perlu dikaji tidak hanya dari aspek ekonomi semata, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam, sehingga praktik perdagangan yang dilakukan tetap adil, tidak merugikan pihak lain, dan memberikan manfaat bagi pedagang maupun konsumen.[16]

Namun, kondisi tekanan ekonomi seperti fluktuasi harga yang cepat dan pasokan barang yang tidak teratur berpotensi mendorong praktik perdagangan yang kurang sesuai dengan prinsip syariah, seperti penyesuaian harga yang tidak

[15] "Wawancara Dengan Pedagang Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung." 7 Desember 2025

[16] Syamsiah, *Ekonomi Makro Islam* (Makasar: Nas Media Indonesia, 2025).hlm.191

transparan atau pengelolaan barang yang kurang rapi sehingga pembeli merasa kurang nyaman. Kondisi ini menjadi perhatian karena prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan, keterbukaan, dan perlindungan terhadap pihak yang lebih lemah, terutama pembeli dengan pendapatan terbatas yang paling merasakan dampak kenaikan harga.[17]Dengan begitu, meskipun pasar berperan sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli, pelaksanaannya belum sepenuhnya mencerminkan prinsip syariah yang mendorong perdagangan yang adil, transparan, dan memberi manfaat bagi semua pihak.

Berdasarkan kajian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pedagang dalam menghadapi lemahnya daya beli masyarakat, dapat diketahui bahwa berbagai penelitian menunjukkan beragam cara yang dilakukan pedagang untuk mempertahankan usahanya di tengah tekanan ekonomi. Elma Nofita Sari (2022) menemukan bahwa pelayanan yang ramah dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan mampu membantu pedagang buah di Palopo meningkatkan penjualan meskipun kondisi pasar tidak stabil.[18] Isty Evrilia Rahayu (2020) menjelaskan bahwa pedagang kaki lima di Alun-Alun Ponorogo menerapkan strategi harga murah dan inovasi produk, namun hasilnya belum efektif karena daya beli masyarakat yang menurun dan tingkat persaingan yang semakin tinggi. [19] Sementara itu, Rahmi Utami Zamri (2018) mengungkapkan bahwa pedagang pasar tradisional berusaha menyesuaikan harga dan mengurangi keuntungan agar tetap

[17] Yoga Permana and Fauzatul Laily Nisa, "KONSEP KEADILAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Ekonomi Syariah Darussalam* 5, no. 2 (2024): 87.

[18] Elma Nofita Sari, "*Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah Di Pasar Sentral Kota Palopo*" (UIN Palopo, 2022).

[19] Isty Evrilia Rahayu, "*Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo*" (IAIN Ponorogo, 2020).

bisa menjual barang kepada konsumen dengan kemampuan ekonomi yang terbatas.[20]Penelitian lain yang dilakukan oleh Faturochman (2025) menunjukkan bahwa adaptasi pedagang dan penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kesabaran, dan tolong-menolong menjadi bagian penting dalam mempertahankan usaha di tengah perubahan ekonomi. Namun, penelitian ini belum menyoroti secara khusus kondisi lemahnya daya beli masyarakat sebagai faktor utama perubahan perilaku perdagangan.[21] Achmad Fajaruddin (2023) lebih banyak meneliti strategi pemasaran serta pengaruh revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang.[22]

Dari permasalahan dan beberapa penelitian sebelumnya, terlihat bahwa belum ada yang membahas secara khusus bagaimana daya beli masyarakat yang lemah mempengaruhi cara berdagang, terutama di Pasar Sicincin. Karena itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana pedagang di Pasar Sicincin tetap menjaga dan meningkatkan penjualan mereka, sambil menjalankan prinsip-prinsip Islam dalam usaha sehari-hari, sesuai dengan judul penelitian ini **"Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Ditengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2X11 Enam Lingkung)."**

[20] Rahmi Utami Zamri, "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional" (UIN SYARIF HIDAYATULLAH, 2018).

[21] Faturochman, "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang 1-4," *Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 6, no. 1 (2025): 221.

[22] Achmad Fajaruddin et al., "Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim Di Pasar Besar Ngawi," *Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 231–38.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadi kenaikan harga kebutuhan pokok di Pasar Sicincin sehingga pengeluaran masyarakat menjadi lebih besar.
2. Daya beli masyarakat cenderung menurun, terlihat dari pembeli yang membeli lebih sedikit, mengurangi kunjungan ke pasar, dan sebagian beralih ke warung atau penjual keliling.
3. Aktivitas jual beli di pasar berkurang yang berdampak pada penurunan pendapatan pedagang secara signifikan..

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak melebar ke mana-mana, maka pembahasannya dibatasi hanya pada strategi pedagang dalam meningkatkan penjualan di tengah menurunnya daya beli masyarakat. Penelitian ini juga hanya difokuskan pada pedagang yang ada di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung. Selain itu, pembahasan dalam penelitian ini dilihat dari sudut pandang ekonomi Islam, sehingga tidak membahas hal di luar itu.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi yang dijalankan pedagang Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung, dalam meningkatkan penjualan pada saat daya beli masyarakat melemah?
2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam strategi penjualan yang dilakukan pedagang Pasar Sicincin tersebut?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
    a. Untuk mengetahui dan menjelaskan cara pedagang di Pasar Sicincin menjaga dan meningkatkan penjualan meskipun daya beli masyarakat menurun akibat kenaikan harga kebutuhan pokok.
    b. Untuk melihat sejauh mana cara pedagang menjalankan strategi penjualan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, terutama dalam hal kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap pembeli di saat kondisi ekonomi sulit.
2. Manfaat Penelitian
    a. Manfaat Teoritis

        Penelitian ini diharapkan bisa menambah pemahaman tentang ekonomi Islam, khususnya terkait cara berdagang di pasar tradisional ketika daya beli masyarakat menurun. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi bahan rujukan bagi penelitian lain yang ingin melihat strategi pedagang dengan mengedepankan nilai-nilai Islam.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi pedagang Pasar Sicincin, penelitian ini bisa memberi gambaran tentang cara menjual yang efektif sekaligus tetap adil dan jujur.
2. Bagi pengelola pasar dan pemerintah daerah, hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan untuk membina pedagang sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat setempat.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini bisa dijadikan acuan atau perbandingan untuk penelitian dengan fokus atau lokasi yang berbeda.

F. Penjelasan Judul

1. Strategi Pedagang

   Strategi pedagang adalah serangkaian upaya yang dilakukan oleh pedagang dalam mengatur kegiatan usahanya, seperti penetapan harga, penyediaan barang, dan pelayanan kepada konsumen, dengan tujuan mempertahankan dan meningkatkan penjualan di tengah perubahan kondisi pasar.[23]

2. Meningkatkan Penjualan

   Meningkatkan penjualan merupakan usaha yang dilakukan pedagang untuk menambah jumlah transaksi dan frekuensi pembelian konsumen agar aktivitas jual beli tetap berjalan dan usaha dapat terus berlanjut.[24]

3. Lemahnya Daya Beli

   Lemahnya daya beli masyarakat adalah kondisi menurunnya kemampuan konsumen dalam membeli barang dan jasa akibat kenaikan harga kebutuhan dan keterbatasan pendapatan.[25]

4. Ekonomi Islam

   Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang mengatur aktivitas muamalah berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-

[23] Ratniati, "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Subuh Kandangan Dalam Meningkatkan Penjualan," *Manajemen Bisnis Syariah* 01, no. 01 (2024): 88.

[24] Indra Prasetia, *Metode Penelitian* (Medan: UMSU Press, 2022).hlm.810

[25] Jeni Anggresa et al., "Pengaruh Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Indonesia The Effect Of Inflation On The Purchasing Power Of The Indonesian People Publisher : Universitas Muhammadiyah Palu" 9, no. 1 (2026): 132

qur’an dan hadis, dengan menekankan nilai keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan dalam setiap kegiatan ekonomi.[26]

[26] Idri, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, / (Jakarta: Kencana, 2023).hlm.10

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peningkatan Penjualan

1. Konsep Penjualan

Menurut Kotler penjualan adalah sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Dalam konteks ini, penjualan tidak hanya dipahami sebagai kegiatan menawarkan barang, tetapi sebagai proses komunikasi dua arah yang melibatkan pertukaran informasi, pemahaman kebutuhan konsumen, serta pencapaian kesepakatan yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.[27]

Sementara itu, Basu Swastha mendefinisikan penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penjualan disebut sebagai ilmu karena memiliki dasar teori, metode, dan teknik tertentu yang dapat dipelajari. Namun, penjualan juga disebut sebagai seni karena dalam praktiknya dibutuhkan keterampilan, intuisi, serta kemampuan membaca situasi dan karakter pembeli yang berbeda-beda. Seorang penjual tidak cukup hanya memahami produk, tetapi juga harus mampu menyesuaikan cara

[27] M Ardiansyah and Lukmanul Hakim, *Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Menuju Sustainable Development Goals (SDGS) Di Era Global* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023).hlm.112

penyampaian dengan kondisi psikologis dan kemampuan ekonomi calon pembeli.[28]

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, penjualan adalah kegiatan jual beli yang terjadi karena adanya kebutuhan dan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Jadi, penjualan merupakan proses saling membutuhkan antara kedua belah pihak.

2. Konsep peningkatan penjualan

Peningkatan penjualan adalah suatu proses di mana suatu perusahaan atau pelaku usaha berhasil menjual lebih banyak produk atau layanan dalam periode tertentu dibandingkan periode sebelumnya.[29] Menurut Sulistyowati, peningkatan penjualan terjadi apabila permintaan untuk suatu barang yang diproduksi perusahaan meningkat, yang bisa dipengaruhi oleh selera, harga, dan pendapatan konsumen. Peningkatan penjualan tentu berdampak pada omset yang dimiliki pelaku usaha dan pada manfaat yang mereka peroleh dari kegiatan penjualan.[30]

Bagi pedagang di Pasar Sicincin, peningkatan penjualan tidak harus berarti memperbesar usaha secara besar-besaran. Yang lebih penting adalah bagaimana pedagang bisa mempertahankan bahkan menambah jumlah barang yang terjual di tengah menurunnya daya beli

[28] Nurul Hasanah, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Suryanata Motor Amuntai," *Inovatif* 1, no. 1 (2019): 36.

[29] Nanda Kharimatun Nikmah and Aan Zainul Anwar, "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Jepara," *Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2025): 8.

[30] Nikmah and Anwar.hlm.7

masyarakat. Karena itu, strategi yang digunakan pedagang sangat berpengaruh terhadap naik atau turunnya penjualan mereka.

3. Indikator Peningkatan Penjualan

Indikator peningkatan penjualan digunakan untuk melihat apakah usaha pedagang sudah berkembang. Menurut basu swastha dalam Manajemen Penjualan, keberhasilan penjualan dapat dilihat dari tiga indikator utama sebagai berikut:[31]

a. Mencapai volume penjualan

Ketika jumlah barang yang terjual mengalami peningkatan, maka kondisi usaha pedagang dapat dikatakan dalam keadaan baik. Volume penjualan menjadi penanda seberapa besar ketertarikan pembeli terhadap barang yang dijual. Bagi pedagang Pasar Sicincin, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak barang yang habis terjual dalam satu hari pasar.

Berdasarkan indikator tersebut peneliti mengembangkan alat ukur sebagai berikut:

1) Bertambahnya jumlah barang yang terjual per hari pasar dibandingkan periode sebelumnya.
2) Meningkatnya frekuensi transaksi dalam satu hari pasar, yaitu seberapa sering pedagang melayani pembeli.
3) Barang dagangan habis terjual lebih cepat dibandingkan periode sebelumnya.

[31] Basu Swastha, *Manajemen Penjualan* (Yogyakarta: Liberty, 2002).hlm.404

b. Mendapatkan laba tertentu

Setiap kegiatan berdagang tentu bertujuan mendapatkan keuntungan. Ketika penjualan meningkat, jumlah laba yang diterima pedagang juga akan ikut meningkat. Laba yang stabil atau bertambah menjadi tanda bahwa usaha pedagang berjalan dengan baik.[32]

Berdasarkan indikator tersebut, peneliti mengembangkan alat ukur sebagai berikut:

1) Pedagang merasakan selisih keuntungan yang lebih besar antara harga beli dan harga jual dibanding sebelumnya
2) Hasil penjualan dalam satu hari pasar mampu menutup modal yang dikeluarkan tanpa mengalami kerugian
3) Pedagang masih bisa menyisihkan sebagian keuntungan setelah kebutuhan usaha terpenuhi.

c. Menunjang pertumbuhan usaha

Penjualan yang berjalan dengan baik akan mendukung perkembangan usaha pedagang. Bagi pedagang pasar tradisional, pertumbuhan usaha bukan berarti membuka toko baru, melainkan kemampuan mempertahankan pelanggan, menjaga stok barang, dan tetap aktif berjualan dari waktu ke waktu.

[32] Swastha.hlm.404

Berdasarkan indikator tersebut, peneliti mengembangkan alat ukur sebagai berikut:

1) Pedagang masih aktif berjualan secara rutin tanpa pernah tutup dalam jangka waktu yang diamati
2) Pedagang mampu mempertahankan stok barang dan modal usaha tetap berjalan
3) Pedagang mampu mempertahankan pelanggan lama menarik pembeli baru.

4. Peningkatan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, kegiatan perdagangan tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilakukan dengan cara yang baik.[33] Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu." (QS. An-Nisa [4]: 29)*

[33] Dwi Indriastuti and Mohammad Sapta Heriyawan, "Peran Etika Ekonomi Islam Dalam Perdagangan Internasional : Telaah Kritis Atas Pemikiran Imam Al-Ghazali," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 04 (2025): 60–69.

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam Islam, peningkatan penjualan harus dilakukan dengan cara yang baik dan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli, tanpa adanya paksaan atau kecurangan.

Menurut Imam Al-Ghazali, berdagang merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidup yang harus dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai yang baik.[34]

B. Strategi Pedagang

1. Pengertian Strategi

Strategi dapat diartikan sebagai proses dimana seseorang menciptakan suatu rencana yang berguna dalam membantu fokus dan membantu mencapai hasil yang diharapkan.[35] Menurut Stephanie K. Marrus, strategi adalah proses penentuan rencana untuk mencapai tujuan tertentu melalui berbagai upaya yang telah disusun.[36]

Bagi pedagang pasar tradisional seperti pasar sicincin , strategi tidak selalu disusun secara tertulis dan formal, tetapi lebih banyak terbentuk dari pengalaman sehari-hari dalam menghadapi pembeli dan kondisi pasar yangh terus berubah.[37]

---

[34] Indriastuti and Heriyawan.hlm. 60–69.

[35] Andi Amang and Mulyadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan* (Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka, 2023).hlm.47

[36] Wahyudi and Sopi, *Manajemen Strategis* (Indramayu: Adab Indonesia, 2025).hlm.128

[37] Annisa Nabila Zachra and Anggia Ramadhan, "Upaya Pedagang Dalam Meningkatkan Pendapatannya Di Pasar Tradisional Sabtu," *EconomicsResearchandPolicyStudies* 5, no. 2 (2025): 575.

2. Indikator Strategi Pedagang

Menurut Ratniati, upaya yang dapat dilakukan pedagang untuk meningkatkan penjualan antara lain menyesuaikan harga, menjaga kualitas barang yang dijual, dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli.[38]

a. Penyesuaian harga

Harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat sekitar dan menetapkan harga yang wajar dengan mengambil keuntungan secara proporsional agar barang dagangan tetap terjangkau bagi pembeli.

b. Kualitas dan Kelayakan Barang

Pedagang lebih menekankan pada kelayakan barang, kondisi yang masih baik, serta kesesuaian antara kualitas dan harga, karena hal tersebut menjadi pertimbangan utama kon dalam memutuskan pembelian.

c. Pelayanan kepada pembeli

Pelayanan yang baik juga penting, seperti meningkatkan layanan pembeli untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pembeli, meningkatkan kecepatan respon terhadap kebutuhan

[38] Ratniati, "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Subuh Kandangan Dalam Meningkatkan Penjualan." *Manajemen Bisnis Syariah* 1, no.1 (2024):88

pembeli, memberikan pelayanan yang ramah tamah kepada pembeli.[39]

Dengan demikian, peningkatan penjualan dalam Ekonomi Islam tidak hanya dilihat dari naiknya pendapatan atau banyaknya barang yang terjual, tetapi juga dari cara pedagang menjalankan usahanya apakah sudah sesuai dengan ajaran Islam. Dalam penelitian ini, saya melihat tidak hanya hasil penjualannya, tetapi juga cara pedagang berdagangnya. Dengan begitu, usaha yang berkembang tetap berjalan dengan cara yang baik dan benar.

C. Daya Beli

1. Pengertian Daya Beli

Dalam Penelitian ini, konsep daya beli mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Supawi Pawenang, yang mendefinisikan daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai pembeli untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan.[40] Daya beli dipengaruhi oleh pendapatan konsumen dan harga barang, pendapatan yang cukup dapat meningkatkan daya beli masyarakat, sementara harga yang terjangkau dapat mendorong masyarakat untuk membeli lebih banyak.[41]

---

[39] Dika Hikmawan, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Change Think Journal* 1, no. 1 (2022): 53.

[40] Luluk Tri Harinie, *Pemasaran Inovatif Pada UMKM* (Bali: Intelektual Manifes Media, 2024).hlm. 188

[41] Marshal Imar Pratama, Anwar Rahim, and Nichy Oktaviani, "Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Pasar Pagi Lubuk Lintah Padang," *Pustaka Aktiva* 5, no. 1 (2025): 1.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli

Menurut Elma Nurkhanifah ,terdapat beberapa faktor yang memengaruhi daya beli masyarakat, yaitu:

a. Tingkat Pendapatan Masyarakat

Daya beli dalam suatu negara tergantung pada tingkat pendapatan perkapitanya. Semakin tinggi tingkat pendapatan perkapita suatu negara menunjukkan bahwa semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatnya maupun sebaliknya ketika pendapatan rumah tangga menurun atau bersifat tidak pasti, kemampuan masyarakat untuk membelanjakan pendapatannya ikut tertekan, sehingga pengeluaran per kapita mengalami penurunan yang signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara rata-rata masyarakat memiliki ruang konsumsi yang semakin sempit dibandingkan periode sebelumnya.

b. Tingkat Harga Barang

Kenaikan harga barang tanpa disertai naiknya penghasilan masyarakat secara umum akan berakibat menurunnya daya beli. Jika kondisi ini terjadi secara terus menerus dalam jangka panjang, maka reaksi berantai yang bersifat negatif akan menurunkan perekonomian. Semakin banyak masyarakat yang daya belinya menurun maka dapat memberikan dampak negatif terhadap aktivitas jual beli di pasar tradisional.

c. Menurunnya Konsumsi rumah tangga

Menurunnya konsumsi rumah tangga menjadi indikator yang sangat penting karena sektor ini merupakan penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Ketika konsumsi melemah, permintaan terhadap barang dan jasa ikut menurun, sehingga aktivitas produksi dan distribusi menjadi lebih lambat. Kondisi tersebut dapat berdampak pada penurunan pendapatan pelaku usaha, serta melemahnya pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.[42]

Bagi pedagang pasar tradisional, daya beli masyarakat memiliki pengaruh langsung terhadap penjualan. Ketika daya beli menurun pembeli akan melakukan pembelian barang dengan harga yang relatif lebih murah dan jumlah yang lebih sedikit. Kondisi ini dapat menyebabkan penjualan pedagang ikut berkurang.[43]

Selain dipengaruhi faktor ekonomi, daya beli juga dapat dilihat dari sudut pandang nilai-nilai Islam. Dalam perspektif Ekonomi Islam, konsumsi dilakukan secara wajar sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan. Islam juga menekankan pentingnya

[42] Elma Nurkhanifah and Syamsul Arifin, "Analisis Dampak Menurunnya Daya Beli Di Lingkungan Masyarakat Indonesia Akibat Inflasi," *Sahmiyya* 2, no. 1 (2023): 241–42.

[43] Deby Silvia, Mohammad Balafif, and Anggraeni Rahmasari, "Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Makro Islam Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi," *Bharanomics* 2, no. 1 (2021): 82

keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran agar kehidupan tetap stabil.[44]

Jika pola konsumsi masyarakat tetap seimbang dan sesuai kebutuhan, kegiatan jual beli di pasar dapat terus berjalan dengan baik, sehingga penjualan pedagang bisa tetap terjaga.

D. Ekonomi Islam

1. Konsep Ekonomi Islam

Ekonomi Islam pada dasarnya adalah cara mengatur kegiatan ekonomi berdasarkan aturan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Hasanuzzaman menyebutkan bahwa ekonomi Islam berusaha agar setiap kegiatan ekonomi berjalan sesuai syariah. [45]

2. Konsep Pasar dalam Islam

Dalam Islam, pasar punya peran yang lebih dari sekadar tempat jual beli. Pasar dilihat sebagai tempat di mana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab harus benar-benar diwujudkan. Berdagang di pasar bukan hanya urusan mencari nafkah, tetapi juga bagian dari ibadah selama dijalankan sesuai syariah.[46]

Dasar hukum konsep pasar dalam Islam terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

---

[44] Muhammad Farel Fadillah, Selamat Julpi, and Anas Malik, "Pengaruh Inflasi Dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 01, no. 04 (2025): 448.

[45] Hulwati, *Ekonomi Islam Teori Dan Prateknya Dalam Perdagangan Obligasi Syariah Di Pasar Modal Indonesia Dan Malaysia* (Jakarta: Ciputat Press, 2009).hlm.9

[46] Syahrul Amsari and Hartato Rianto, *Ekonomi Syariah : Jalan Tengah Mewujudkan Ekonomi Berkeadilan* (Medan: Umsu Press, 2025).hlm.86

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: *"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."* (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

Ayat ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli di pasar adalah bagian yang dihalalkan oleh Islam, asalkan dilakukan secara adil dan bebas dari praktik yang diharamkan, seperti riba, gharar, dan maysir.

Nabi Muhammad saw. juga memberikan perhatian besar terhadap pasar. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi, Nabi bersabda, "*Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada di hari kiamat*." Hadis tersebut menunjukkan bahwa perdagangan dalam Islam tidak hanya dinilai dari keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sikap dan perilaku pedagang dalam menjalankan usahanya.

Menurut Imam Al-Ghazali, pasar yang baik adalah pasar yang berjalan dengan jujur dan adil. Pedagang tidak boleh melakukan penimbunan barang atau memainkan harga demi keuntungan sendiri. Dalam berdagang, pedagang tidak hanya memikirkan keuntungan pribadi, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan dan kebutuhan masyarakat. Karena itu, kegiatan jual beli sebaiknya dapat memberikan manfaat bagi penjual maupun pembeli.[47]

[47] Amsari and Rianto.hlm.87

3. Prinsip-prinsip Pasar Islam

Secara umum, pasar dalam Islam berdiri di atas tiga prinsip utama yaitu kebebasan, transparansi, dan keadilan yang harus diterapkan oleh setiap pelaku usaha termasuk pedagang di Pasar Sicincin.

a. Kebebasan dan Pengawasan dalam Pasar Islam

Dalam Islam, pasar memberikan kebebasan kepada setiap orang untuk melakukan jual beli. Siapa pun boleh berdagang atau bertransaksi selama tetap mengikuti aturan syariah. Namun, kebebasan ini tidak sepenuhnya tanpa batas. Pemerintah tetap memiliki peran untuk mengawasi jalannya pasar agar tetap adil dan tidak merugikan masyarakat. Pengawasan ini penting untuk mencegah hal-hal seperti monopoli, kecurangan, maupun tindakan yang memanfaatkan pihak lain secara tidak wajar.

b. Transparansi dan Kejujuran dalam Transaksi

Selain kebebasan, pasar dalam Islam juga menekankan pentingnya keterbukaan. Penjual harus menyampaikan informasi tentang barang atau jasa secara jujur dan jelas kepada pembeli. Tidak boleh ada yang disembunyikan, terutama jika barang memiliki kekurangan atau cacat. Memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya juga dilarang karena dapat merugikan pihak lain.

c. Keadilan Harga dan Larangan Penimbunan

Dalam menentukan harga, Islam mengajarkan agar harga sesuai

dengan nilai barang yang sebenarnya tanpa adanya manipulasi. Penjual tidak diperbolehkan menaikkan harga dengan cara yang tidak wajar, misalnya dengan menimbun barang agar terlihat langka. Praktik seperti ini dilarang karena dapat merugikan banyak orang dan mengganggu keseimbangan pasar.[48]

[48] Amsari and Rianto.hlm.88

E. Kajian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai pendekatan dengan penelitian ini. Penelitian tersebut berupa skripsi dan jurnal untuk memenuhi tugas akhir dalam strata satu berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Penelitian tersebut di antaranya.

a. Kajian Terdahulu Sumber Skripsi

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul	Temuan Data
1	Elma Nofita Sari	2022	Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Sentral Kota Palopo	Strategi ini meningkatkan volume penjualan dan pendapatan meski menghadapi kompetisi, dengan penurunan omzet diatasi melalui pelayanan ramah dan hubungan pelanggan.
2	Isty Evrilia Rahayu	2020	Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis pedagang kaki lima di

			Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Ponorogo	Alun-Alun Ponorogo, seperti produk dan pelayanan, harga penetrasi murah, promosi melalui keramahan, serta lokasi strategis, belum efektif karena penurunan keramaian dan minat masyarakat, menyebabkan pendapatan menurun akibat kompetisi ketat. Analisis SWOT mengungkap kebutuhan inovasi produk dan merek untuk bersaing lebih baik. .

3	Rahmi Utami Zamri	2018	Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional	Pedagang pasar tradisional beradaptasi dengan menyesuaikan harga dan mengurangi margin keuntungan agar tetap sesuai dengan daya beli konsumen.

a. Kajian Terdahulu Sumber Jurnal

No	Nama	Tahun	Judul	Temuan Data
1	Faturochman	2025	Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional	Strategi adaptasi pedagang menghadapi modernisasi dan penurunan pendapatan, dengan diskusi perspektif Ekonomi Islam.

2	Lia Istifhama	2025	Strategi Bertahan dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam	Membahas strategi bertahan pedagang dengan islamisasi pengetahuan pemasaran, relevan dengan adaptasi di tengah lemahnya daya beli.
3	Achmad Fajaruddin	2023	Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Revitalisasi pasar dan dampaknya terhadap pendapatan pedagang, dengan perspektif Ekonomi Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research)* karena peneliti harus terjun langsung ke lapangan, terlibat dengan masyarakat setempat. Terlibat dengan partisipan atau masyarakat berarti turut merasakan apa yang mereka rasakan dan sekaligus juga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang situasi setempat. Peneliti harus memiliki pengetahuan tentang kondisi, situasi dan pergolakan hidup partisipan dan masyarakat yang diteliti.[49]

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Hal ini berarti bahwa peneliti harus terlibat langsung dengan partisipan dan konteks penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.[50]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun tempat di lakukannya penelitian ini yaitu di Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung. Waktu penelitian dilakukan 7 Desember 2025 sampai dengan penelitian ini selesaikan,pemilihan lokasi penelitian ini di dasarkan pada pasar tersebut merupakan pusat aktivitas perdagangan

[49] Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Grasindo, 2010).hlm.7

[50] Meci Nilam Sari, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sumedang: Mega Press Nusantara, 2024).hlm.166

masyarakat dan secara langsung terdampak oleh melemahnya daya beli yang relevan dengan fokus penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer (sumber tangan pertama), yaitu sumber data yang lansung memberikan data kepada pengumpul data.[51] Dalam penelitian ini, data primer diperoleh langsung dari para pedagang yang menjadi sumber penelitian. Data tersebut berisi informasi mengenai upaya yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan penjualan serta bagaimana mereka menjalankan kegiatan jual beli dalam usaha sehari-hari.

Melalui data primer tersebut, peneliti dapat mengetahui secara lebih jelas kondisi usaha para pedagang, cara mereka menarik konsumen, serta bagaimana praktik penjualan yang mereka lakukan jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder (sumber tangan kedua), yaitu sumber data yang tidak lansung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen.[52] Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dari buku-buku, internet, jurnal, dan olahan data yang berhubungan dengan masalah yang akan ditulis dalam penelitian.

---

[51] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2016).
[52] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* ,hlm.88

D. Informan penelitian

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat lansung dengan masalah penelitian.[53] Dalam penelitian ini, informan dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih orang yang dianggap sesuai dan memahami masalah yang diteliti. Menurut Margono , teknik ini dilakukan dengan menentukan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.[54]

Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 50 orang pedagang di Pasar Sicincin. Penentuan jumlah ini didasarkan pada prinsip kecukupan informasi dalam penelitian kualitatif, di mana yang diutamakan adalah kedalaman dan relevansi informasi yang diberikan informan, bukan besarnya jumlah.

Adapun kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pedagang yang sudah berjualan di Pasar Sicincin minimal 2 (dua) tahun.
2. Merasakan langsung penurunan omzet akibat melemahnya daya beli masyarakat.
3. Aktif berjualan pada hari pasar secara rutin.
4. Bersedia diwawancarai secara mendalam.
5. Mewakili jenis dagangan yang beragam seperti sembako, barang harian, P&D, dan lain-lain.

---

[53] Mujamil, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang: Intelegenesia Media, 2022).hlm.89

[54] Dani Saputra Nur, *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Feniks Muda Sejahtera, 2022). hlm.38

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi.[55]

1. Observasi

   Observasi merupakan salah satu metode utama dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung perilaku, interaksi, serta situasi sosial dalam suatu lingkungan tertentu.

2. Wawancara

   Teknik wawancara merupakan salah satu metode utama dalam pengumpulan data kualitatif yang digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari partisipan. Wawancara dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden, baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi lainnya seperti telepon atau video call.

[55] Abd Hadi, Rusman, and Asrori, *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021). hlm.58

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan menganalisis dan berbagai dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumen yang digunakan bisa dalam bentuk teks tertulis, gambar, foto, rekaman video, arsip resmi, laporan, buku harian, surat kabar, atau bahkan postingan di media sosial.[56]

F. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan bekerja menggunakan data, mengorganisasikan data, memilah-memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.[57]

Adapun proses analisis data dalam penelitian ini, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyempurnakan data melalui pengurangan bagian yang dianggap kurang relevan dan penambahan informasi yang masih diperlukan. Tahap ini melibatkan peringkasan, pemilihan hal-hal utama atau penting dari hasil pengumpulan data.Data mentah yang berasal dari hasil wawancara dengan pedagang, observasi

[56] Farman, *Kuantitatif VS Kualitatif* (Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2025).hlm.37-46

[57] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah.* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012). hlm.144

aktivitas jual beli, serta catatan lapangan lainnya tidak seluruhnya digunakan, melainkan dipilah dan disederhanakan sesuai dengan kebutuhan analisis. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan informasi yang berkaitan dengan kondisi daya beli masyarakat, strategi pedagang dalam meningkatkan penjualan, serta penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam aktivitas perdagangan di Pasar Sicincin.

b. Penyajian Data

Tahap berikutnya setelah melakukan reduksi data adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dilakukan melalui uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif untuk menggambarkan kondisi nyata yang terjadi di Pasar Sicincin. Penyajian data naratif digunakan agar informasi mengenai kondisi daya beli masyarakat, strategi pedagang dalam meningkatkan penjualan, serta penerapan prinsip ekonomi Islam dapat dipahami secara mendalam dan kontekstual.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengintepretasikan makna data yang telah disusun. Data yang telah dikumpulkan kemudia akan dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan, yang kemudian diverfikasi.

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan ini merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Proses verifikasi dilakukan berdasarkan hasil reduksi data dan penyajian data, serta diarahkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Nagari Sicincin

Nagari Sicincin adalah komunitas hukum adat dengan wilayah tertentu untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat. Ini juga memiliki budaya adat istiadat yang sangat melekat bagi masyarakat Nagari.

Masyarakat Sicincin dikatakan berasal dari Luak Tanah Datar, menurut tambo alam Minangkabau. Luak Tanah Datar terdiri dari tiga bahagian:

a) Limo kaum 12 koto,

b) Sungai Tarab 8 batur

c) Batipuh 10 koto.

Sepuluh koto terdiri dari Pariangan atau Padang panjang, Jaho, Tambangan, Koto Laweh, Pandai Sikek, Sumpur, Malako, Gunuang, dan Paninjauan. Menurut Tambo Alam Minang Kabau, masyarakat berasal dari 10 koto dari Batipuh, hanyan 4 koto yang menjadi daerah asal Sicincin: Gunuang, Jaho, Tambangan, dan Paninjauan.

Dalam Kecamatan 2x11 Enam Lingkung, Nagari Sicincin menggambarkan rasa kekeluargaan yang kuat di antara suku-suku, yang dipimpin oleh seorang datuak, kepala suku. Datuak masih

menjaga keluarga dan sukunya di Sicincin. Dengan nama sukunya masing-masing, tiap datuak memimpin sukunya. Dalam Nagari Sicincin, ada empat puluh datuak yang terdiri dari enam suku pucuak: suku Guci, Sikumbang, Panyalai, Jambak, Tanjuang, Koto, dan satu suku tambahan, suku mandahiliang.

Dalam Nagari Sicincin, ada empat korong: Korong Sicincin, Korong Ladang Laweh, Korong Pauh, dan Korong Bari, yang masing-masing dipimpin oleh Wali Korong. Wali Nagari dipilih langsung oleh semua warga Nagari yang memenuhi syarat untuk dipilih, dan beberapa Wali Korong mewakili beberapa wilayah kecil dari Nagari.

2. Letak Geografis dan Batas Wilayah

Salah satu nagari di Kecamatan 2x11 Enam Lingkung, Kabupaten Padang Pariaman, adalah Sicincin. Nagari Sicincin terletak di antara beberapa nagari di sekitarnya. Nagari ini berbatasan dengan Nagari Kepala Hilalang di sebelah utara. Nagari Pakan Baru berbatasan dengan Nagari Sungai Asam dan Lubuk Pandan di sebelah selatan. Nagari Sungai Durian berbatasan dengan Nagari Sungai Durian di sebelah barat. Nagari Anduring berbatasan dengan Nagari Sungai Durian di sebelah timur.

Nagari Sicincin memiliki luas 2.726 hektare, dengan empat korong: Korong Sicincin, Korong Ladang Laweh, Korong Pauh, dan Korong Bari. Korong Ladang Laweh memiliki luas terbesar, sekitar

1.544 hektare, sedangkan Korong Pauh sekitar 545 hektare, Korong Bari sekitar 335 hektare, dan Korong Sicincin sekitar 302 hektare. Pembagian wilayah ini menunjukkan bahwa Nagari Sicincin memiliki area yang cukup luas dengan banyak wilayah pemukiman, lahan pertanian, dan aktivitas masyarakat di setiap korong.

3. Keadaan Penduduk

Tahun 2025, Nagari Sicincin memiliki 3.154 Kartu Keluarga (KK), dengan 9.643 penduduk. Sebagian besar penduduk Nagari Sicincin bekerja sebagai petani, pekebun, pekerja harian lepas, dan pedagang.

4. Visi dan Misi Nagari Sicincin

a. Visi

"Mewujudkan Nagari Sicincin menjadi Nagari yang Mandiri dan Sejahtera".

b. Misi

1) Menyelenggarakan Pemerintahan Nagari yang transparan, berkeadilan dan akuntabel
2) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan Nagari
3) Meningkatkan peran kelembagaan Nagari
4) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan dan pengembangan potensi lokal

5) Meningkatkan partisipasi dan kolaborasi masyarakat rantau terhadap pembangunan Nagari.

5. Sejarah Singkat Pasar Sicincin

Pasar Sicincin merupakan pasar tradisional vital yang terletak di Nagari Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis, lokasi penelitian ini memiliki posisi yang sangat strategis karena berada tepat di jalur poros utama lintas regional yang menghubungkan Kota Padang dan Bukittinggi. Sejak masa kolonial hingga era pasca kemerdekaan, posisi strategis ini telah menempatkan Pasar Sicincin sebagai simpul transportasi, tempat persinggahan, sekaligus pusat perniagaan yang krusial.

Pasar ini berfungsi sebagai pusat ritel dan titik distribusi utama yang menampung serta menyalurkan hasil bumi lokal seperti sayuran, kelapa, dan produk olahan daerah lainnya ke berbagai wilayah di sekitarnya. Aktivitas perdagangan di pasar ini secara turun-temurun didominasi oleh jaringan pedagang lokal Pariaman yang membentuk struktur rantai pasok kuat di wilayah pesisir hingga lembah Minangkabau. Dalam perkembangannya, Pasar Sicincin terus bertransformasi untuk menjaga eksistensinya sebagai urat nadi perekonomian daerah. Upaya modernisasi ini diwujudkan melalui pembangunan infrastruktur fisik dan adopsi inovasi digital oleh pemerintah daerah, salah satunya lewat

sosialisasi penerapan sistem transaksi nontunai berbasis QRIS untuk menciptakan ekosistem belanja yang aman. Sebagai salah satu pusat ekonomi terbesar di Kecamatan 2x11 Enam Lingkung, Pasar Sicincin kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat interaksi sosial-ekonomi masyarakat, melainkan juga menjadi instrumen penting dan tolok ukur bagi pemerintah dalam memantau stabilitas harga serta ketersediaan kebutuhan pokok di Kabupaten Padang Pariaman.

6. Lokasi dan Luas area pasar

Pasar Sicincin, yang terletak di ruas jalan negara, terletak di Kecamatan Sicincin Kecamatan 2 X 11 Enam Lingkung. Pembangunan ini dimulai pada tahun 1979 di Padang Bukittinggi, di lintas Sumatera, dengan luas tanah 5.800 M2 dan bangunan 4.100 M2. Ada 50 kios dan 7 los.

7. Jadwal Operasional Pasar

Pasar Sicincin, yang terletak di kecamatan 2 X 11 Enam Lingkung dan sekitarnya, buka setiap hari Senin dan Jum'at, dan menarik pengunjung dari masyarakat sekitarnya. Dengan kerapatan adat Nagari Sicincin, pengelolaan pasar ini dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Pemerintah Nagari.

Tabel 4.1 Posisi Penjual

No	Jenis Usaha	Jumlah Pedagang
1	Pakaian / Baju	29
2	P&D (Sembako / Kelontong Grosir)	24
3	Rempah -rempah / Bumbu Dapur	20
4	Sayur	14
5	Ikan Asin	12
6	Makanan Ringan	10
7	Makanan/ Kedai Makanan	10
8	Kelontong	8
9	Ayam Potong	8
10	Toko Emas / Perak	7
11	Kedai Kopi / Minuman	7
12	Beras	6
13	Sepatu/ sandal	6
14	Penjahit	4
15	Pisang	4
16	Daging	3
17	Pakaian Dalam	3
18	Garam	3
19	Cabe	2
20	Barang Harian	1
21	Lainnya (Kosmetik,plastik, jamu,gorden,mainan dll)	40
Total		**221**

Sumber: Diolah dari Dokumen Wali Nagari Sicincin Tahun 2023

Berdasarkan data dari Kantor Wali Nagari Sicincin tahun 2023, jumlah pedagang di Pasar Sicincin tercatat 221 pedagang. Menurut keterangan pihak nagari, data ini masih digunakan sebagai acuan hingga saat ini karena belum ada pembaruan data terbaru.

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian yang diperoleh selama proses pengumpulan data di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penyajian hasil penelitian disusun berdasarkan indikator penelitian yang telah ditetapkan, yaitu strategi pedagang dalam

meningkatkan penjualan dan penerapan prinsip ekonomi Islam. Masing-masing indikator diuraikan secara naratif sesuai dengan fokus penelitian agar gambaran mengenai strategi pedagang Pasar Sicincin di tengah lemahnya daya beli masyarakat dapat dijelaskan secara lebih sistematis, tanpa menyebutkan nama informan secara individual.

1. Strategi Pedagang Pasar Sicincin dalam Meningkatkan Penjualan di Tengah Lemahnya Daya Beli Masyarakat

Strategi pedagang merupakan salah satu upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan di tengah kondisi daya beli masyarakat yang melemah. Dalam penelitian ini, strategi pedagang dikaji melalui sembilan subindikator yang diambil dari teori peningkatan penjualan Basu Swastha, teori strategi pedagang Ratniati, serta teori daya beli Elma Nurkhanifah. Subindikator tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan para informan mengenai upaya yang dijalankan dalam mempertahankan usaha di Pasar Sicincin.

a. Volume Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa barang dagangan mereka membutuhkan waktu lebih lama untuk terjual dibandingkan sebelum terjadinya kenaikan harga kebutuhan pokok. Sebagian informan mengatakan bahwa pembeli yang datang berkunjung ke pasar semakin berkurang frekuensinya, dan sebagian pembeli yang tetap datang juga mengurangi jumlah barang yang dibeli dalam setiap kunjungan. Hari Senin dan Jum'at tetap menjadi hari yang

paling diandalkan hampir seluruh informan, sedangkan di luar hari tersebut kondisi lapak cenderung sepi.

Sebagian informan lainnya menyatakan bahwa pola penurunan ini dirasakan berbeda-beda tergantung jenis dagangan yang dijual. Pedagang sayur, ikan, dan ayam potong yang menjual barang cepat rusak mengatakan bahwa penurunan penjualan paling terasa karena barang harus segera terjual dalam sehari, sedangkan pedagang sembako dan kelontong menyatakan penurunan lebih terlihat pada berkurangnya jumlah barang per transaksi. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian informan yang menyatakan penjualannya relatif stabil karena tetap mengandalkan pelanggan tetap yang datang setiap hari pasar.

Jika dikaitkan dengan indikator volume penjualan, yang dimaksud di sini adalah banyaknya barang yang berhasil terjual dan seberapa sering pedagang melayani pembeli dalam satu hari pasar. Dari cerita para informan, terlihat bahwa jumlah barang yang terjual dan jumlah pembeli yang datang memang berkurang dibanding sebelumnya, sehingga dapat dikatakan bahwa volume penjualan pedagang Pasar Sicincin mengalami penurunan.

b. Mendapatkan laba tertentu

Dari hasil wawancara, sebagian informan mengungkapkan bahwa modal usaha yang mereka keluarkan masih dapat kembali, meskipun keuntungan yang diperoleh sudah jauh lebih kecil dibandingkan sebelumnya, sehingga perhatian utama mereka kini bukan lagi pada

besarnya keuntungan, melainkan pada bagaimana modal dapat kembali dan usaha tetap bisa dilanjutkan pada hari berikutnya. Sebagian informan bahkan mengaku terpaksa memperkecil ukuran atau kemasan barang dagangan agar harga jual tidak naik terlalu tinggi, sehingga keuntungan per satuan barang menjadi lebih tipis. Di sisi lain, sebagian informan lainnya menyatakan keuntungan usahanya relatif masih dapat dipertahankan, terutama pada jenis dagangan kebutuhan pokok yang tetap dicari pembeli meskipun harga sedang naik. Pedagang sembako mengaku mengalami penurunan laba yang paling terasa karena harga modal dari distributor turut naik, sementara pedagang jasa seperti penjahit menyatakan keuntungannya relatif lebih stabil karena tidak terlalu bergantung pada fluktuasi harga bahan pokok.

Perlu dijelaskan bahwa laba atau keuntungan tertentu pada indikator ini merujuk pada keuntungan yang diperoleh pedagang murni dari kegiatan jual beli itu sendiri, yaitu selisih antara harga barang saat dibeli dari agen atau distributor dengan harga saat dijual kembali kepada pembeli. Dengan kata lain, laba yang dimaksud bukan berasal dari pekerjaan lain atau penghasilan di luar berdagang, melainkan keuntungan yang murni didapat dari hasil menjual barang dagangan di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara, keuntungan dari selisih harga beli dan harga jual tersebut memang masih bisa didapatkan oleh sebagian besar informan, hanya saja jumlahnya semakin kecil dibandingkan

sebelumnya. Modal yang dikeluarkan untuk membeli barang dari agen masih bisa kembali, namun sisa keuntungan yang bisa disimpan pedagang setelah menutup biaya sehari-hari menjadi semakin tipis, terutama bagi pedagang sembako yang harga modalnya ikut naik.

c. Pertumbuhan Usaha Pedagang

Berdasarkan keterangan informan, sebagian besar informan menyatakan tetap berjualan secara rutin setiap hari pasar tanpa ada yang berhenti berdagang selama periode penelitian berlangsung. Sebagian informan mengatakan bahwa untuk menjaga keberlangsungan usaha, mereka mulai mengatur ulang jumlah pengambilan stok barang, yaitu dengan mengurangi jumlah barang yang diambil dari yang sebelumnya diambil dalam jumlah besar. Cara ini dilakukan agar modal tidak tertahan pada barang yang belum terjual, terutama untuk jenis barang yang mudah rusak.

Sebagian informan menambahkan bahwa mereka kini lebih memilih membeli barang secara bertahap dalam sehari, misalnya kembali membeli ke agen pada siang hari apabila stok pagi sudah menipis, dibandingkan mengambil barang dalam jumlah besar sekaligus di awal. Sebagian informan mengatakan bahwa pedagang barang tahan lama seperti pakaian dan toko emas cenderung tidak banyak mengubah pola pengambilan stoknya, sedangkan pedagang sayur, ikan, dan ayam potong menjadi kelompok yang paling banyak menyesuaikan pola tersebut karena sifat barang yang cepat rusak.

Pada indikator ini, pertumbuhan usaha tidak diartikan sebagai bertambah besarnya usaha atau bertambahnya jumlah lapak, melainkan sejauh mana pedagang masih bisa aktif berjualan setiap hari pasar dan mempertahankan pelanggannya. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan masih tetap berjualan secara rutin, hanya saja cara mereka mengatur stok barang menjadi lebih hati-hati, sehingga dapat dikatakan usaha mereka masih bertahan meskipun tidak berkembang pesat.

d. Penyesuaian Harga

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa kenaikan harga dari pemasok tidak langsung dibebankan secara penuh kepada pembeli, melainkan disesuaikan secara bertahap dalam beberapa hari agar pembeli tidak merasa keberatan. Sebagian informan mengatakan bahwa mereka menaikkan harga sedikit demi sedikit dibandingkan menaikkan langsung sesuai kenaikan dari distributor, sebab dikhawatirkan pelanggan lama akan berpindah ke pedagang lain apabila harga dinaikkan secara tiba-tiba.

Selain itu, sebagian informan menyatakan bahwa mereka lebih memilih mengurangi keuntungan per satuan barang dibandingkan menaikkan harga secara drastis, terutama untuk barang kebutuhan pokok seperti beras dan minyak goreng. Sebagian informan mengatakan bahwa pedagang barang segar seperti cabai, sayur, dan tomat menyesuaikan harga hampir setiap hari mengikuti harga pasar induk, sedangkan

pedagang sembako melakukan penyesuaian harga lebih jarang karena harga modalnya relatif lebih stabil dalam jangka pendek.

Pada indikator ini, penyesuaian harga yang dimaksud adalah cara pedagang menetapkan harga jual dengan tetap memperhatikan kemampuan pembeli, bukan menaikkan harga secara sepihak. Dari hasil wawancara terlihat bahwa pedagang lebih memilih menaikkan harga sedikit demi sedikit dan mengurangi keuntungannya sendiri, dibandingkan langsung membebankan seluruh kenaikan harga dari distributor kepada pembeli.

e. Kualitas dan Kelayakan Barang

Berdasarkan informasi yang diperoleh, sebagian informan menyatakan bahwa menjaga kualitas barang dagangan merupakan salah satu hal yang selalu diperhatikan sebelum barang dipajang atau diterima dari distributor. Sebagian informan mengatakan bahwa barang yang kondisinya kurang baik akan dipisahkan dan dijual dengan harga lebih murah, bukan dicampur dengan barang yang masih dalam kondisi bagus. Sebagian informan bahkan menyatakan bahwa mereka berani menolak kiriman barang dari distributor apabila kondisinya dinilai tidak layak jual, meskipun hal tersebut kadang membuat stok berkurang untuk hari itu.

Sebagian informan mengatakan bahwa perhatian terhadap kualitas barang juga disesuaikan dengan jenis dagangan masing-masing. Pedagang sayur lebih memperhatikan kesegaran dan warna daun,

pedagang ayam potong memperhatikan kesegaran daging, sementara pedagang sembako lebih menekankan pada kebersihan kemasan sebelum barang diterima dan dipajang di lapak. Sebagian informan menyatakan bahwa kualitas barang yang tidak terjaga dapat menyebabkan pelanggan enggan kembali berbelanja.

Indikator ini menjelaskan apakah barang yang dijual pedagang masih dalam kondisi baik dan layak dibeli. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang memang menjaga hal ini dengan cara memilah barang yang kondisinya kurang bagus dan menjualnya terpisah dengan harga lebih murah, bahkan berani menolak barang dari distributor apabila dianggap tidak layak jual.

f. Pelayanan kepada Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa mereka tetap melayani pembeli dengan sabar saat terjadi tawar-menawar harga, menyapa pembeli terlebih dahulu, serta menjaga kerapian dan kebersihan lapak agar pembeli merasa nyaman. Sebagian informan mengatakan bahwa kenyamanan pembeli menjadi hal yang diutamakan dibandingkan terburu-buru menyelesaikan transaksi.

Sebagian informan menyatakan bahwa mereka berusaha mengingat kebiasaan belanja pelanggan tertentu, seperti jenis barang yang biasa dibeli atau jumlah yang biasa diambil, sehingga pelayanan terasa lebih akrab. Sebagian informan lainnya mengatakan bahwa mereka sesekali memberikan sedikit potongan harga atau tambahan barang kepada

pelanggan lama sebagai bentuk penghargaan atas kesetiaan berbelanja, meskipun tidak semua informan menerapkan cara ini secara rutin.

Pada indikator ini, pelayanan yang dimaksud adalah sikap pedagang saat melayani pembeli, seperti keramahan, kesabaran, dan kenyamanan yang dirasakan pembeli. Dari hasil wawancara terlihat bahwa hampir seluruh informan berusaha melayani pembeli dengan sabar dan ramah, bahkan mengenal kebiasaan belanja pelanggan tertentu, sehingga pelayanan yang diberikan terasa lebih personal.

Selain strategi yang dijalankan pedagang sebagaimana diuraikan pada poin a hingga f, terdapat pula kondisi daya beli masyarakat yang turut memengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Kondisi ini berada di luar kendali pedagang, namun tetap penting untuk diuraikan karena menjadi latar belakang munculnya strategi-strategi tersebut.

g. Tingkat Pendapatan Masyarakat

Berdasarkan keterangan informan, sebagian informan menyatakan bahwa penghasilan pembeli yang bekerja sebagai petani dan pekerja harian cenderung tidak menentu dan tidak mengalami peningkatan meskipun harga kebutuhan pokok terus naik. Sebagian informan mengatakan bahwa pembeli yang bekerja sebagai petani sangat bergantung pada musim panen, sehingga daya belinya ikut naik-turun mengikuti hasil panen tersebut.

Selain itu, sebagian informan menyatakan bahwa pekerja harian lepas seringkali tidak mendapatkan penghasilan sama sekali pada hari-

hari tertentu, sehingga kunjungan mereka ke pasar menjadi tidak menentu. Sebagian informan mengatakan bahwa pedagang yang lapaknya berada dekat dengan permukiman petani dan buruh merasakan dampak ini paling terasa, sedangkan pedagang di area yang lebih banyak dikunjungi pegawai dengan penghasilan tetap menyatakan dampaknya relatif lebih ringan.

Indikator ini melihat bagaimana kondisi penghasilan pembeli memengaruhi kemampuan mereka berbelanja di pasar. Berdasarkan hasil wawancara, penghasilan pembeli yang bekerja sebagai petani dan pekerja harian memang tidak menentu, sehingga kunjungan mereka ke pasar pun menjadi tidak menentu pula, dan hal ini dirasakan langsung oleh pedagang berupa berkurangnya jumlah pembeli.

h. Tingkat Harga Barang

Sejumlah informan dalam wawancara menuturkan bahwa kenaikan harga kebutuhan pokok menjadi penyebab utama menurunnya jumlah pembelian, karena penghasilan pembeli tidak mengalami kenaikan yang sebanding. Sebagian informan mengatakan bahwa pembeli kini lebih sering bertanya dan membandingkan harga antar lapak sebelum memutuskan untuk membeli, berbeda dengan kebiasaan sebelumnya yang langsung membeli tanpa banyak bertanya.

Sejumlah informan lain menyatakan bahwa selain faktor harga, kebersihan pasar dan kenyamanan berbelanja turut memengaruhi keputusan pembeli untuk bertahan lama di pasar. Sebagian informan

mengatakan bahwa pembeli mulai mengganti barang tertentu dengan barang substitusi yang lebih murah, misalnya beralih dari beras kualitas tertentu ke kualitas yang lebih terjangkau, sebagai bentuk penyesuaian terhadap kenaikan harga yang terjadi.

Indikator ini melihat bagaimana kenaikan harga barang di pasar memengaruhi keputusan pembeli untuk berbelanja. Dari hasil wawancara, kenaikan harga kebutuhan pokok menjadi alasan utama pembeli mengurangi jumlah belanjanya, bahkan sebagian pembeli mulai membandingkan harga antar lapak atau beralih ke barang yang harganya lebih murah.

i. Menurunnya Konsumsi Rumah Tangga

Berdasarkan keterangan informan, sebagian informan menyatakan bahwa pembeli kini menjadi lebih selektif dan mengurangi jumlah barang yang dibeli dalam setiap kunjungan ke pasar. Sebagian informan mengatakan bahwa pembeli kini membeli kebutuhan dapur dalam ukuran yang lebih kecil, misalnya membeli bumbu dapur secukupnya untuk sehari dibandingkan membeli dalam jumlah banyak untuk beberapa hari sekaligus.

Selain itu, sebagian informan menyatakan bahwa sebagian pembeli mulai beralih berbelanja ke warung atau penjual keliling di sekitar rumah untuk kebutuhan sehari-hari dalam jumlah kecil, karena dianggap lebih praktis dan tidak memerlukan ongkos maupun waktu perjalanan ke pasar. Sebagian informan mengatakan bahwa kondisi ini paling terasa

dampaknya bagi pedagang sayur dan bumbu dapur, sedangkan pedagang barang yang tidak tersedia di warung seperti pakaian relatif tidak terdampak oleh pergeseran pola belanja tersebut.

Indikator ini menjelaskan berkurangnya jumlah kebutuhan rumah tangga yang dibeli masyarakat dalam kesehariannya. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pembeli kini membeli barang dalam jumlah yang lebih sedikit dan lebih sering berbelanja di warung atau penjual keliling untuk kebutuhan kecil, sehingga kunjungan mereka ke Pasar Sicincin pun berkurang.

2. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Strategi Penjualan Pedagang

Selain menjalankan strategi dagang sebagaimana diuraikan di atas, pedagang Pasar Sicincin juga menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam menjalankan usahanya sehari-hari. Dalam penelitian ini, penerapan prinsip ekonomi Islam dikaji melalui tiga subindikator yang diambil dari teori prinsip-prinsip pasar dalam ekonomi Islam, yaitu kebebasan menentukan harga, kejujuran dan transparansi, serta keadilan harga. Ketiga subindikator tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan para informan dan diuraikan pada bagian berikut.

a. Kebebasan Menentukan Harga

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa mereka bebas menentukan harga jual dagangannya tanpa ada pihak yang memaksa, namun tetap mengacu pada perbandingan harga

yang berlaku di pasar agar tidak jauh berbeda dari pedagang lain. Sebagian informan mengatakan bahwa mereka biasa berkeliling atau bertanya kepada pedagang lain terlebih dahulu sebelum menetapkan harga jual, agar harganya tidak dianggap terlalu mahal oleh pembeli.

Sebagian informan menyatakan bahwa mereka tetap mempertahankan harga yang wajar meskipun barang sedang langka, karena khawatir kehilangan kepercayaan pelanggan apabila dianggap memanfaatkan situasi. Sebagian informan mengatakan bahwa pedagang barang segar seperti sayur dan cabai menetapkan harga secara lebih fleksibel karena mengikuti pasokan harian, sedangkan pedagang barang tahan lama seperti pakaian dan toko emas menetapkan harga yang relatif lebih tetap dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Pada indikator ini, kebebasan menentukan harga yang dimaksud adalah hak pedagang untuk menetapkan harga jualnya sendiri tanpa dipaksa pihak lain, namun tetap wajar dan tidak jauh berbeda dari harga pasar. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang memang bebas menentukan harga, tetapi mereka tetap membandingkan harga dengan pedagang lain agar tidak dianggap terlalu mahal oleh pembeli.

b. Kejujuran dan Transparansi dalam Transaksi

Berdasarkan keterangan informan, sebagian informan menyatakan bahwa mereka senantiasa terbuka kepada pembeli apabila terdapat barang dagangan yang kondisinya kurang baik, dan memilih menjual barang tersebut dengan harga lebih rendah daripada menyembunyikan

kekurangannya. Sebagian informan mengatakan bahwa sikap keterbukaan ini dilakukan karena mereka ingin pelanggan tetap percaya dan mau kembali berbelanja di kemudian hari.

Sebagian informan menyatakan bahwa mereka bahkan menawarkan langsung potongan harga kepada pembeli tanpa diminta, apabila barang yang akan dibeli memiliki sedikit cacat atau kondisi yang kurang segar. Sebagian informan mengatakan bahwa sikap keterbukaan ini paling menonjol pada pedagang barang segar seperti sayur, ikan, dan ayam potong yang kondisi barangnya mudah terlihat berubah, sedangkan pedagang barang kering seperti sembako menyatakan jarang menemukan kondisi barang yang perlu disampaikan secara khusus.

Indikator ini melihat apakah pedagang terbuka dan jujur kepada pembeli mengenai kondisi barang yang dijual. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka selalu menyampaikan kondisi barang yang kurang baik kepada pembeli dan menjualnya dengan harga lebih rendah, bukan menyembunyikan kekurangan tersebut.

c. Keadilan Harga dan Penolakan Cara yang Tidak Adil

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa mereka tidak pernah menaikkan harga secara berlebihan meskipun barang sedang langka, dan tetap menjaga harga pada tingkat yang wajar bagi seluruh pembeli. Sebagian informan mengatakan bahwa mereka pernah memiliki kesempatan untuk menaikkan harga cukup

tinggi saat barang langka, namun memilih tidak melakukannya karena mempertimbangkan kemampuan ekonomi pembeli yang juga sedang sulit.

Sebagian informan menyatakan bahwa mereka menetapkan harga yang sama untuk semua pembeli, tanpa membedakan berdasarkan siapa yang membeli. Sebagian informan mengatakan bahwa pedagang cabai dan bumbu dapur yang harganya paling sering berfluktuasi merasakan godaan untuk menaikkan harga saat barang langka memang paling besar, namun mereka tetap berusaha menjaga kewajaran harga dibandingkan mengambil untung berlebihan dari kondisi kelangkaan tersebut.

Indikator ini melihat apakah pedagang tetap adil dalam menetapkan harga meskipun barang sedang langka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pedagang tidak memanfaatkan kelangkaan barang untuk menaikkan harga secara berlebihan, dan tetap menerapkan harga yang sama kepada semua pembeli tanpa membeda-bedakan.

C. Pembahasan

1. Volume Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirangkum bahwa volume penjualan pedagang Pasar Sicincin mengalami perlambatan akibat berkurangnya frekuensi kunjungan pembeli, dengan tingkat keparahan yang berbeda antar jenis dagangan, sementara sebagian kecil pedagang masih relatif stabil karena ditopang oleh pelanggan tetap.

Peneliti menilai bahwa banyaknya pedagang yang mengalami perlambatan penjualan menunjukkan bahwa tekanan daya beli memang dirasakan hampir merata oleh seluruh pedagang, tidak hanya oleh kelompok dagangan tertentu. Adanya sebagian kecil pedagang yang masih stabil menandakan bahwa kedekatan dengan pelanggan tetap dapat membantu menjaga penjualan meskipun kondisi pasar secara umum melemah, sehingga hubungan personal dengan pembeli menjadi salah satu hal penting yang memengaruhi ketahanan penjualan pedagang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan indikator volume penjualan menurut Basu Swastha, yang menyebutkan bahwa volume penjualan menjadi penanda seberapa besar ketertarikan pembeli terhadap barang yang dijual. Namun, dalam konteks Pasar Sicincin, penurunan volume ini tidak sepenuhnya sesuai dengan asumsi teori tersebut sebagai pertanda lemahnya daya tarik produk, karena penyebab utamanya adalah faktor eksternal berupa lemahnya daya beli masyarakat, bukan karena kualitas barang atau strategi pedagang yang buruk.

Kondisi ini memperkuat penelitian Isty Evrilia Rahayu (2020) yang menunjukkan bahwa penurunan keramaian dan minat masyarakat menyebabkan pendapatan pedagang menurun akibat kompetisi yang ketat.[58] Namun berbeda dengan penelitian tersebut, pedagang Pasar

[58] Rahayu, "*Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo*."

Sicincin tidak kehilangan pembeli sepenuhnya, melainkan mengalami perlambatan waktu penjualan, menunjukkan kondisi yang sedikit lebih ringan dibandingkan pasar yang diteliti oleh Rahayu.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa volume penjualan pedagang Pasar Sicincin mengalami pelambatan yang cukup merata sebagai dampak lemahnya daya beli, namun belum sampai pada titik hilangnya pembeli secara total, sehingga usaha masih dapat dipertahankan melalui hubungan baik dengan pelanggan tetap.

2. Mendapatkan Laba Tertentu

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan secara singkat bahwa orientasi pedagang lebih terarah pada upaya mempertahankan modal agar tetap kembali, bukan lagi pada pencapaian keuntungan yang besar, meskipun tingkat penurunan laba tersebut bervariasi menurut jenis dagangan yang dijalankan.

Peneliti melihat bahwa orientasi pedagang telah bergeser dari mengejar keuntungan maksimal menjadi mempertahankan modal agar tidak mengalami kerugian. Pergeseran ini menunjukkan adanya penyesuaian mental dan strategi bisnis pedagang dalam merespons tekanan ekonomi, di mana keberlangsungan usaha dinilai lebih penting dibandingkan besarnya laba yang diperoleh dalam jangka pendek.

Sesuai dengan teori Basu Swastha bahwa laba yang stabil atau bertambah menjadi tanda usaha berjalan baik, namun kondisi di Pasar Sicincin menunjukkan penyimpangan dari idealnya indikator tersebut,

karena yang terjadi adalah upaya mempertahankan laba pada titik minimal agar usaha tidak merugi, bukan peningkatan laba sebagaimana mestinya.

Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmi Utami Zamri (2018) yang mengungkapkan bahwa pedagang pasar tradisional berusaha menyesuaikan harga dan mengurangi keuntungan agar tetap bisa menjual barang kepada konsumen dengan kemampuan ekonomi terbatas.[59] Pola yang sama ditemukan pada pedagang Pasar Sicincin, yang lebih memilih margin keuntungan tipis daripada kehilangan pelanggan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pencapaian laba pedagang Pasar Sicincin belum sesuai dengan indikator ideal peningkatan penjualan, namun tetap menunjukkan strategi bertahan yang rasional di tengah kondisi ekonomi yang sulit.

3. Menunjang Pertumbuhan Usaha

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, secara ringkas dapat digambarkan bahwa seluruh informan tetap konsisten berjualan setiap hari pasar, namun menyesuaikan pola pengambilan stok menjadi lebih hati-hati dan bertahap, dengan tingkat penyesuaian yang paling menonjol pada pedagang barang yang mudah rusak.

Konsistensi seluruh informan untuk tetap berjualan menunjukkan bahwa usaha di Pasar Sicincin memiliki daya tahan yang cukup baik

[59] Zamri, "*Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional*."

terhadap tekanan ekonomi. Peneliti berpendapat bahwa pengaturan stok yang lebih hati-hati bukan tanda kemunduran usaha, melainkan bentuk adaptasi manajerial yang rasional agar modal tidak tertahan pada barang yang belum terjual.

Hasil ini relevan dengan indikator pertumbuhan usaha Basu Swastha, di mana bagi pedagang pasar tradisional pertumbuhan usaha dimaknai bukan sebagai perluasan skala usaha, melainkan kemampuan mempertahankan pelanggan, menjaga stok barang, dan tetap aktif berjualan dari waktu ke waktu, sehingga pada intinya praktik ini sudah sesuai dengan teori tersebut, meski tidak dalam bentuk pertumbuhan skala usaha.

Fakta ini memperkuat penelitian Elma Nofita Sari (2022) yang menemukan bahwa pelayanan yang baik dan hubungan pelanggan yang terjaga membantu pedagang bertahan meskipun kondisi pasar tidak stabil, menunjukkan bahwa ketahanan usaha pedagang tradisional lebih banyak ditopang oleh relasi sosial dibandingkan ekspansi bisnis semata.[60]

Dari uraian tersebut, dapat ditegaskan bahwa pertumbuhan usaha pedagang Pasar Sicincin lebih tepat dimaknai sebagai kemampuan bertahan dan menjaga keberlangsungan usaha, bukan pertumbuhan dalam arti perluasan skala dagangan.

[60] Elma Nofita Sari, "*Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah Di Pasar Sentral Kota Palopo*."

4. Penyesuaian Harga

Mengacu pada hasil wawancara yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa pedagang cenderung menaikkan harga secara bertahap dan lebih memilih menekan margin keuntungan dibandingkan membebankan kenaikan harga secara penuh kepada pembeli, dengan intensitas penyesuaian yang berbeda menurut jenis barang.

Peneliti memandang bahwa mayoritas pedagang menunjukkan kepekaan terhadap kondisi ekonomi pembeli dengan tidak serta-merta memindahkan seluruh beban kenaikan harga kepada konsumen. Sikap ini mencerminkan pertimbangan jangka panjang, yaitu menjaga loyalitas pelanggan meskipun secara jangka pendek keuntungan pedagang menjadi lebih tertekan.

Sesuai dengan indikator penyesuaian harga menurut Ratniati, yaitu penetapan harga yang wajar dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat sekitar agar barang tetap terjangkau bagi pembeli. Praktik di lapangan menunjukkan kesesuaian penuh dengan teori ini, karena pedagang secara konsisten mengutamakan kewajaran harga di atas potensi keuntungan yang lebih besar.

Sejalan dengan penelitian Rahmi Utami Zamri (2018) yang menemukan pedagang menyesuaikan harga dan mengurangi margin keuntungan,[61] serta memperkuat penelitian Isty Evrilia Rahayu (2020) yang menemukan strategi harga murah diterapkan pedagang kaki lima,

[61] Zamri, "*Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional*."

meskipun pada penelitian Rahayu strategi tersebut dinilai belum efektif akibat tingkat persaingan yang tinggi.[62]

Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa strategi penyesuaian harga pedagang Pasar Sicincin sudah sesuai dengan prinsip kewajaran harga yang dikemukakan Ratniati, dan menjadi salah satu kunci utama pedagang tetap dipercaya pelanggan.

5. Kualitas dan Kelayakan Barang

Berdasarkan uraian hasil penelitian sebelumnya, terlihat bahwa pedagang Pasar Sicincin secara konsisten menjaga kualitas barang melalui pemilahan dan penolakan barang yang tidak layak, dengan bentuk perhatian yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing jenis dagangan.

Menurut peneliti, kondisi ini menunjukkan bahwa tingginya perhatian pedagang terhadap kualitas barang menunjukkan kesadaran bahwa kepercayaan pembeli sangat bergantung pada konsistensi kualitas dagangan, terlebih di tengah kondisi daya beli yang melemah, sehingga pembeli akan lebih selektif memilih pedagang yang menjual barang berkualitas baik meski dengan harga yang wajar.

Hal ini sesuai dengan indikator kualitas dan kelayakan barang menurut Ratniati, bahwa kelayakan barang, kondisi yang masih baik, serta kesesuaian antara kualitas dan harga menjadi pertimbangan utama

[62] Rahayu, "*Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo.*"

konsumen dalam memutuskan pembelian. Kondisi di lapangan menunjukkan penerapan yang sesuai dengan teori tersebut.

Hal ini memperkuat penelitian Elma Nofita Sari (2022) yang menyebutkan bahwa perhatian terhadap kualitas dagangan turut membantu pedagang mempertahankan pelanggan meski dalam kondisi pasar yang kurang stabil.[63]

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat ditegaskan bahwa menjaga kualitas barang menjadi strategi yang konsisten dijalankan pedagang Pasar Sicincin dan telah sesuai dengan prinsip kelayakan barang menurut teori Ratniati.

6. Pelayanan kepada Pembeli

Berdasarkan hasil penelitian pada poin sebelumnya, tergambar bahwa pelayanan yang ramah, sabar, dan personal menjadi ciri yang menonjol pada hampir seluruh informan, dengan sebagian pedagang bahkan memberikan perlakuan khusus kepada pelanggan lama sebagai bentuk penghargaan atas loyalitas mereka.

Peneliti menilai bahwa pelayanan yang ramah dan personal menjadi salah satu strategi paling banyak dijalankan pedagang Pasar Sicincin dalam mempertahankan pelanggan di tengah kondisi ekonomi yang sulit, mengingat cara ini tidak memerlukan modal tambahan namun berdampak besar terhadap loyalitas pembeli.

[63] Elma Nofita Sari, "*Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah Di Pasar Sentral Kota Palopo*."

Sesuai dengan indikator pelayanan kepada pembeli menurut Ratniati, yaitu peningkatan kecepatan respon dan sikap ramah tamah kepada pembeli sebagai bagian dari strategi mempertahankan penjualan. Praktik pedagang Pasar Sicincin menunjukkan kesesuaian yang tinggi dengan teori tersebut.

Hal ini memperkuat penelitian Elma Nofita Sari (2022) yang menegaskan bahwa pelayanan ramah dan hubungan baik dengan pelanggan mampu membantu pedagang buah di Palopo meningkatkan penjualan meskipun kondisi pasar tidak stabil, menunjukkan pola yang konsisten dengan kondisi di Pasar Sicincin.[64]

Hal ini menegaskan bahwa pelayanan personal dan ramah menjadi strategi paling efektif dan paling banyak dijalankan pedagang Pasar Sicincin, serta sudah sesuai dengan indikator pelayanan menurut teori Ratniati.

7. Tingkat Pendapatan Masyarakat

Dari uraian hasil penelitian di atas, dapat diringkas bahwa ketidakpastian pendapatan pembeli yang bekerja sebagai petani dan pekerja harian menjadi faktor utama yang dirasakan informan, dengan dampak yang lebih terasa bagi pedagang yang lapaknya dekat dengan permukiman kelompok berpenghasilan tidak tetap tersebut.

Peneliti berpendapat bahwa ketidakpastian pendapatan masyarakat menjadi akar utama permasalahan yang dihadapi pedagang, karena

[64] Elma Nofita Sari.

persoalan ini berada di luar kendali pedagang maupun kebijakan yang bisa mereka ambil secara individual, sehingga solusi jangka panjang idealnya juga melibatkan intervensi dari pemerintah daerah.

Kondisi ini sesuai dengan teori Elma Nurkhanifah bahwa daya beli suatu wilayah sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan masyarakatnya, di mana ketika pendapatan rumah tangga menurun atau tidak pasti, kemampuan masyarakat untuk berbelanja ikut tertekan. Kondisi di Pasar Sicincin menunjukkan kesesuaian penuh dengan teori ini.

Sejalan dengan penelitian Evi Juliya Wati dkk (2025) yang menjelaskan bahwa inflasi dan ketidakpastian pendapatan berdampak langsung terhadap penurunan daya beli masyarakat di Indonesia.[65]

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa lemahnya dan tidak menentunya pendapatan masyarakat Nagari Sicincin menjadi faktor utama yang berada di luar kendali pedagang, namun paling besar pengaruhnya terhadap penurunan aktivitas jual beli di pasar.

8. Tingkat Harga Barang

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dijelaskan, secara garis besar dapat dipahami bahwa kenaikan harga kebutuhan pokok diakui informan sebagai penyebab utama menurunnya jumlah pembelian,

[65] Wati et al., "Dampak Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Indonesia : Tinjauan Literatur."

yang kemudian diperberat oleh faktor kenyamanan pasar dan mendorong pembeli beralih ke barang substitusi yang lebih terjangkau.

Peneliti berpendapat bahwa kenaikan harga tidak berdiri sendiri sebagai penyebab tunggal penurunan daya beli, melainkan saling berkaitan dengan faktor lain seperti kenyamanan berbelanja, sehingga upaya pedagang menjaga kualitas dan pelayanan menjadi semakin penting untuk mengimbangi tekanan harga yang tidak dapat mereka kendalikan.

Hal ini relevan dengan teori Elma Nurkhanifah bahwa kenaikan harga barang tanpa disertai naiknya penghasilan masyarakat akan berakibat menurunnya daya beli, dan jika berlangsung terus-menerus akan menimbulkan reaksi berantai yang negatif terhadap perekonomian. Kondisi di lapangan sesuai dengan pola yang digambarkan teori tersebut.

Sejalan dengan penelitian Tia Aprilia (2025) yang menjelaskan bahwa inflasi berkaitan erat dengan prinsip keadilan dan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam, sehingga stabilitas harga menjadi kunci menjaga daya beli masyarakat kecil.[66]

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga kebutuhan pokok menjadi penyebab utama penurunan daya beli di

[66] Aprilia, "Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Makro Islam Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi."

Pasar Sicincin, namun faktor kenyamanan dan kebersihan pasar turut memperberat dampaknya.

9. Menurunnya Konsumsi Rumah Tangga

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya, dapat ditarik gambaran bahwa konsumsi rumah tangga menurun dari sisi jumlah pembelian per kunjungan dan sebagian beralih ke warung atau penjual keliling, dengan dampak yang paling dirasakan oleh pedagang sayur dan bumbu dapur.

Menurut peneliti, pergeseran pola belanja dari pasar tradisional ke warung dan penjual keliling menjadi tantangan tersendiri bagi pedagang Pasar Sicincin, karena bukan hanya soal harga, tetapi juga soal kepraktisan yang semakin dicari masyarakat di tengah keterbatasan waktu dan biaya transportasi.

Sesuai dengan teori Elma Nurkhanifah yang menyebutkan bahwa menurunnya konsumsi rumah tangga menjadi indikator penting karena sektor ini penyumbang terbesar terhadap perekonomian, sehingga pelemahannya berdampak pada penurunan pendapatan pelaku usaha secara keseluruhan. Kondisi ini menunjukkan kesesuaian dengan teori tersebut.

Hal ini memperkuat penelitian Muhammad Farel Fadillah dkk (2025) yang menunjukkan bahwa inflasi dan pendapatan berpengaruh terhadap tingkat konsumsi rumah tangga, dengan penekanan bahwa

dalam perspektif ekonomi Islam konsumsi seharusnya tetap dijaga secara wajar dan seimbang meski dalam kondisi ekonomi sulit.[67]

Dari uraian tersebut, dapat ditegaskan bahwa penurunan konsumsi rumah tangga dan pergeseran ke warung/penjual keliling menjadi salah satu penyebab langsung berkurangnya aktivitas jual beli di Pasar Sicincin.

10. Kebebasan Menentukan Harga

Merujuk pada hasil wawancara pada bagian hasil penelitian di atas, tampak bahwa pedagang memiliki kebebasan menentukan harga namun tetap mengacu pada harga pasar yang berlaku dan mempertahankan kewajaran harga meskipun barang sedang langka, dengan tingkat fleksibilitas yang berbeda menurut jenis barang.

Peneliti memandang bahwa kebebasan yang disertai tanggung jawab ini menunjukkan adanya mekanisme pengendalian diri pada pedagang, di mana kebebasan berdagang tidak dimaknai sebagai keleluasaan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya, melainkan tetap berada dalam koridor kewajaran dan keseimbangan pasar.

Sesuai dengan prinsip kebebasan dan pengawasan dalam pasar Islam, bahwa setiap orang bebas berdagang selama mengikuti aturan syariah, namun kebebasan tersebut tidak sepenuhnya tanpa batas karena tetap harus mencegah praktik yang merugikan pihak lain. Praktik

[67] Fadillah, Julpi, and Malik, "Pengaruh Inflasi Dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam."

pedagang Pasar Sicincin menunjukkan kesesuaian yang tinggi dengan prinsip ini.

Sejalan dengan penelitian Faturochman (2025) yang menunjukkan bahwa adaptasi pedagang dan penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran dan kesabaran menjadi bagian penting dalam mempertahankan usaha di tengah perubahan ekonomi.[68]

Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa kebebasan menentukan harga yang dijalankan pedagang Pasar Sicincin telah sesuai dengan prinsip kebebasan bertanggung jawab dalam ekonomi Islam.

11. Kejujuran dan Transparansi dalam Transaksi

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan, dapat dirangkum secara singkat bahwa keterbukaan dalam menyampaikan kondisi barang menjadi sikap yang cukup konsisten ditemukan pada informan, terutama pada pedagang barang segar yang kondisi dagangannya lebih mudah berubah dan mudah terlihat oleh pembeli.

Menurut peneliti, tingginya angka kejujuran pedagang dalam penelitian ini menjadi salah satu hal yang cukup menonjol, karena menunjukkan bahwa nilai kejujuran tetap dipegang teguh meskipun pedagang berada dalam tekanan ekonomi untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sikap ini kemungkinan besar menjadi

[68] Faturochman, "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang 1-4."

salah satu alasan pedagang masih mampu mempertahankan pelanggan lama.

Sesuai dengan prinsip transparansi dan kejujuran dalam transaksi pada pasar Islam, bahwa penjual harus menyampaikan informasi tentang barang secara jujur dan jelas kepada pembeli, tanpa menyembunyikan kekurangan yang dapat merugikan pihak lain. Praktik di lapangan sangat sesuai dengan prinsip ini.

Hal ini sejalan dengan hadis yang diriwayatkan At-Tirmidzi bahwa pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi di hari kiamat, serta memperkuat penelitian Faturochman (2025) yang menemukan nilai-nilai keislaman melekat dalam budaya berdagang masyarakat setempat.[69]

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat ditegaskan bahwa kejujuran dan transparansi pedagang Pasar Sicincin dalam menyampaikan kondisi barang telah sesuai dengan prinsip kejujuran dalam ekonomi Islam, dan menjadi modal sosial penting bagi keberlangsungan usaha mereka.

12. Keadilan Harga dan Penolakan Cara yang Tidak Adil

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dicermati bahwa informan menunjukkan keengganan mengambil keuntungan secara berlebihan dari kondisi kelangkaan barang dan tetap menerapkan harga yang sama bagi seluruh pembeli, meskipun godaan

[69] Faturochman.

menaikkan harga dirasakan paling besar oleh pedagang barang segar yang harganya mudah berfluktuasi.

Menurut peneliti, kondisi ini menunjukkan bahwa keengganan pedagang mengambil keuntungan dengan cara yang tidak adil, meskipun ada kesempatan untuk melakukannya, menunjukkan bahwa pedagang Pasar Sicincin tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan pribadi, melainkan tetap mempertimbangkan kenyamanan dan kepercayaan pembeli sebagai investasi jangka panjang bagi keberlangsungan usaha mereka.

Sesuai dengan prinsip keadilan harga dan larangan penimbunan dalam pasar Islam, bahwa harga harus sesuai dengan nilai barang yang sebenarnya tanpa manipulasi, dan penjual tidak diperbolehkan menaikkan harga dengan cara yang tidak wajar seperti menimbun barang agar terlihat langka. Praktik pedagang Pasar Sicincin secara umum sesuai dengan prinsip ini.

Sejalan dengan pandangan Imam Al-Ghazali bahwa pasar yang baik adalah pasar yang berjalan dengan jujur dan adil, di mana pedagang tidak boleh memainkan harga demi keuntungan sendiri, [70] serta memperkuat penelitian Faturochman (2025) mengenai keterikatan nilai-nilai Islam dalam praktik dagang tradisional.[71]

[70] Indriastuti and Heriyawan, "Peran Etika Ekonomi Islam Dalam Perdagangan Internasional : Telaah Kritis Atas Pemikiran Imam Al-Ghazali."

[71] Faturochman, "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang 1-4."

Hal ini menegaskan bahwa penetapan harga yang adil dan penolakan terhadap cara-cara yang tidak adil sudah sesuai dengan prinsip keadilan harga dalam ekonomi Islam, meskipun sebagian kecil pedagang masih menyesuaikan harga lebih tinggi pada kondisi barang langka.

Untuk menegaskan kembali perspektif ekonomi Islam yang menjadi fokus penelitian ini, berikut dikaitkan kesembilan strategi pedagang Pasar Sicincin, yaitu mempertahankan penjualan, mendapatkan laba, menunjang pertumbuhan usaha, penyesuaian harga, menjaga kualitas barang, pelayanan kepada pembeli, serta respons terhadap tingkat pendapatan, tingkat harga, dan konsumsi rumah tangga masyarakat, dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang telah dibahas pada Bab II.

Volume penjualan yang dipertahankan melalui hubungan baik dengan pelanggan tetap, tanpa memaksa pembeli untuk membeli lebih banyak, mencerminkan prinsip perniagaan yang didasari suka sama suka sebagaimana ditegaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29. Sikap pedagang yang tetap merasa cukup meskipun laba yang didapat semakin kecil, tanpa menaikkan harga secara sepihak untuk mengejar keuntungan besar, sejalan dengan prinsip keadilan harga yang melarang pedagang mengambil untung secara berlebihan dari pembeli. Sementara itu, kemampuan pedagang mempertahankan usaha dan mengatur stok secara hati-hati tanpa pernah berhenti berdagang

mencerminkan tanggung jawab menjaga amanah usaha, sejalan dengan prinsip kebebasan berdagang yang tetap diawasi dan bertanggung jawab dalam Islam.

Penyesuaian harga secara bertahap dan tidak membebani pembeli secara sepihak mencerminkan langsung prinsip kebebasan menentukan harga yang tetap bertanggung jawab. Kebiasaan memilah barang yang kondisinya kurang baik dan menjualnya secara terbuka tanpa menyembunyikan kekurangannya mencerminkan prinsip kejujuran dan transparansi dalam pasar Islam. Pelayanan yang ramah dan sabar kepada pembeli, tanpa membeda-bedakan, sejalan dengan pandangan Imam Al-Ghazali bahwa pedagang tidak boleh hanya memikirkan keuntungan pribadi, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan dan kebutuhan pembeli.

Kepedulian pedagang terhadap kondisi pembeli yang penghasilannya tidak menentu, dengan tetap menjaga harga wajar meski mengetahui pembeli sedang kesulitan, sejalan dengan tujuan ekonomi Islam untuk mewujudkan kesejahteraan bersama (falah). Sikap tidak memanfaatkan kenaikan harga kebutuhan pokok untuk mengambil untung sepihak sejalan dengan larangan menzalimi pembeli melalui harga yang tidak wajar. Adapun perubahan pola belanja pembeli yang membeli dalam jumlah lebih kecil, dan diterima pedagang tanpa memaksakan pembelian dalam jumlah besar, sejalan

dengan ajaran ekonomi Islam bahwa konsumsi sebaiknya dilakukan secara wajar sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan.

Dengan demikian, kesembilan strategi bisnis yang dijalankan pedagang Pasar Sicincin tidak berdiri terpisah dari nilai-nilai ekonomi Islam, melainkan secara alami sudah mencerminkan prinsip keadilan (*'adl*) dan kemaslahatan bersama (*falah*) yang menjadi tujuan ekonomi Islam, meskipun dijalankan berdasarkan kebiasaan berdagang, bukan teori ekonomi Islam secara formal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV, penelitian ini menjawab dua rumusan masalah sebagai berikut.

1. Strategi Pedagang Pasar Sicincin dalam Meningkatkan Penjualan di Tengah Lemahnya Daya Beli Masyarakat

Strategi yang dijalankan pedagang Pasar Sicincin dalam meningkatkan penjualan di tengah lemahnya daya beli masyarakat mencakup: mempertahankan penjualan pada hari pasar utama dengan menjaga hubungan baik bersama pelanggan tetap, menekan margin keuntungan agar harga tetap terjangkau, mengatur ulang jumlah pengambilan stok barang secara bertahap, menjaga kualitas dan kelayakan barang dagangan, serta memberikan pelayanan yang ramah dan personal kepada pembeli. Secara keseluruhan, strategi ini lebih diarahkan sebagai upaya bertahan agar usaha tidak merugi dan pelanggan tidak hilang, dibandingkan mengejar keuntungan yang besar.

2. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Strategi Penjualan Pedagang

Prinsip ekonomi Islam telah diterapkan pedagang Pasar Sicincin melalui tiga hal. Pertama, penetapan harga yang wajar dan tidak memberatkan pembeli mencerminkan prinsip kebebasan menentukan harga yang tetap bertanggung jawab. Kedua, sikap terbuka dalam menyampaikan kondisi barang dan kesediaan menjual barang yang kurang baik dengan harga

lebih murah mencerminkan prinsip kejujuran dan transparansi. Ketiga, keengganan mengambil untung berlebihan meskipun ada kesempatan mencerminkan prinsip keadilan harga. Nilai-nilai ini dijalankan secara alami dari kebiasaan berdagang dan menjadi alasan pedagang masih dipercaya pelanggan di tengah lemahnya daya beli masyarakat.

B. Saran

1. Bagi Pedagang Pasar Sicincin

Kualitas barang, kejujuran, dan pelayanan ramah yang selama ini dijalankan sebaiknya terus dipertahankan, sekaligus mulai memanfaatkan media sosial sederhana agar tidak hanya bergantung pada pembeli yang datang langsung ke pasar.

2. Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

Kebersihan dan kenyamanan pasar perlu diperbaiki, disertai program yang membantu menstabilkan pendapatan petani dan pekerja harian agar daya beli masyarakat sekitar pasar dapat pulih.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini baru melihat dari sisi pedagang saja. Akan lebih lengkap kalau ada penelitian lain yang juga menggali langsung dari sisi pembeli, misalnya soal bagaimana masyarakat Nagari Sicincin sendiri mengatur keuangan rumah tangganya di tengah harga-harga yang naik. Selain itu, penelitian dengan jangka waktu yang lebih panjang juga bisa melihat apakah strategi bertahan yang dilakukan pedagang saat ini benar-benar berhasil dalam jangka panjang, atau hanya solusi sementara.

DAFTAR PUSTAKA

"/Wali Nagari Sicincin, Dokumen Data Pedagang Pasar Sicincin (Kantor Wali Nagari Sicincin, 2023).," n.d.

Amang, Andi, and Mulyadi. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka, 2023.

Amsari, Syahrul, and Hartato Rianto. *Ekonomi Syariah : Jalan Tengah Mewujudkan Ekonomi Berkeadilan*. Medan: Umsu Press, 2025.

Anggresa, Jeni. "Pengaruh Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Indonesia." *Kolaboratif Sains* 9, no. 1 (2026): 130. https://doi.org/10.56338/jks.v9i1.9796.

Aprilia, Tia. "Inflasi Dalam Perspektif Ekonomi Makro Islam Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi." *Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 4 (2025): 843.

Ardiansyah, M, and Lukmanul Hakim. *Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Menuju Sustainable Development Goals (SDGS) Di Era Global*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023.

Elma Nofita Sari. "Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Buah Di Pasar Sentral Kota Palopo." UIN Palopo, 2022.

Fadillah, Muhammad Farel, Selamat Julpi, and Anas Malik. "Pengaruh Inflasi Dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Penelitian Ilmiah Multidisipliner* 01, no. 04 (2025): 448.

Fajaruddin, Achmad, Talitha Rahma Elvina, Ekonomi Islam, and Universitas Darussalam Gontor. "Analisis Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Muslim Di Pasar Besar Ngawi." *Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 231–38.

Farman. *Kuantitatif VS Kualitatif*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2025.

Faturochman. "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Persaingan Dengan Pasar Modern Di Kota Palembang 1-4." *Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 6, no. 1 (2025): 221.

Hadi, Abd, Rusman, and Asrori. *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2021.

Harinie, Luluk Tri. *Pemasaran Inovatif Pada UMKM*. Bali: Intelektual Manifes Media, 2024.

Hasanah, Nurul. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Suryanata Motor Amuntai." *Inovatif* 1, no. 1 (2019): 36.

Hikmawan, Dika. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Change Think Journal* 1, no. 1

(2022): 53.

Hulwati. *Ekonomi Islam Teori Dan Prateknya Dalam Perdagangan Obligasi Syariah Di Pasar Modal Indonesia Dan Malaysia*. Jakarta: Ciputat Press, 2009.

Idri. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. /. Jakarta: Kencana, 2023.

Indriastuti, Dwi, and Mohammad Sapta Heriyawan. "Peran Etika Ekonomi Islam Dalam Perdagangan Internasional : Telaah Kritis Atas Pemikiran Imam Al-Ghazali." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 04 (2025): 60–69.

Mujamil. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Intelegenesia Media, 2022.

Nikmah, Nanda Kharimatun, and Aan Zainul Anwar. "Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Jepara." *Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 1 (2025): 8.

Nilam Sari, Meci. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sumedang: Mega Press Nusantara, 2024.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Nurkhanifah, Elma, and Syamsul Arifin. "Analisis Dampak Menurunnya Daya Beli Di Lingkungan Masyarakat Indonesia Akibat Inflasi." *Sahmiyya* 2, no. 1 (2023): 241–42.

"Observasi Di Pasar Sicincin, Kecamatan 2X11 Enam Lingkung, Desember 2025," n.d.

Pariaman, Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang. *Kecamatan 2X11 Anam Lingkuang Dalam Angka 2025*. BPS Kabupaten Padang Pariaman, 2025.

Permana, Yoga, and Fauzatul Laily Nisa. "KONSEP KEADILAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Ekonomi Syariah Darussalam* 5, no. 2 (2024): 87.

Prasetia, Indra. *Metode Penelitian*. Medan: UMSU Press, 2022.

Pratama, Marshal Imar, Anwar Rahim, and Nichy Oktaviani. "Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Pasar Pagi Lubuk Lintah Padang." *Pustaka Aktiva* 5, no. 1 (2025): 1.

Rahayu, Isty Evrilia. "Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Alun-Alun Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2020.

Ratniati. "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Subuh Kandangan Dalam Meningkatkan Penjualan." *Manajemen Bisnis Syariah* 01, no. 01 (2024): 88.

Saputra Nur, Dani. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Feniks Muda Sejahtera, 2022.

Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.

Silvia, Deby, Mohammad Balafif, and Anggraeni Rahmasari. "Inflasi Dalam

Perspektif Ekonomi Makro Islam Dan Implikasinya Terhadap Stabilitas Ekonomi." *Bharanomics* 2, no. 1 (2021): 82. https://doi.org/10.46821/bharanomics.v2i1.193.

Statistik, Badan Pusat, and Provinsi Sumatera Barat. *Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Sumatera Barat Desember 2025*. Badan Pusat Statistik, 2026.

Perkembangan Indeks Harga Konsumen Provinsi Sumatera Barat November 2025. Badan Pusat Statistik, 2025.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA, 2016.

"Survei Konsumen September 2025 : Keyakinan Konsumen Terjaga," n.d. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2723625.aspx?

Swastha, Basu. */Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty, 2002.

Syamsiah. *Ekonomi Makro Islam*. Makasar: Nas Media Indonesia, 2025.

Trading Economics. "Tingkat Inflasi-Daftar Negara," 2026. https://id.tradingeconomics.com/country-list/inflation-rate.

Trading Economics. "Tingkat Inflasi Indonesia Naik Ke Tertinggi Dalam 20 Bulan," n.d. https://id.tradingeconomics.com/indonesia/inflation-cpi/news/514227.

Wahyudi, and Sopi. */Manajemen Strategis*. Indramayu: Adab Indonesia, 2025.

Wati, Evi Juliya, Murni Intan Sari, Yahya Hidayattullah, Universitas Islam, Negeri Raden, Intan Lampung, and Bandar Lampung. "Dampak Inflasi Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Indonesia : Tinjauan Literatur." *Jurnal Media Akademik* 3, no. 11 (2025): 7–8.

"Wawancara Dengan Pedagang Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung," n.d.

"Wawancara Dengan Pembeli Di Pasar Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung.," n.d.

Zachra, Annisa Nabila, and Anggia Ramadhan. "Upaya Pedagang Dalam Meningkatkan Pendapatannya Di Pasar Tradisional Sabtu." *EconomicsResearchandPolicyStudies* 5, no. 2 (2025): 575.

Zamri, Rahmi Utami. "Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional." UIN SYARIF HIDAYATULLAH, 2018.

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Pertanyaan Wawancara

No	Pertanyaan
1	Dibandingkan sebelum harga-harga naik, seberapa banyak barang Ibu/Bapak yang habis terjual dalam satu hari pasar sekarang?
2	Apakah barang dagangan sekarang lebih lama habisnya, dan hari apa yang biasanya masih lumayan ramai pembeli?
3	Setelah semua modal terbayar, apakah hasil jualan dalam satu hari pasar masih bisa balik modal atau ada keuntungan yang tersisa?
4	Dari keuntungan berjualan sekarang, apakah masih bisa menyisihkan sebagian untuk keperluan keluarga atau ditabung?
5	Apakah masih bisa berjualan rutin setiap hari pasar, dan bagaimana cara menjaga stok tetap ada meski modal terasa pas-pasan?
6	Adakah hal khusus yang dilakukan agar pelanggan lama tetap mau beli ke sini dan tidak pindah ke pedagang lain atau warung dekat rumah?
7	Bagaimana cara menentukan harga jual barang, apakah langsung ikut harga dari pemasok, atau ada pertimbangan lain?
8	Saat hari pasar terasa sepi, apakah pernah menurunkan harga supaya barang tetap laku?
9	Apa yang diperhatikan saat memilih atau menerima barang dari pemasok supaya kualitasnya tetap bagus?
10	Kalau ada pembeli yang tampak ragu-ragu atau ingin menawar harga, bagaimana biasanya cara menghadapinya?
11	Selain soal harga dan barang, adakah hal lain yang dilakukan supaya pembeli merasa nyaman berbelanja di lapak ini?
12	Apakah ada pelanggan lama yang sekarang jarang datang atau belanjanya berkurang, dan apa yang biasanya mereka ceritakan?
13	Waktu harga barang naik, bagaimana reaksi pembeli yang datang ke lapak?
14	Apakah Ibu/Bapak melihat perubahan jenis barang yang dibeli pembeli saat harga naik, misalnya beralih ke yang lebih murah?

15	Apakah pernah mendengar dari pembeli bahwa mereka sekarang lebih sering belanja di warung dekat rumah atau dari penjual keliling?
16	Dalam berjualan sehari-hari, apakah Ibu/Bapak merasa bebas menentukan harga dan cara berdagang sendiri, tapi tetap menjaga agar tidak merugikan pembeli?
17	Kalau ada barang yang kondisinya kurang sempurna, apakah langsung disampaikan secara terbuka ke pembeli?
18	Apakah pernah merasakan bahwa bersikap terbuka dan jujur soal kondisi barang justru membuat pembeli lebih percaya dan mau kembali lagi?
19	Apakah selalu menetapkan harga yang wajar untuk semua pembeli, dan pernah sengaja tidak menaikkan harga terlalu tinggi meski bisa?
20	Apakah pernah menolak cara mendapatkan keuntungan tertentu yang sebenarnya bisa dilakukan tapi terasa tidak adil?

Lampiran 2: Surat Keterangan (SK) Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 412.1/Un.26.3/HK.00.5/11/2025

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Husnil Qatimah** NIM. **3222077** tanggal 05 November 2025;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Ditengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin,Kec.2X11 Enam Lingkung)"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Dewi Manda Anggraini, SE, MBA**
NIP	:	199209242020122014
Pangkat/Gol.Ruang/Jabatan	:	Penata /III/c/Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Syariah
Memberi Mata Kuliah	:	Manajemen Keuangan Islam
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 05 November 2025
Dekan,

AIDI[illegible]FIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 3: Surat Permohonan Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1034/Un.26.3/PP.07/05/2026 19 Mei 2026
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Wali Nagari Sicincin Kec. 2 X 11 Enam Lingkung
Kab. Padang Pariaman

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Husnil Qatimah**
NIM	: 3222077
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Islam S1
Judul Skripsi	: ***"Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2X11 Enam Lingkung)"***
Lokasi Penelitian	: Nagari Sicincin Kec. 2 X 11 Enam Lingkung Kab. Padang Pariaman
Waktu	: 19 Mei s.d 19 Juni 2026

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 4: Surat Balasan Penelitian

PEMERINTAH KABUPATEN PADANG PARIAMAN
KECAMATAN 2X11 ANAM LINGKUANG
NAGARI SICINCIN
Jalan Raya Padang Bukittinggi Km 48 Pasar Sicincin,
email: nagarisicincin@gmail.com Kode Pos 25584

Nomor : 140/84/PEM/Ng-Scc
Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Sicincin, 10 Juni 2026

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Universitas Islam
Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukitinggi
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam

di-

Bukittinggi

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara Nomor: B-1034/Un.26.3/PP.07/05/2026 tanggal 19 Mei 2026 perihal Mohon Izin Penelitian, maka dengan ini Pemerintah Nagari Sicincin memberikan **IZIN** kepada mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	:	**HUSNIL QATIMAH**
NIM	:	3222077
Semester	:	VIII (delapan)
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Ekonomi Islam S1
Judul Skripsi	:	"Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi islam (Studi Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2x11 Anam Lingkuang)
Lokasi Penelitian	:	Nagari Sicincin, Kecamatan 2x11 Anam Lingkuang, Kabupaten Padang Pariaman
Waktu	:	19 Mei s.d 19 Juni 2026

Untuk melakukan penelitian/pengumpulan data di wilayah Nagari Sicincin, terhitung mulai tanggal 19 Mei sampai dengan 19 Juni 2026.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja sama Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wali Nagari Sicincin

FEBRIWENDI FIRDAUS, S.Pt, M.Si

Lampiran 5: Surat Keterangan Bebas Tunggakan UKT

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kec. Banuhampu Kabupaten Agam Sumatera Barat
Telp./Fax. : (0752) 22875 - info@uinbukittinggi.ac.id - https://uinbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN
BEBAS TUNGGAKAN UANG KULIAH

Nomor : 2263/In.26/KU.00.1/07/2026

Bendahara Penerimaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	**: HUSNIL QATIMAH**
NIM	**: 3222077**
Program Studi	**: Ekonomi Islam**
Fakultas	**: Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah memenuhi persyaratan untuk mendaftar Munaqasah Semester Genap TA 2025/2026 dan dinyatakan BEBAS tunggakan uang kuliah sampai pembayaran bulan Juni 2026.

Bukittinggi,29 Juli 2026

Bendahara Penerimaan,

Sheila Ranthi, SE
NIP.199308252022032002

Lampiran 6: Surat Keterangan Bebas Plagiat

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
Kampus II Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam – Sumatera Barat - Telp/Fax: (0752) 22875
Website: http://febi.uinbukittinggi.ac.id | email: febi@uinbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Husnil Qatimah
NIM	:	3222077
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul	:	Strategi Pedagang Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Lemahnya Daya Beli Menurut Ekonomi Islam (Kasus: Pasar Sicincin, Kec. 2x11 Enam Lingkung)

telah dilakukan pemeriksaan terhadap naskah karya ilmiah yang bersangkutan menggunakan turnitin dengan hasil similarity Index sebesar 16 %. Berdasarkan hasil tersebut, karya ilmiah yang bersangkutan **dinyatakan bebas plagiarisme atau berada dalam batas wajar sesuai ketentuan akademik** yang berlaku di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 04 Agustus 2026
Ketua Prodi

Rika Widianita, S.E.I, ME
NIP. 198504082019032011

Lampiran 7 : Dokumentasi Wawancara


















KHARISMA










Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama	: Husnil Qatimah
Tempat/ Tanggal Lahir	: Sicincin /30 Oktober 2002
Agama	: Islam
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jorong Ladang Laweh, Nagari Sicincin, Kecamatan 2x11 Enam Lingkung, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat
Anak Dari	: Syafrizal (Ayah)dan Martina (Ibu)
Jumlah Saudara	: Anak ke- 1 dari 2 bersaudara
Email	: husnilqatimah041@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2009-2010 : TK Bintang Kecil
2. 2010-2016 : SDN 06 2x11 Enam Lingkung
3. 2016-2019 : SMPN 01 2x11 Enam Lingkung
4. 2019-2022 : SMAN 1 2x11 Enam Lingkung
5. 2022-2026 : UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi