

BAB I PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern paling banyak menarik perhatian, karena selalu menempatkan pihak pasar tradisional pada posisi yang lemah.¹ Dan perbedaan karakteristik yang terjadi antara keduanya berbanding terbalik sehingga semakin memperlemah posisi pasar tradisional. Dinamika Manajemen menunjukkan bahwa kehadiran pasar modern telah mengancam eksistensi pasar tradisional serta ketidakjelasan regulasi mengenai industri pasar, terutama menyangkut jarak lokasi pasar, menambah berat upaya melindungi pasar tradisional. Konteks persaingan yang terjadi pada pasar dengan pendekatan manajemen modern akan lebih cenderung berfokus pada inovasi teknologi sebagai media promosi, efisiensi operasional, dan respons cepat terhadap perubahan dan perkembangan yang terjadi di pasar.²

Agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai keislamannya, dengan mengatur seluruh perbuatan yang hak dan batil umat Islam. Agama Islam diturunkan untuk meluruskan ajaran-ajaran agama sebelumnya.³ Islam juga ajaran yang mengatur dalam dimensi akidah, ibadah, dan perekonomian.⁴ Dalam kehidupan sehari-hari kita sebagai umat

¹Sulistyowati, "Settlement Of Non-Performing Lending In Sharia Banking Through Kpknl Surabaya From The Perspective Of Islamic Law," *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam* 11, no. 2 (2021): 197–223. <https://doi.org/10.15642/ad.2021.11.2.197-223>

²Tri Joko Utomo, "Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional vs Modern (The Competition of Retail Business : Traditional vs Modern)," *Fokus Ekonomi* 6, no. 1 (2011): 122–133.

³Sulistyowati Sulistyowati, "Hajj Fund Investment Development Strategy Sharia Investment Management Perspective," *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 10, no. 2 (2022): 148–62, <https://doi.org/10.18860/ed.v10i2.16318>. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/16318/pdf>.

⁴Sulistyowati, "Rancang Bangun Dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam," *Istithmar* 1 (2017), <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/itr.v1i2.946>.

muslim tidak dapat terlepas dari perekonomian untuk memenuhi kebutuhan, maka dari itu dibutuhkan bantuan dari orang dan media untuk menjadi tempatnya dan salah satunya adalah pasar. Rasulullah Saw ketika hijrah ke kota Madinah beliau juga memenuhi kebutuhan hidupnya dengan banyak pergi ke pasar.⁵

Pasar merupakan tempat kegiatan ekonomi masyarakat yang di dalamnya terdapat interaksi antara penjual dan pembeli. Jika ditinjau dari mekanisme ekonomi, pasar diartikan sebagai tempat dimana terjadinya pertukaran barang maupun jasa serta mencerminkan interaksi antara penawaran dan permintaan yang menentukan harga dan alokasi sumber daya.⁶ Pasar menjadi salah satu lembaga penting dalam institusi ekonomi dan penggerak dinamika kehidupan perekonomian. Pada dasarnya masyarakat tidak akan dapat memproduksi dan mengkonsumsi barang atau jasa jika tidak ada pasar yang menjadi tempatnya maka dapat dikatakan bahwa pasar menjadi tempat pengalokasian sumber daya ekonomi oleh masyarakat.

Pasar tradisional merupakan bentuk pasar yang telah lama ada sejak zaman dahulu dan masih memiliki eksistensi hingga saat ini. Pasar tradisional dikelola oleh pihak pemerintah atau swadaya masyarakat dan berbentuk toko, kios atau tenda yang menyediakan berbagai barang kebutuhan sehari-hari dan dikelola oleh pedagang kecil, menengah maupun kompensasi.⁷ Pasar tradisional berperan penting dalam memajukan pertumbuhan aktivitas perekonomian di Indonesia karena dengan keberadaannya, tidak hanya pemerintah daerah yang terbantu tetapi juga masyarakat sekitar yang menggantungkan kehidupannya dalam kegiatan berdagang dengan wadah utama penjualan mereka berskala produk ekonomi rakyat

⁵Taufiq, "Etika Perdagangan Dalam Al- Qur'an," *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* III, no. 01 (2016): 122.

⁶Maulana Syarif Afwa and Sulistyowati, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Malaysia," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 67–77, <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1728>.

⁷Rahadi Wasi Bintoro, "Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern," *Jurnal Dinamika Hukum* 10, no. 3 (2010): 360–74, <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2010.10.3.105>.

seperti hasil dari petani, nelayan maupun produk yang dihasilkan oleh kerajinan tangan. Jenis pasar yang di dalam transaksinya terdapat proses tawar menawar guna untuk mendapatkan harga yang terbaik serta menciptakan hubungan personal yang lebih mendalam di antara penjual dan pembeli.⁸

Pasar modern sama halnya dengan pasar tradisional, tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Namun, yang membedakan diantara keduanya adalah tidak adanya proses tawar menawar di Pasar modern. Pasar modern identik dengan penetapan harga yang sudah pas dan tidak dapat dinegosiasi. Jenis pasar merujuk pada pusat perbelanjaan berbasis teknologi dengan mengusung konsep ritel modern serta jenis pasar ini juga menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih terstruktur dengan adanya rak-rak, efisien, dan lebih canggih salah satunya dalam hal pembayarannya yang bisa melalui langsung terminal kartu kredit atau debit. Sehingga hal tersebut membuat pasar tradisional menghadapi tantangan dalam persaingan strategi yang digunakan oleh pihak pasar modern.⁹ Persaingan yang terjadi antara pasar Tradisional dan Modern sudah sejak lama terjadi, untuk di daerah Pranggang persaingan itu terjadi sejak tahun 2010 dan kemudian berlanjut ditahun 2014 akan tetapi pada saat tahun 2014 ini swalayannya telah gulung tikar pada tahun 2023 kemarin. Dan muncul kembali swalayan-swalayan baru pada tahun 2021 sampai dengan 2023. Swalayan-swalayan ini menjual barang-barang yang hampir ada di Pasaran dan dikemas dengan kemasan yang lebih menarik melalui penataan *display* yang lebih tertata rapi yang akhirnya membuat pembeli lebih mudah dalam mencari barang yang ingin dibeli. Serta di ketiga swalayan ini juga menyajikan fasilitas yang

⁸Sulistyowati, "Settlement Of Non-Performing Lending In Sharia Banking Through Kpknl Surabaya From The Perspective Of Islamic Law," *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam* 11, no. 2 (2021): 197–223, <https://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/aldaulah/article/view/1187>.

⁹Vanya Karunia Mulia Putri, "Apa Bedanya Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern?," Kompas.com, 2022.

mendukung kenyamanan pembeli seperti lahan parkir yang luas, toilet dan mushola kecil untuk para pedagang yang mungkin sedang berjualan di sekitar swalayan tersebut.

Untuk meminimalisir penurunan eksistensi pasar tradisional ini, maka pemimpin pasar perlu menata kembali konsep pengelolaan strategi pada pasar tersebut dengan manajemen strategi pasar secara umum serta strategi manajemen yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks umumnya sebenarnya Pasar Tradisional telah memberikan fasilitas yang cukup banyak kepada para pedagang dan pembeli seperti, jalan yang sudah dibangun paving, pagar disetiap sudut jalan keluar masuknya pedagang dan pembeli, lahan parkir yang cukup banyak disekitar pasar disertai dengan juru parkir disetiap titik parkir, lahan berjualan jika tidak memiliki kios, ada bagian kebersihan yang setiap harinya ditugaskan untuk membersihkan area pasar agar tidak bau dan tetap bersih. Serta mengapa juga harus dengan strategi syariah sebab umat Islam akan selalu bergantung pada konsep kepemimpinan barat, dimana jika tidak mau menggali potensi atau kekuatan manajemennya yang ada dalam ajaran agama Islam sendiri maka Allah pun tidak akan mengubahnya.¹⁰ Sebagaimana dalam Al-Qur'an surah Ar-Rad ayat 11.

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِمْ حَفِظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا هُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَّالٍ

Artinya: "Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia." (Ar-Ra'd:11)¹¹

¹⁰Zuhriyah Zuhriyah, A. Muhyiddin Khotib, and Zainol Hasan, "Manajemen Strategi Islami Terhadap Pengelolaan Pasar Tradisional Asembagus Situbondo Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2022): 117–36, <https://doi.org/10.35316/idarrah.2022.v3i1.117-136>.

¹¹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006).

Kegiatan perdagangan memang bertumpu pada pasar, dan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern pada saat ini pun tidak dapat dihindari. Sudah banyak pasar-pasar modern berbentuk swalayan atau minimarket yang masuk ke dalam wilayah desa-desa sekalipun dan hal tersebut tidak dapat dibendung. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI), bahwa penurunan jumlah pasar tradisional disebabkan oleh ekspansi yang dilakukan oleh pasar modern yang merambah hingga ke pelosok.¹² Kebijakan pemerintah daerah bernilai penting untuk tetap menjaga keseimbangan perekonomiannya. Pemberdayaan manajemen antara pasar tradisional dan pasar modern untuk pedagang pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah telah diatur dalam Pasal 13 ayat 1 UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, bahwa pemerintah telah bekerjasama dengan pemerintah daerah setempat dalam melakukan pembangunan, pemberdayaan, serta peningkatan kualitas pasar rakyat dalam rangka daya saing.¹³ Dijelaskan secara lebih rinci lagi oleh Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 20 Tahun 2012 tentang pengelolaan dan pemberdayaan Pasar Tradisional pada Pasal 18 ayat 2 yang menyatakan bahwa Kepala Daerah harus melakukan pemberdayaan pasar tradisional berupa: (1) Meningkatkan profesionalisme pengelola, yakni sebuah upaya dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengelolaan pasar, termasuk dalam hal manajemen, keuangan, dan pelayanan kepada pedagang dan pengunjung, (2) Meningkatkan kompetensi pedagang pasar, yakni dengan memberikan pelatihan dan dukungan untuk meningkatkan keterampilan dagang, pemasaran, dan manajemen usaha bagi para pedagang pasar, (3) Meningkatkan kualitas dan pembenahan sarana fisik pasar, hal ini dilakukan dengan fokus pada perbaikan

¹²Nabila Rahma Putri dan Sulistyowati, "Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Non Bank Dalam Perspektif Islam," *WADIAH* Vol. 5 No. (2021).

¹³Undang-Undang Republik Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan," *LN.2014/No. 45, TLN No. 5512, LL SETNEG: 56 HLM*, 2014, 1–56.

infrastruktur pasar, seperti perbaikan gedung, sanitasi, keamanan, dan fasilitas lainnya untuk menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi perdagangan dan kegiatan pasar.¹⁴

Didukung dengan peningkatan kompetensi untuk para pedagang pasar, antara lain: (1) Pembinaan kedisiplinan antara penjual dan pembeli. Langkah ini bertujuan untuk memastikan kedisiplinan yang sehat antara penjual dan pembeli di pasar. Melalui pembinaan ini, diharapkan munculnya tata krama dan tanggung jawab yang dapat meningkatkan pengalaman bertransaksi, (2) Bimbingan atau edukasi sosialisasi untuk para pedagang agar menarik pada pembeli. Memberikan bimbingan kepada para pedagang dalam hal cara berinteraksi dan menarik perhatian pembeli. Edukasi sosialisasi membantu menciptakan suasana yang ramah dan membangun hubungan positif antara penjual dan konsumen, (3) Peningkatan pengetahuan dasar. Fokus pada pengembangan pengetahuan dasar para pedagang, termasuk tentang produk, pasar, dan tren konsumen. Dengan pengetahuan yang lebih baik, pedagang dapat memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat kepada pembeli, (4) Memahami perilaku pembeli. Analisis perilaku pembeli membantu pedagang memahami kebutuhan, preferensi, dan motivasi konsumen. Dengan pemahaman ini, para pedagang dapat menyesuaikan strategi penjualan mereka, menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.¹⁵

Dengan adanya kebijakan ini, diharapkan pemerintah daerah dapat mengambil tindakan konkret terkait pengelolaan manajemen yang terjadi di Pasar Tradisional. Walaupun setiap bisnis atau usaha tentu memiliki kendala-kendala yang dialami oleh setiap pelaku bisnis. Akan tetapi, permasalahan utama yang dihadapi oleh pengusaha adalah persaingan

¹⁴Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Dalam Negeri No 20 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa,” *Physical Review B* 72, no. 10 (2018): 1–13.

¹⁵Ibid

usaha. Persaingan menjadi fenomena yang tidak bisa dihindari dan bersifat dinamis. Bentuk persaingan antar pengusaha bisa dalam kegiatan produksi pemasaran serta dalam penjualan barang dan jasa tanpa memperhitungkan nilai-nilai.

Memang pasar tradisional cenderung terlihat kumuh dengan lokasi yang tidak tertata dengan rapi, bahkan barang-barang yang dijual di Pasar Tradisional umumnya adalah barang lokal dengan jumlah yang banyak tapi kurangnya penyortiran secara ketat. Hal ini berbeda dengan keadaan yang diberikan oleh pasar modern yang cenderung akan menyediakan kebutuhan pokok dengan kualitas yang lebih baik melalui tahap penyortiran yang cukup ketat. Hal ini juga dikarenakan sifat pasar tradisional yang memang hanya memiliki 1 (satu) kepemimpinan dengan jumlah pedagang yang banyak sekali sehingga hal tersebut membuat sulitnya mengkondisikan bahwa keadaan lapangan pasarnya stabil, berbeda dengan pasar modern atau swalayan ini yang memiliki struktur perusahaan yang mencakup beberapa tingkatan guna untuk memastikan bahwa semuanya berjalan dengan efisien dan terkoordinasi sesuai dengan divisinya masing-masing. Hal demikian, membuat jauh lebih mudah dalam menyelesaikan permasalahan jika itu terjadi. Satu kepemimpinan atau pengelola pasar dipimpin oleh mantri pasar, sedangkan swalayan ada beberapa susunan perusahaan diantaranya, ada pemilik, kepala toko, kepala karyawan dan para karyawan.¹⁶

Pasar Tradisional Dermo adalah salah satu pasar tradisional rakyat yang cukup besar yang ada di bagian timur Kabupaten Kediri. Salah satu pasar yang menjadi pusat pembelanjaan masyarakat sekitar Gunung Kelud. Pasar ini berada di tengah-tengah pusat wilayah desa dan berada di pinggir jalan raya yang membuat masyarakat mudah untuk mengaksesnya dengan kendaraan umum. Selain itu, pasar ini sudah sangat lama berdiri lebih

¹⁶Gifta Alfina Febriani, "Strategi Pengelola Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pasar Modern Dalam Prspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Panjang, Bandar Lampung)" (UIN Raden Intan Lampung, 2021). 25-29.

dari 36 Tahun. Bangunan tersebut sudah mengalami beberapa kali perenovasian yang bermula hanya kios dengan satu meja kayu dan kursi kayu hingga berubah menjadi bangunan-bangunan kios yang kokoh sampai saat ini. Pasar ini difasilitasi dengan adanya lahan parkir yang terbagi menjadi tiga wilayah, yakni sebelah utara pasar, di sebelah selatan pasar dan di antara jalan perempatan antara Pasar Dermo bagian utara dan selatan. Masing-masing lahan parkir yang tersedia sudah memiliki penjaga parkirnya. Ini menjadi salah satu poin keamanan yang dimiliki oleh pasar dalam mensejahterakan para pedagang maupun pembeli dalam melakukan aktivitas jual beli mereka.¹⁷

Tabel 1. 1
Perbandingan Pasar Tradisional dengan beberapa Pasar Modern
di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten

Nama Pasar	Jam Operasional	Jumlah Pedagang	Jumlah Karyawan	Ketentuan harga jual	Biaya sewa	Barang yang dijual
Pasar Tradisional Dermo (+1978)	03.00 - 12.00 WIB	58 Pedagang	-	Berdasarkan pasaran (Pasar Grosir)	Rp.1000,- / kios	Make up, aneka rokok, sembako, makanan ringan dan minuman kemasan, sayuran dan perabotan rumah tangga
Swalayan Megasurya (2023)	07.00 - 21.00 WIB	-	6	Berdasarkan harga pasaran dan termasuk swalayan grosir		Make-up,sembako, makanan ringan dan minuman kemasan, aneka keperluan bayi, dan

¹⁷Pengelola Pasar Tradisional dan Karyawan Pasar Modern Di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten, Wawancara dan observasi

						perabotan rumah tangga.
Swalayan Supermart (2021)	07.00-21.00 WIB	-	5	Berdasarkan harga pasaran karena masih termasuk walayan grosir		Make-up, sembako, makanan ringan dan minuman kemasan, aneka keperluan bayi, jenis-jenis rokok dan perabotan rumah tangga
Swalayan surya (2010)	07.00-21.00 WIB	-	6	Berdasarkan harga pasaran karena masih termasuk walayan grosir		Make up, aneka rokok, sembako, makanan ringan dan minuman kemasan, dan keperluan bayi dan anak-anak.

Sumber : Hasil wawancara dengan pengelola Pasar Tradisional dan beberapa karyawan Pasar Modern di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten

Berdasarkan data di atas, Pasar tradisional dermo memiliki jam operasional yang cukup lama yakni dimulai pukul 03.00 pagi sampai dengan jam 12.00 siang, dengan biaya karcis pasar satu kios sebesar Rp.1000/hari dan jumlah pedagang 58 orang.¹⁸ Hal ini juga berlaku bagi pedagang yang berjualan disana tetapi secara lesehan atau tanpa kios. Untuk status kios yang ditempati oleh pedagang menjadi hak atas pedagang itu sendiri dan jika seorang pedagang memiliki 2 kios di pasar tradisional akan bersifat bisa untuk disewakan atas kepemilikan pribadi bukan milik desa.

¹⁸Bagian Keamanan dan Kebersihan Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri, Wawancara dan observasi 9 Februari 2024

Berdasarkan data di atas juga diketahui bahwa setiap kios yang aktif ditempati dan tidak ditempati tapi memiliki hak nama kepemilikan maka pemiliknya harus tetap menyeter biaya karcis pasar sebesar Rp. 1000/hari. Biaya karcis pasar bisa disebut dengan istilah biaya pajak per kios setiap harinya, biaya tersebut digunakan untuk biaya kebersihan, keamanan, dan biaya listrik, tetapi pada kenyataannya keamanan pada pasar ini masih sangat kurang pengelolaannya. Pengelola pasar hanya memberikan fasilitas pagar tetapi belum ada penjagaan pasar mulai dari pasar sudah tutup jam operasional (Malam hari) sampai pasar akan berlangsung (Pagi hari) serta hal tersebut ditambah dengan adanya fakta bahwa kondisi pagar yang tidak selalu digembok hanya sebatas ditutup seperti biasa saja. Hal tersebut membuat orang lain bisa masuk lalu lalang dengan bebas. Masalah keamanan ini sebenarnya sudah pernah naik atau diajukan oleh para pedagang ke pihak pengelola dan sudah sampai naik ke pihak pemerintah desa setempat tetapi hal ini sangat disayangkan tidak ada kelanjutan atas permasalahan tersebut. Ketiga pasar modern tersebut memiliki kesamaan di jam operasional yakni 07.00 - 21.00 WIB dan 2 swalayan yang memiliki 6 karyawan dan satu swalayan memiliki 5 karyawan.

Pada Pasar Tradisional Dermo ini jumlah pedagang pasar tradisional lebih banyak daripada jumlah pedagang pasar modern atau swalayan yakni memiliki ±58 orang. Dengan data nama sebagai berikut:¹⁹

¹⁹ Mantri Pasar Tradisional Dermo Pranggang Kecamatan Plosoklaten, Wawancara dan Observasi 9 Februari 2024.

Tabel 1. 1

**Data Nama Pedagang Pasar Tradisional Dermo Pranggang Kecamatan Plosoklaten
Kabupaten Kediri Tahun 2024**

No	Nama	No	Nama
1.	Yatin	30.	Nur
2.	Hatin	31.	Erni
3.	Saini	32.	Royan
4.	Khoirul	33.	Yeni
5.	Binti	34.	Hana
6.	Sum	35.	Hariyati
7.	Danuri	36.	Sugeng
8.	Yatiman	37.	Wito
9.	Tinah	38.	Tohari
10.	Hanik	39.	Binti
11.	Linda	40.	Paingah
12.	Sufi	41.	Yono
13.	Komsiyati	42.	Aliyah
14.	Tun	43.	Imam
15.	Yuyun	44.	Wildan
16.	Ira	45.	Siti
17.	Tikah	46.	Ponirah
18.	Khoirul	47.	Kasini
19.	Sumiyah	48.	Mandra
20.	Binti	49.	Mariyem
21.	Yuli	50.	Robik
22.	Yuni	51.	Ponidi
23.	Khomsiyah	52.	Zainal Arifin
24.	Sumiyem	53.	Sulis

25.	Suliaseh	54.	Lastri
26.	Sherly	55.	Sahlan
27.	Sulami	56.	Khoir
28.	Ningsih	57.	Eko
29.	Sulamiatun	58.	Menik

Data diatas adalah jumlah pedagang pasar tradisional dermo sementara berjumlah 58 orang yang terdaftar memiliki kios. Di wilayah pasar dermo ini terbagi menjadi dua wilayah yakni selatan dan utara. Data diatas adalah data jumlah pedagang yang berada diwilayah utara yang didapatkan dari hasil wawancara antara peneliti dan Mantri Pasar.²⁰ Pasar tradisional ini diapit oleh 3 swalayan yang cukup besar diantaranya, swalayan supermart, swalayan surya dan swalayan megasurya. Beberapa swalayan tersebut jaraknya tidak jauh dengan pasar tradisional. Swalayan surya berjarak paling dekat dengan pasar tradisional yakni berjarak 40 meter dari Pasar Tradisional Dermo, sedangkan swalayan megasurya berjarak 260 meter dan swalayan supermart 350 meter. Ketiga swalayan tersebut kurang dari standar ketentuan yang seharusnya yakni kurang dari 500 meter, jarak ketiga swalayan dengan pasar tradisional ini dibuktikan melalui acuan Google maps yang di atur dari pasar tradisional ke tiga swalayan tersebut. Serta dengan adanya tiga swalayan yang cukup besar di sekitar pasar tradisional hal tersebut membuat eksistensi pasar tradisional meredup karena ketiga swalayan tersebut menjual barang-barang yang sama yang dijual juga di Pasar tradisional walaupun tetap tidak bisa mengalahkan kelengkapan barangnya. Perbedaan manajemen strategi yang digunakan antara pasar tradisional dan pasar modern jelas sangat berbeda.

²⁰Mantri Pasar Tradisional Dermo Pranggong Kecamatan Plosoklaten, Wawancara dan Observasi 9 Februari 2024.

Manajemen strategi pasar meliputi 3 hal antara lain strategi pengembangan pasar, strategi pengelolaan pasar dan strategi pemasaran pasar. Maka ada beberapa hal dapat disinggungkan yakni mungkin kurangnya pengelolaan antara pasar tradisional dan pasar modern bisa mengenai jarak antara keduanya yang dimana di dalam Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2013 Pasal 8 ayat 3 yang menjelaskan bahwa jarak minimal antara pasar tradisional dan pasar modern adalah 500 meter ataupun tentang pengaturan posisi pasar tradisional yang kurang diperhatikan dan tidak tertata rapi serta di wilayah pasar tradisional Dermo pun masih banyak pedagang-pedagang pasar yang tidak memiliki kios atau lapak tapi masih bisa berjualan dengan bebas tanpa biaya karcis guna biaya perawatan bangunan, keamanan dan sebagainya. Karena hal ini tidak adanya kejelasan yang pasti terhadap kebijakan untuk para pedagang yang tidak teratur atau pedagang yang tidak memiliki kios ini dan pihak pengelolapun masih kurang dalam menanggapi hal tersebut. Tidak adanya kelanjutan terhadap permasalahan tersebut itu membuat pasar semakin tidak tertata walaupun pasar sudah dikelompokkan menjadi dua wilayah yakni pasar sebelah utara dan sebelah selatan. Permasalahan ini membuat pedagang pasar yang berada di dalam atau memiliki kios secara resmi merasa dirugikan karena kurangnya pengelolaan yang kurang baik dan hal ini membuat mereka merasa tidak adil atas kurangnya penanganan dari pengelola pasar mengenai permasalahan izin tempat tersebut. Hal ini akan sangat berdampak kepada strategi pemasaran yang sedang dilakukan oleh pedagang pasar yang berada didalam pasar tersebut. Serta pihak pengelola pasar juga kurangnya sosialisasi terhadap digitalisasi dalam menghadapi persaingan pasar terhadap pasar modern dalam konteks strategi pemasaran walaupun faktanya masih ada pedagang pasar tradisional yang sudah secara mandiri dalam menerapkan digitalisasi walaupun masih sangat bisa terhitung

siapa saja yang sudah menerapkan hal tersebut. Dimana pasar modern lebih dulu dalam menerapkan digitalisasi dalam hal pemasarannya.²¹ Richard Burton dan Borge Obel berpendapat dalam karyanya mengenai manajemen, mereka mengamati bahwa pentingnya organisasi untuk memiliki fleksibilitas dalam mengubah sebuah praktik bisnis mereka sesuai dengan tuntutan pasar dan lingkungan sekitar.²²

Pandangan tentang pasar dalam perspektif ekonomi Islam memang menarik. Dalam Islam, pasar dianggap sebagai mekanisme yang penting untuk alokasi sumber daya yang efisien dan pencapaian tujuan ekonomi yang Islami, seperti keadilan distributif dan pemerataan ekonomi. Namun, seperti yang disebutkan, pasar juga memiliki kelemahan, seperti kurangnya perhatian terhadap distribusi pendapatan yang adil, ketidakseimbangan antara prioritas individu dan sosial, dan kegagalan pasar yang mungkin terjadi.

Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, penting bagi kita untuk menempatkan pasar dalam konteks profesionalisme dalam perekonomian. Ini berarti bahwa pengelolaan pasar dan interaksi ekonomi harus dilakukan secara profesional, dengan memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti keadilan distributif, keberlanjutan ekonomi, dan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, pasar dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mencapai tujuan ekonomi yang Islami. Ajaran Islam berusaha untuk menciptakan keadaan pasar yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, meskipun dalam suasana bersaing. Dengan kata lain konsep tentang pasar islami yang ideal adalah perfect competition market plus yaitu plus nilai-nilai syari'ah Islam.

²¹ Mantri Pasar Tradisional Dermo Pranggang Kecamatan Plosoklaten, Wawancara dan Observasi 9 Februari 2024.

²² Sunarno SastroAtmodjo, "Kepemimpinan; Teori Dan Implementasi". (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024), 246

Serta pengelolaan pasar memerlukan desain dan manajemen strategi yang komprehensif dan multisektoral. Hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi perubahan perilaku konsumennya, tuntutan konsumen dalam pelayanan pasar yang profesional, dan persaingan bisnis diantara mereka. Karena dengan strategi pengelolaan yang baik, maka pasar dermo akan tetap *survive* dan mampu meningkatkan pendapatan para pedagang bahkan menjamin kelangsungan kesejahteraan para pedagang tersebut.²³

Dan diharapkan nantinya akan ada manajemen strategi yang dilakukan oleh pengelola dan para pedagang tradisional ditinjau dari perspektif syariah hal ini juga ditambah dengan adanya pernyataan bahwa mayoritas pedagang di sana juga beragama Islam. Menurut Usman strategi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam waktu yang cukup lama bagi suatu organisasi atau perusahaan, karena tidak hanya memperhitungkan keuntungan financial tetapi juga aspek moral dan etis dalam bisnis. Dan ada 5 aspek teori. Jadi diharapkannya bisa menggunakan manajemen strategi syariah yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip agama Islam.²⁴

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai “Strategi Manajemen Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern Perspektif Manajemen Strategi Syariah (Studi Pada Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri)”.

²³Arip Rahman Sudrajat et al., “Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Di Kabupaten Sumedang,” *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area* 6, no. 1 (2018): 53, <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i1.1600>.

²⁴ Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, (Jakarta: PT. Bestari Buana Murni 2015). 63

B. FOKUS PENELITIAN

- A. Bagaimana strategi manajemen yang dilakukan Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam menghadapi persaingan pasar modern ?
- B. Bagaimana strategi manajemen Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam menghadapi persaingan pasar modern perspektif manajemen strategi syariah?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menjelaskan strategi yang dilakukan oleh Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam menghadapi persaingan pasar modern
2. Untuk menjelaskan strategi manajemen Pasar Tradisional Dermo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dalam menghadapi persaingan pasar modern perspektif manajemen strategi syariah

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Peneliti
 - a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh pasar tradisional dalam menghadapi persaingan oleh pasar modern di era sekarang ini serta tentang bagaimana masalah ini di dalam sudut pandang manajemen strategi syariah.
 - b. Mengimplementasikan teori serta ilmu mengenai manajemen strategi syariah dan persaingan pasar yang telah didapatkan dalam perkuliahan.

2. Pihak lain

- a. Hasil penelitian diharapkan berguna sebagai bahan referensi untuk orang lain mendapatkan informasi yang sesuai dengan judul atau permasalahan yang diambil.
- b. Diharapkan dapat memberikan wawasan dalam meningkatkan strategi manajemen berdasarkan nilai-nilai dan prinsip syariah.

E. TELAAH PUSTAKA

1. *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Kiringan Desa Kemplagilor Turi Lamongan).*²⁵

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa manajemen pasar tradisional Kiringan berada di bawah standar dalam hal penyediaan infrastruktur dan upayanya untuk mengembangkan fasilitas dan infrastruktur. Pendapatan pedagang eceran skala kecil jelas dipengaruhi oleh metode manajemen yang buruk. Untuk perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah pada judul, lokasi penelitian, dan perspektif yang digunakan. Perspektif penelitian saat menggunakan manajemen strategi syariah sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perspektif manajemen pengelolaan pasar tradisional. Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada metode yang digunakan dan topik yang diteliti yakni mengenai manajemen pengelolaan pasar tradisional.

2. *Manajemen Pasar Tradisional Dalam Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus Pasar Tradisional Berbek Kabupaten Nganjuk).*²⁶

²⁵Luluk Nur Azizah, "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Kiringan Desa Kemplagilor Turi Lamongan)," *Jurnal Manajemen* 4, no. 1 (2019): 823, <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i1.224>.

²⁶Khalimatus Sakdiah, "Manajemen Pasar Tradisional Dalam Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus Pasar Tradisional Berbek Kabupaten Nganjuk)" (*Skripsi*:IAIN Kediri, 2018).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa di Pasar Tradisional Berbek Nganjuk ada lima tahapan manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan. Namun pelaksanaan manajemen yang ada di pasar Berbek belum berjalan dengan baik. Masih ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan oleh pengurus pasar, yaitu membiarkan pedagang kaki lima berjualan di sembarang tempat yang mengakibatkan pedagang yang berada di dalam pasar menjadi sepi, hal ini menunjukkan pengurus pasar berbek belum menerapkan prinsip keadilan manajemen Syariah. Untuk perbedaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu adalah pada fokus dan pendekatan penelitiannya, fokus pada penelitian saat ini adalah manajemen strategi syariah dalam menghadapi persaingan pasar modern sedangkan penelitian terdahulu tentang konsep manajemen syariah dan penerapannya dalam pengelolaan pasar tradisional termasuk tentang aspek keadilan dan transparansi. Untuk persamaannya, terletak pada metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif.

3. *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Senggol Desa Korleko (Studi Kasus Pasar Senggol Desa Korleko Kecamatan Labuhan Haji Lombok Timur).*²⁷

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan di Pasar Senggol adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari strategi 4P yakni produk (*product*), tempat(*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan hambatan yang dihadapi oleh pedagang adalah banyak nya sampah, waktu dan cuaca yang tidak menentu sehingga menjadi menghambat proses jual beli. Perbedaan antara penelitian saat ini dan terdahulu adalah pada objek penelitian, tempat penelitian, dan

²⁷Husni Diana Sari, "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Senggol Desa Korleko," *Suparyanto Dan Rosad* (2015 5, Vol.5 No. 3 (2020): 248–53.

fokus penelitian. Sedangkan untuk persamaannya adalah metodologi penelitian yang digunakan yakni kualitatif.

4. *Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Minat Konsumen (Studi Kasus Pasar Lodra Jaya Desa Winong Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara).*²⁸

Hasil penelitian ini adalah Proses penerapan manajemen strategi yang dilakukan oleh lurah pasar berjalan dengan baik, mulai dari pengamatan lingkungan yakni identifikasi eksternal dan internal dan penerapan manajemen strategi berdampak pada peningkatan pengunjung serta peningkatan penukaran keeping yang mencerminkan adanya kenaikan minat konsumen. Dimana terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat konsumen, yakni faktor lingkungan dan faktor stimulus pemasaran. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan saat ini adalah pada objek penelitian, waktu penelitian, dan pembahasannya. Untuk penelitian terdahulu tentang manajemen strategi tidak berdasarkan prinsip syariah tetapi untuk penelitian saat ini juga di sudut pandangan berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan persamaan diantara keduanya adalah jenis metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif.

5. *Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Marmer (Studi Kasus Usaha Pabrik Batu Rosy Marmer Desa Sawo Kecamatan Campurdarat Tulungagung).*²⁹

²⁸Ifan Muarif, “Manajemen Strategi Pengelola Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Minat Konsumen,” (*Skripsi: IAIN Purwokerto*, 2020).

²⁹Renny Nabela Azizy, “Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Marmer (Studi Kasus Usaha Pabrik Batu Rosy Marmer Desa Sawo Kecamatan Campurdarat Tulungagung),” (*Skripsi: IAIN Kediri*, 2022).

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Pabrik Rosy Marmer adalah dengan menentukan segmentasi, targetting dan positioning dan peran strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan melihat sesuai dengan kemampuan kondisi penjualnya kemudian dilakukan juga promosi ke toko-toko yang relevan. Pemasaran melibatkan proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Pabrik Rosy Marmer bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang adalah pada fokus penelitian dan tempat penelitian dilakukan. Sedangkan persamaan diantara keduanya adalah metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif.