

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk yang diciptakan dengan anugerah akal pikirannya. Dengannya, manusia memiliki kemampuan memilih diantara berbagai pilihan kehidupannya. Pada hakekatnya tidak mungkin bagi kepribadian manusia akan berkembang secara normal dan mencapai keunggulannya secara wajar. Bekerja dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia,

Berdagang merupakan kegiatan berniaga atau dapat didefinisikan sebagai kegiatan jual-beli. Sedangkan Pedagang merupakan sebagai orang yang memperjual-belikan barang-barang kepada konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Manusia banyak yang berlomba-lomba dalam bekerja untuk mencukupi kebutuhan hidup baik secara pangan, sandang dan lainnya. Di dalam bekerja terutama dalam berdagang pasti setiap para pedagang mempunyai strategi agar barang-barang terjual habis yaitu dengan cara mengembangkan ataupun mempromosikan barangnya kepada konsumen merupakan usaha maksimal yang di lakukan manusia, baik lewat gerak anggota tubuh atau akal untuk menambah kekayaan, baik dilakukan secara perseroan ataupun secara kolektif, baik untuk pribadi ataupun untuk orang lain (dengan menerima gaji).

Para pedagang biasanya banyak melakukan penawaran produknya dalam memasarkan dagangannya dengan cara berkeliling pasar dengan memakai gerobak menawarkan semua dagangan kepada pembeli. Hal tersebut dilakukan misal dengan menjual sayuran dengan harga sama tetapi dengan cara berbeda dengan pedagang lain. Pedagang lain hanya menjajakan dagangan dengan cara duduk hal ini dilakukan untuk menarik perhatian kepada masyarakat untuk membeli dagangannya supaya bisa cepat laku.

Dalam setiap aktivitasnya, termasuk bekerja seorang muslim juga harus terikat oleh ajaran islam. Ia hanya bekerja untuk pekerjaan yang dihalkan, sementara motivasi bekerja yang didasarkan pada penunaian perintah Allah SWT. Bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika seorang bekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakannya. Mencari dan memberi nafkah keluarga juga bernilai ibadah. Untuk memenuhi kebutuhan keluarga disamping bernilai ibadah pedagang juga berusaha mencari nafkah dengan menjadi pedagang sayur di pasar pagi Kecamatan Gelumbang.

Tempat yang mendukung untuk orang berdagang tentunya adalah pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar juga sebagai pusat kegiatan perbelanjaan yang dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu usaha yang dilakukan pedagang adalah berdagang sayur, menjual sayur hijau seperti kangkung, bayam, lumai, terong, kacang panjang, buncis, timun, kol, sawi, kentang wortel, dan sebagainya. Selain itu, pedagang

sayur dalam menjalankan usahanya perlu melakukan strategi. Namun dalam merumuskan strategi bukanlah pekerjaan yang mudah. Kendala utamanya adalah komitmen internal terhadap segala hal telah dirumuskan sebagai konsekuensi strategi. Strategi pemasaran yang baik memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran pasar dan konsumen. Strategi pemasaran diperlukan oleh pedagang sayur yang lama maupun yang baru. Pemasaran merupakan faktor penentu keberhasilan bagi para pedagang karena itu hal yang penting dalam perdagangan.¹

Semakin banyak para wirausaha dalam berdagang maka semakin menambah persaingan dalam bisnis. Untuk itu para pedagang harus bisa mempunyai strategi dalam berbisnis. Strategi merupakan penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif dalam jangka waktu yang relatif singkat, serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Strategi adalah ilmu siasat perang atau akal tipu (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud tertentu. Jadi strategi mengandung pengertian sebagai cara yang dilakukan dalam

¹Abdul A'la al-maududi, *Dasar-dasar Ekonomi dalam Islam*, PT alma'arif, Bandung, 2018, h.101

Rangka menawarkan dan menjual produk kepada masyarakat, dalam hal ini ialah produk sayuran.² Strategi yang dimaksud penulis adalah suatu cara yang dilakukan pedagang dalam memasarkan berbagai produk kepada konsumen untuk mendapatkan hasil yang optimal serta tercapainya suatu tujuan. Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, menjual belikan produk untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan cara berdagang. Kegiatan pedagang sayur adalah menjual berbagai jenis sayuran di pasar pagi seperti terong, bayam, kangkung, sawi, dan lumai.

Namun berdasarkan hasil survei yang terlihat bahwa belum adanya strategi yang dilakukan mereka dalam berdagang, mereka hanya duduk saja tanpa menawarkan dagangan. Ada juga pedagang yang tidak jujur salah satunya tidak memberikan kembalian kepada pembeli yang lupa akan uang kembaliannya. Kemudian masih banyak juga pedagang menjual sayuran yang telah layu dan busuk serta tidak layak dikonsumsi. Dari sekian banyak pedagang tentunya yang menjual sayur tersebut tidak hanya satu tempat saja pasti banyak yang menjual ke tempat lain supaya bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

Menurut Hutabarat dalam (Wahyu diyanto:2017) Strategi adalah ilmu yang mempelajari cara perencanaan dan pengerahan sumber daya untuk melakukan operasi besar besaran, melansir kekuatan pada posisi yang paling menguntungkan

²Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Prenadamedia Group), Jakarta ,2016, h.17

Sebelum menyerang lawan. Strategi adalah langkah awal untuk mengungguli atau memenangkan suatu keadaan. Tentunya strategi yang dibutuhkan harus sesuai dengan keadaan di sekitar kita berjualan. Contohnya pada Pasar Pagi di kecamatan Gelumbang.

Menurut pendapat dari Antariska, berikut ini beberapa hal penting yang perlu anda perhatikan terkait dengan strategi penjualan yang diminati konsumen :

1. Kualitas produk yang diberikan

Sebelum Anda sibuk merancang strategi penjualan yang mantap, pastikan lebih dahulu bahwa kualitas dari produk atau layanan jasa yang Anda tawarkan memang patut untuk dibanggakan. Ini secara langsung merupakan hal yang akan ditanyakan oleh konsumen pada saat akan membeli atau memakai layanan jasa. Jangan sesekali menipu pelanggan dengan tawaran kualitas produk atau layanan jasa yang Anda berikan, tak masalah jujur meskipun mungkin kualitas produk atau jasa Anda tidak sama dengan harapan konsumen.

2. Pelayanan yang baik pada saat proses penjualan

Didalam menjalankan strategi penjualan yang baik, satu hal yang harus senantiasa Anda ingat adalah bahwa pembeli adalah raja. Artinya Anda sebagai penjual harus memberikan pelayanan sebaik-baiknya terhadap para konsumen. Jangan sepelekan gaya bertutur kata, sikap, respon, cara menjawab pertanyaan konsumen dan sebagainya. Jangan sekali-kali bersikap kasar pada pelanggan, atau

Berwajah angkuh kepada para konsumen, karena akan berdampak pada pencitraan bisnis yang Anda kelola.

3. Promosi

Strategi penjualan yang paling ampuh tak lain adalah upaya promosi yang maksimal. Sehebat apapun produk atau jasa layanan yang Anda berikan, jika tidak ada upaya promosi yang maksimal, maka angka penjualan Anda akan biasa saja. Namun sebaliknya, meskipun kualitas produk atau layanan Anda biasa saja, tapi promosi berjalan maksimal, maka hasilnya akan lebih berefek. Promosi sebagai bagian dari strategi penjualan yang cukup ampuh berguna untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat, tentang bagaimana kualitasnya maupun cara penggunaannya. Produk usaha baru juga penting diperkenalkan melalui kegiatan promosi.³

Pedagang sayur yang penulis maksudkan dalam skripsi ini adalah orang yang melakukan aktivitas untuk mencari nafkah dengan cara berdagang, menjual belikan berbagai jenis sayuran seperti terong, kangkung, kacang panjang, bayam dan lumai di pasar-pasar tradisional. Pengembangan, menurut Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei berarti membina dan meningkatkan kualitas.

³Novia Diah Andriani, *Strategi Penjualan Aneka Jajanan Tradisional (Studi kasus pada Toko Novi Snack Cabang Tlogosari)*, Universitas Semarang, 2021, Vol.19 No.4 h.253-266

Dalam konteks pengembangan usaha, mereka sangat mementingkan kualitas barang yang akan dijual misalnya kemasan sayurannya diplastik dengan wadah khusus supaya kualitas sayurannya terjaga serta tempat untuk berdagang sudah tersedia dengan fasilitas yang cukup memadai, dan ada sebagian besar pedagang sayur sudah memiliki beberapa tempat dan karyawan di pasar tersebut untuk menjual barang dagangannya karena mereka ingin mengembangkan usaha agar lebih maju dan banyak pelanggannya.

Pengembangan usaha dalam bahasan ini dimaksud adalah suatu proses atau perbuatan memasarkan barang dagangan agar bisa lebih maju mengembangkan usahanya sehingga para pembeli banyak yang berminat membelinya. Dari judul diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dalam judul tersebut adalah suatu penelitian yang membahas tentang cara atau strategi dalam memasarkan berbagai macam produk untuk meningkatkan penjualan serta untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pedagang Sayur dalam Pengembangan Usaha di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dalam melakukan penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pedagang Sayur untuk tetap menjalankan aktivitas berjualan di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim ?
2. Bagaimana Pengembangan Usaha Para Pedagang Sayur di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim ?

C. Tujuan Masalah

Adapun Tujuan Masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.. Untuk mengetahui Strategi pedagang sayur untuk tetap menjalankan aktifitas berjualan di pasar pagi kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim
2. Untuk mengetahui perkembangan usaha para pedagang di pasar pagi kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim

D. Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah penelitian terutama dalam memberikan informasi tentang strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di pasar pagi. Dan dapat dijadikan rujukan serta referensi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan strategi pedagang sayur dalam pengembangan usahanya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi pedoman bagi para wirausaha dan generasi muda untuk dapat melakukan kegiatan yang bermanfaat termasuk dalam berdagang supaya bisa mencukupi kebutuhan.

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ke berbagai pihak mengenai tentang strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir skripsi.

c. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta informasi dalam menemukan kebijakan pemerintah dan lembaga terkait lainnya dalam strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di Pasar Pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim supaya lebih memperhatikan dan meningkatkan kondisi ekonomi dan kebutuhan bahan pokok di pasar untuk kesejahteraan masyarakat.

d. Bagi Program Studi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi acuan penelitian berikutnya yang akan dilakukan oleh mahasiswa program studi Pengembangan Masyarakat Islam, khususnya mengenai strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha.

E.Sistematika Pembahasan

BAB I: Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, dan manfaat penelitian.

BAB II : Tinjauan Teoritis yang terdiri dari tinjauan pustaka dan kerangka teori.

BAB III : Metodologi Penelitian terdiri dari metode penelitian, pendekatan penelitian, data dan sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

BAB IV : Hasil dan pembahasan terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian dan pembahasan hasil penelitian yaitu strategi pedagang sayur dalam pengembangan usaha di pasar pagi Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim

BAB V: Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran, yang menjelaskan tentang jawaban dari permasalahan yang berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, kemudian dilanjutkan dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran.