

ARTIKEL JURNAL

**MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE
AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA
MANAGEMENT**

Oleh:

**SITI PARIDA NUR AZIZA
NPM. 2103012034**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 20245 M**

**MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND
SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034

Pembimbing: Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqosakan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Artikel : **MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE
EXISTENCE AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI
BASED ON SHARIA MANAGEMENT**

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosakan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 08 Maret 2025
Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Artikel : **MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE
AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA
MANAGEMENT**

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

DISETUJUI

Untuk dimunaqosyah kan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 08 Maret 2025
Dosen Pembimbing



Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Artikel/Jurnal ini secara keseluruhan adalah asli hasil dari penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 24 Februari 2025
Yang menyatakan



Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝

”Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Qs. Al- Insyirah ; 5)

“ Terlambat bukan berarti gagal,cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah,setiap orang memiliki proses yang berbeda. **PERCAYA PROSES** itu yang paling penting karena Allah telah mempersiapkan Hal Baik dibalik Kata Proses yang kamu anggap **RUMIT** “

(**EDWAR SATRIA**)

“ Masa depan adalah milik mereka yang percaya dengan impiannya dan jangan biarkan impianmu dijajah oleh pendaoat orang lain “

(**RIDA**)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta kemudahan yang telah engkau berikan kepada peneliti sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, tauladan terbaik bagi umat manusia.

Ku persembahkan karya ini kepada :

1. Abi Komarun tercinta dan Umi Alfitri selaku orang tua sambungku, yang dengan penuh cinta dan kasih sayangnya telah membersarkanku, merawatku dengan penuh cinta dan kesabaran, mendidik dan selalu mendoakanku demi keberhasilanku serta mendukung segala langkahku untuk menuju kesuksesan, terimakasih banyak atas semua pengorbanan yang telah diberikan untukku, terimakasih sudah menjadi panutan dan pintu surga dalam hidupku.
2. Alm. Bapak M. Saheh Daeng Nabate dan Ibunda Witriana Wulandari selaku orangtua kandungku, yang sudah mengajarkanku artinya kuat untuk hidup ini tanpa adanya kasih sayang orangtua, yang sudah membuatku kuat dan tegar hingga penulis bisa menyelesaikan pendidikannya dengan baik.
3. Kakak kakak ku tersayang Asis Muayyadah dan Lailia Ulfa terimakasih karena sudah mensupport dan mendoakanku.
4. Ibu Rina Elmaza S.H.I M.S.I selaku pembimbing yang selalu saabar dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Jurnal ini.
5. Seluruh Dosen dan staff di IAIN Metro yang membantu selama proses perkuliahan.
6. Ketua Pasar Yosomulyo Pelangi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menulis Jurnal ini dan bersedia menjadi sumber informasi melalui wawancara untuk menulis Jurnal ini.
7. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, tempatku melakukan studi, menimba ilmu selama ini. Semoga kelak ilmu yang telah kudapat bermanfaat bagi banyak orang.
8. Kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat. Penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

9. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut Namanya. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan Artikel Jurnal ini. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis cukup memberikan motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini.
10. Terimakasih untuk rumah kedua yaitu Pramuka Rindu3 Dara yang sudah memberikan arti kekeluargaan di dalam hidup penulis, dan yang telah mengajarkan penulis mengerti banyak hal. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri. Karna telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, serta keuangan dan perekonomian sendiri dengan sangat amat baik sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan ini dengan jerih payah sendiri, Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya penyusunan Artikel Jurnal ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Saya panjatkan rasa dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Jurnal ini. Penulisan Jurnal ini adalah salah satu bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar S.E pada Prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro.

Dalam upaya penyelesaian jurnal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ida Umami, M.Pd., Kons Rektor IAIN Metro
2. Dr. Dri Santoso, M.H Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Muhammad Mujib Baidhowi, M.E sebagai ketua jurusan Ekonomi Syari'ah IAIN Metro
4. Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I selaku pembimbing jurnal yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memotivasi saya.

Saya sebagai peneliti juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Kepala Desa Staff jajarannya yang telah bersedia memberikan informasi awal data-data penelitian.

Saran dan masukan untuk penelitian ini sangat dibutuhkan demi perbaikan Jurnal ini dan akan diterima dengan kelapangan hati dan akhirnya semoga Jurnal ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam .

Metro, 24 Februari 2025
Peneliti,



Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	1
PENDAHULUAN	2
A. PENDAHULUAN.....	2
B. KAJIAN LITERATURE	4
C. METODE PENELITIAN	5
D. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	7
E. KESIMPULAN	11
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Tugas
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Artikel
10. Surat Resmi Artikel Jurnal/Letter Of Acceptance (LOA)
11. Foto-foto Penelitian

MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT

Situ Parida Nur Aziza¹, Rina Elmaza²

IAIN Metro Lampung^{1,2}

faridaazizah705@gmail.com¹, rinaelmaza2024@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dan kontribusinya terhadap keberlanjutan pasar. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam transaksi jual beli, serta dampaknya terhadap ekonomi dan sosial masyarakat sekitar. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Payungi menerapkan prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi harga, kualitas produk yang terjamin, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung keberlanjutan pasar, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar, terutama dalam hal pemberdayaan ekonomi lokal, pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan, dan dukungan terhadap kegiatan sosial seperti zakat dan infak. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pasar yang mengintegrasikan prinsip syariah dapat menjadi model bagi pasar tradisional lainnya, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Kata Kunci : Prinsip Syariah, Pasar Tradisional, Keberlanjutan Ekonomi Syariah, Tanggung Jawab Sosial

ABSTRACT

This study aims to examine the implementation of Islamic principles in the operational activities of the Yosomulyo Pelangi Market (Payungi) and its contribution to the market's sustainability. The primary focus is to analyze how Islamic principles are applied in transactions and their impacts on the local economy and society. The research uses a qualitative approach with a case study method, where data is collected through in-depth interviews, direct observation, and document study. The results show that Payungi Market applies Islamic principles such as justice, honesty, price transparency, guaranteed product quality, as well as social and environmental responsibility. The implementation of these principles not only supports the market's sustainability but also contributes positively to the well-being of the surrounding community, especially in terms of local economic empowerment, reducing negative environmental impacts, and supporting social activities such as zakat and infak. The implications of this research show that markets integrating Islamic principles can serve as a model for other traditional markets, which focus not only on economic profit but also on social and environmental sustainability.

Keywords: Islamic Principles, Traditional Market, Sustainability Islamic Economy, Social Responsibility

A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan aspek penting dalam dunia bisnis yang memiliki peran besar dalam kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Seiring dengan perkembangan zaman, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor penentu dalam kesuksesan produk atau jasa di pasar. Dalam dunia yang semakin kompetitif dan terhubung secara global, pemasaran tradisional tidak bisa hanya mengandalkan teknik yang lama, melainkan harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. Salah satu konsep yang penting dalam pemasaran adalah bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (7P) yang harus dikelola secara cermat untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan daya saing yang tinggi (Kotler & Keller, 2020).

Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), yang terletak di Kota Metro, Lampung, adalah contoh menarik dari penerapan strategi pemasaran di pasar tradisional. Payungi menawarkan berbagai produk tradisional, mulai dari makanan olahan singkong hingga kerajinan tangan lokal yang menggambarkan kekayaan budaya setempat. Keberhasilan pasar ini bukan hanya diukur dari keuntungan ekonomi, tetapi juga dari perannya dalam melestarikan budaya lokal dan memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar. Meskipun demikian, dengan persaingan pasar yang semakin ketat dan munculnya pasar digital, Payungi perlu menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan berkelanjutan untuk dapat bertahan dan berkembang (Harahap & Sihombing, 2021).

Strategi pemasaran yang diterapkan di pasar tradisional ini tidak hanya bergantung pada elemen-elemen marketing mix yang sudah dikenal, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen syariah, yang mengedepankan nilai keadilan, kejujuran, dan keberlanjutan (Khan & Ahmed, 2019). Penerapan prinsip manajemen syariah dalam bisnis dapat menciptakan pendekatan yang lebih etis dan adil, yang menjadi salah satu pilar dalam menjalankan pasar berbasis komunitas seperti Payungi (Bakar & Hasan, 2019). Prinsip-prinsip seperti keadilan dalam harga, transparansi dalam transaksi, serta kemitraan yang saling menguntungkan antara pengelola pasar dan pedagang, sangat penting untuk membangun pasar yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkah (Syafrizal & Ali, 2019).

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena meskipun banyak studi yang mengkaji pemasaran di pasar modern atau digital, penerapan bauran pemasaran dalam pasar tradisional yang mengintegrasikan prinsip manajemen syariah masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dan bagaimana penerapan manajemen syariah dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan dan eksistensi pasar tersebut. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran di pasar tradisional bergantung pada kemampuan mengelola elemen-elemen bauran pemasaran dan memahami karakteristik lokal yang unik, termasuk memanfaatkan budaya dan sosial ekonomi setempat (Alwi & Nazeer, 2020; Rizki & Al-Qassimi, 2021).

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip manajemen syariah dan bauran pemasaran dapat diterapkan dalam konteks pasar tradisional yang berfokus pada keberlanjutan, baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada, mengingat masih sedikit penelitian yang menghubungkan pemasaran tradisional dengan prinsip syariah dalam konteks pasar lokal seperti Payungi (Zuhdi & Munir, 2021).

Keadaan terkini mengenai penerapan bauran pemasaran dalam pasar tradisional telah banyak dibahas dalam literatur, namun banyak studi yang lebih fokus pada pasar modern atau digital. Beberapa artikel terkini, seperti yang dibahas oleh Teece (2018) dan Sulaiman & Yahya (2020), menunjukkan pentingnya adopsi strategi yang menggabungkan pemasaran konvensional dengan prinsip keberlanjutan untuk pasar yang berbasis budaya dan komunitas. Namun, penerapan teori manajemen syariah dalam konteks pasar tradisional masih sangat terbatas dan membutuhkan penelitian lebih lanjut.

Sebagai bagian dari pengumpulan data untuk penelitian ini, dilakukan survei melalui wawancara mendalam dengan Bapak Darma, sebagai Founder Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai latar belakang dan perkembangan pasar tersebut, serta strategi pemasaran yang diterapkan di dalamnya. Bapak Darma menjelaskan bahwa Payungi berawal dari gagasan mengenai pembangunan desa yang melibatkan konsep mural pada dinding jalan dan rumah-rumah warga. Secara tidak sengaja, karya mural ini menarik perhatian banyak orang, terutama di media sosial, sehingga semakin banyak pengunjung yang datang untuk berfoto selfie. Melihat potensi pengunjung yang besar, muncul ide untuk mengembangkan konsep pasar yang lebih terstruktur, dan akhirnya terwujudlah Pasar Yosomulyo Pelangi. Selain itu, dalam wawancara tersebut juga dibahas mengenai sumber permodalan awal pasar yang berasal dari kas mushola yang kemudian dipinjamkan kepada calon pedagang dengan jumlah yang bervariasi sesuai kebutuhan. Survei ini

memberikan gambaran tentang bagaimana Payungi tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang untuk melestarikan budaya lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Dengan adanya wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mendukung keberhasilan dan tantangan yang dihadapi Payungi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis prinsip syariah dan nilai-nilai keberlanjutan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan strategi pemasaran yang efektif di pasar tradisional dengan menambahkan dimensi etis dan berkelanjutan melalui prinsip-prinsip manajemen syariah. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran dalam konteks pasar tradisional di Indonesia, serta membuka peluang untuk pengembangan model bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan dalam pasar lokal.

B. KAJIAN LITERATURE

Kajian literatur dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian mengenai strategi pemasaran dan manajemen syariah, serta penerapannya dalam konteks pasar tradisional, khususnya pada Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Berdasarkan tinjauan literatur yang telah ada, berbagai teori dan konsep terkait strategi pemasaran, marketing mix, serta manajemen syariah dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan hipotesis dan proposisi dalam penelitian ini.

1. Strategi Pemasaran dan Marketing Mix

Dalam bidang pemasaran, strategi pemasaran adalah suatu proses yang dirancang untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis (Kotler & Keller, 2016). Salah satu konsep penting yang sering digunakan dalam merancang strategi pemasaran adalah marketing mix atau bauran pemasaran. Marketing mix ini terdiri dari 4P, yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Pada beberapa penelitian terbaru, konsep ini telah berkembang menjadi 7P, dengan penambahan tiga elemen: People, Process, dan Physical Evidence (Booms & Bitner, 1981). Penerapan konsep ini dalam pemasaran dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (Sweeney & Soutar, 2001).

Hipotesis 1: Penerapan bauran pemasaran 7P di Pasar Yosomulyo Pelangi dapat meningkatkan eksistensi dan keberlanjutan pasar.

2. Manajemen Syariah dalam Bisnis

Manajemen syariah adalah pendekatan dalam pengelolaan usaha yang berbasis pada prinsip-prinsip ajaran Islam, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan sosial. Prinsip-prinsip utama dalam manajemen syariah meliputi keadilan, kejujuran, keseimbangan, berbagi risiko, dan tanggung jawab sosial (Hasan, 2017). Dalam konteks pasar tradisional seperti Pasar Yosomulyo Pelangi, penerapan manajemen syariah dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih etis dan adil, dengan melibatkan pedagang dan konsumen dalam hubungan yang saling menguntungkan dan transparan (Abdullah, 2020).

Hipotesis 2: Penerapan prinsip-prinsip manajemen syariah dapat meningkatkan keberlanjutan usaha di Pasar Yosomulyo Pelangi.

3. Penerapan Strategi Pemasaran dan Manajemen Syariah di Pasar Tradisional

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang berbasis pada teori marketing mix di pasar tradisional dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar (Hidayat & Zainal, 2018). Selain itu, keberhasilan pasar tradisional juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti keberlanjutan sosial dan penerapan prinsip-prinsip manajemen syariah yang menjunjung tinggi keadilan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh pelaku pasar (Rina & Syamsuddin, 2019). Oleh karena itu, Pasar Yosomulyo Pelangi, yang menggabungkan kedua konsep ini, dapat menjadi model yang relevan dalam pengembangan pasar tradisional berbasis syariah.

Hipotesis 3: Kombinasi antara penerapan strategi pemasaran berbasis marketing mix 7P dan prinsip manajemen syariah dapat meningkatkan eksistensi serta kontribusi ekonomi Pasar Yosomulyo Pelangi terhadap masyarakat sekitar.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), yang berfokus pada strategi pemasaran dan penerapan prinsip manajemen syariah dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutannya. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman dan persepsi para pelaku yang terlibat dalam penelitian, seperti pedagang, pengunjung, dan pengelola pasar. Pendekatan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Creswell (2014), yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan atau memahami fenomena yang terjadi melalui pandangan orang yang terlibat dalam fenomena tersebut.

Menurut Patton (2002), pendekatan ini memberikan kebebasan bagi peneliti untuk mengumpulkan data secara mendalam dan kemudian mengidentifikasi tema atau pola yang muncul.

Penelitian ini memilih sample analisis berupa Pasar Yosomulyo Pelangi, dan informan kunci terdiri dari pedagang, pengelola pasar, pengunjung, serta ahli manajemen syariah. Pemilihan informan kunci berdasarkan prinsip purposive sampling yang dijelaskan oleh Etikan, Musa, & Alkassim (2016), di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam atau pengalaman langsung dengan fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi lebih rinci mengenai perspektif dan pengalaman informan (Rubin & Rubin, 2012). Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati langsung interaksi sosial di pasar, yang menurut Spradley (1980), memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika kelompok dan struktur sosial dalam suatu konteks tertentu. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti laporan pasar atau kebijakan yang relevan dengan penelitian ini.\

1. Validasi Data dengan Triangulasi

Untuk memastikan validitas dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang menurut Denzin (1978), adalah penggunaan lebih dari satu sumber data atau metode untuk memverifikasi temuan penelitian. Dengan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dari berbagai sumber—seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi—memiliki konsistensi dan relevansi yang kuat.

2. Analisis Data Tematik

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik, seperti yang dijelaskan oleh Braun & Clarke (2006), yang melibatkan pengkodean data untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan sub-tema yang muncul dalam wawancara dan observasi. Proses ini membantu peneliti untuk mengorganisir dan menginterpretasikan data dengan cara yang bermakna, serta menghasilkan narasi yang menggambarkan fenomena yang terjadi secara keseluruhan.

Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teori dan prosedur yang telah mapan dalam metodologi penelitian kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang penerapan strategi pemasaran dan manajemen

syariah di Pasar Yosomulyo Pelangi, serta memberikan wawasan yang berguna untuk keberlanjutan pasar tradisional dalam konteks sosial-ekonomi yang berkembang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Payungi, yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam transaksi jual beli antara pedagang dan konsumen. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi, ditemukan bahwa Pasar Payungi mengimplementasikan berbagai prinsip syariah yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis sekaligus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Pasar Payungi beroperasi setiap minggu, dengan berbagai jenis pedagang yang menawarkan produk makanan tradisional dan kekinian kepada pengunjung.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data mengenai omset penjualan para pedagang untuk mengetahui kontribusi mereka dalam mencapai total omset pasar serta faktor-faktor yang mempengaruhi perolehan tersebut. Berikut adalah data mengenai omset penjualan yang diperoleh oleh para pedagang selama gelaran Pasar Payungi.

Tabel 1. Data Penjualan Pedagang di Pasar PAYUNGI

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Ibu Rosmiyati, Penjual Nasi Goreng	Rp. 1.800.000	20%
2	Ibu Ari Suswati, Penjual Gudeg	Rp. 5.000.000	30%
3	Ibu Sunarni, Penjual Getuk	Rp. 2.000.000	25%
4	Mas Edi Susilo, Penjual Telur Congkel	Rp. 1.300.000	25%
5	Ibu Mariati, Penjual Nasi Liwet	Rp. 1.900.000	20%

Sumber: Olahan data Penelitian 2025

Tabel 1 menyajikan data mengenai omset penjualan yang diperoleh oleh para pedagang selama gelaran Pasar Payungi. Data tersebut mencakup jenis usaha yang dijalankan, jumlah omset yang diperoleh dalam satu minggu, serta persentase kontribusi terhadap total omset pasar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya keselarasan antara implementasi prinsip syariah dengan tujuan untuk menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Berikut adalah tabel hasil wawancara dengan para pedagang yang menunjukkan penerapan prinsip-prinsip syariah yang digunakan.

Tabel 2. Hasil Wawancara Mengenai Prinsip Syariah di Pasar PAYUNGI

No	Pedagang	Prinsip Syariah	Pernyataan Pedagang	Relevansi dengan Prinsip Syariah
1	Ibu Rosmiyati	Keadilan dan Amanah	"Saya selalu memastikan harga yang saya tetapkan adil dan tidak memberatkan pembeli, serta menjaga amanah."	Prinsip ini mencerminkan keadilan dalam transaksi serta tanggung jawab dalam berjualan.
2	Ibu Ari Suswati	Halal dan Haram	"Saya pastikan semua bahan yang saya gunakan halal, dan saya selalu memberi informasi yang jujur tentang produk."	Menjaga produk halal sesuai dengan ajaran Islam dan prinsip transparansi dalam berjualan.
3	Ibu Sunarni	Keamanan dan Kemaslahatan	"Saya selalu menjaga kebersihan makanan dan tempat, serta memberi yang terbaik untuk pelanggan."	Prinsip ini terkait dengan menjaga keamanan konsumen dan memberikan manfaat bagi mereka.
4	Mas Edi Susilo	Sidiq dan Tabligh	"Saya jujur dalam memberitahukan bahan-bahan yang saya gunakan, dan selalu menyampaikan informasi yang benar."	Prinsip Sidiq (kejujuran) dan Tabligh (menyampaikan kebenaran) tercermin dalam sikap ini.
5	Ibu Mariati	Mu'amalat dan Amanah	"Dalam bertransaksi, saya selalu menjaga agar pembayaran dilakukan dengan jujur, dan barang yang diterima sesuai."	Prinsip ini menunjukkan pentingnya transaksi yang adil dan sesuai dengan ketentuan syariah.
6	Ibu Rus	Zakat dan Infak	"Setiap hasil keuntungan yang saya dapatkan, sebagian saya sisihkan untuk membantu yang membutuhkan."	Prinsip Zakat dan Infak, membantu mereka yang membutuhkan dengan sebagian keuntungan.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Pedagang Payungi, 2025

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang di Pasar Payungi, dapat ditemukan penerapan prinsip-prinsip syariah yang dijalankan dalam aktivitas perdagangan mereka. Ibu Rosmiyati, sebagai salah satu pedagang, menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi dan amanah dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Ia memastikan harga yang ditawarkan kepada pembeli tetap adil dan tidak memberatkan, serta menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip syariah yang berkaitan dengan keadilan dan amanah dalam berbisnis.

Sementara itu, Ibu Ari Suswati, yang berjualan Gudeg, mengutamakan prinsip halal dan haram dalam memastikan bahwa semua bahan makanan yang digunakan untuk dagangannya adalah halal. Ia selalu memberikan informasi yang jujur kepada pembeli

mengenai kehalalan produk yang dijual, sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kehalalan dalam segala aspek kehidupan. Selain itu, Ibu Sunarni, yang menjual getuk dan jenang jagung, lebih menekankan pada prinsip keamanan dan kemaslahatan. Ia menjaga kebersihan makanan dan tempat jualannya agar tetap aman bagi konsumennya, sekaligus memberikan manfaat bagi para pelanggan yang datang. Prinsip sidiq (kejujuran) juga terlihat pada diri Mas Edi Susilo, yang berjualan telur congek. Ia selalu memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada pembeli adalah benar, sehingga tidak ada kesalahpahaman dalam transaksi. Selain itu, Ibu Mariati, yang menjual nasi liwet, juga menerapkan prinsip mu'amalat dan amanah dengan menjaga agar transaksi dilakukan dengan jujur dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tak kalah penting, Ibu Rus, yang menjual soto babat, mempraktikkan prinsip zakat dan infak. Sebagian dari keuntungan yang diperolehnya ia sisihkan untuk membantu mereka yang membutuhkan, sesuai dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk memberi sedekah dan infak. Dari hasil wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Payungi tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga berusaha menjaga prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek usaha mereka, baik dalam transaksi, produk, maupun kontribusi sosial mereka kepada masyarakat.

Penelitian ini menemukan empat temuan utama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan di Pasar Payungi, yaitu transaksi yang jujur dan adil, transparansi harga, kualitas produk yang terjamin, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Masing-masing prinsip ini tidak hanya tercermin dalam kebijakan pengelolaan pasar, tetapi juga dalam praktik sehari-hari yang dilakukan oleh para pedagang. Sebagai contoh, dalam aspek transaksi yang jujur dan adil, hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa mereka selalu menjaga kesepakatan harga dengan konsumen tanpa ada praktik penipuan, serta berusaha memberi informasi yang jujur tentang kualitas barang yang mereka jual. Hal ini sesuai dengan prinsip keadilan dalam syariah, yang mengedepankan fairness dalam setiap transaksi.

Penerapan Prinsip Syariah dalam Operasional Pasar Payungi

- 1. Transaksi Jujur dan Adil (Prinsip Keadilan dan Kejujuran)** Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah penerapan prinsip kejujuran dalam setiap transaksi jual beli di Pasar Payungi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola pasar dan pedagang, transaksi di Pasar Payungi selalu dilakukan dengan terbuka dan transparan. Misalnya, harga produk yang dijual sudah dicantumkan dengan jelas oleh para pedagang, dan tidak ada praktik penipuan dalam menentukan harga barang. Pedagang seperti Ibu Rusmiyati, penjual Soto

Babat, menjelaskan bahwa harga jual selalu disesuaikan dengan bahan baku yang digunakan, dan jika ada perubahan harga karena faktor eksternal (misalnya kenaikan harga bahan baku), mereka akan memberitahukan kepada konsumen terlebih dahulu. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip *adl* (keadilan) dalam transaksi, yang juga sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan kejujuran dalam *mu'amalat*.

2. Transparansi Harga dan Keterbukaan (Prinsip Tabligh dan Amanah)

Dalam hal transparansi harga, hasil penelitian menunjukkan bahwa di Pasar Payungi harga produk dijelaskan secara terbuka kepada konsumen. Para pedagang di pasar ini tidak hanya mencantumkan harga, tetapi juga memberikan informasi mengenai kualitas produk mereka, yang menjadi bagian dari prinsip *tabligh* (penyampaian informasi dengan jelas dan benar). Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ari Suswati, penjual Gudeg, harga menu makanan sudah tercantum di papan pengumuman, dan mereka juga memberikan pilihan kepada konsumen untuk menyesuaikan dengan anggaran mereka. Selain itu, prinsip *amanah* juga diterapkan oleh para pedagang dengan menjaga kualitas produk yang dijual agar tidak mengecewakan konsumen.

3. Kualitas Produk yang Terjamin (Prinsip Kemaslahatan) Kualitas produk menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh para pedagang di Pasar Payungi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang, mereka selalu berusaha untuk menjamin kualitas produk mereka dengan memilih bahan baku yang baik dan menjaga proses produksi dengan hati-hati. Misalnya, Ibu Sunarni, yang menjual Getuk dan Jenang Jagung, memastikan bahwa singkong dan jagung yang digunakan berasal dari petani lokal yang dapat dipercaya dan terjamin kualitasnya.

4. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Prinsip Zakat dan Infak) Salah satu nilai syariah yang diterapkan dengan baik di Pasar Payungi adalah tanggung jawab sosial dan lingkungan. Para pengelola pasar dan pedagang berkomitmen untuk menjaga kebersihan pasar dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa setiap hari pedagang secara bergotong-royong membersihkan area pasar, dan pengelola pasar juga menyediakan tempat sampah yang memadai. Selain itu, Pasar Payungi juga memiliki program untuk mendukung kegiatan sosial, seperti memberikan zakat

dan sedekah kepada masyarakat yang membutuhkan.

Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang telah mengkaji penerapan prinsip syariah dalam pasar tradisional. Penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya transparansi harga dan kejujuran dalam transaksi sebagai elemen utama dalam menciptakan keadilan dan kepercayaan di pasar. Namun, Pasar Payungi juga menonjolkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang membedakannya dari pasar-pasar tradisional lainnya yang lebih fokus pada transaksi jual beli saja.

Secara umum, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur mengenai ekonomi syariah, khususnya dalam konteks pasar tradisional. Temuan yang menunjukkan adanya integrasi antara prinsip-prinsip syariah dan tanggung jawab sosial serta keberlanjutan lingkungan memberi nilai tambah bagi pemahaman bagaimana pasar tradisional berbasis syariah dapat berkontribusi dalam pengembangan sosial dan lingkungan di sekitarnya.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Payungi, khususnya dalam konteks transaksi jual beli antara pedagang dan konsumen. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa Pasar Payungi berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aspek operasionalnya. Hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis pasar, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Penelitian ini menyoroti beberapa temuan utama yang terkait dengan penerapan prinsip syariah di Pasar Payungi, seperti prinsip keadilan, kejujuran, transparansi harga, dan kemaslahatan. Para pedagang di pasar ini secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam transaksi mereka dengan konsumen, termasuk dalam menetapkan harga yang adil, menjaga kehalalan produk, dan menjaga kualitas serta kebersihan barang yang dijual. Selain itu, mereka juga berkomitmen untuk menyisihkan sebagian keuntungan mereka untuk kegiatan sosial, seperti zakat dan infak, yang mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kebaruan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah integrasi antara prinsip-prinsip syariah dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasar Payungi tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga berusaha memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan, yang tercermin dalam program

zakat, infak, serta pengelolaan kebersihan pasar yang dikelola dengan prinsip gotong royong. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pengembangan ekonomi syariah, di mana pasar tradisional berbasis syariah bisa lebih dari sekadar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi pusat pemberdayaan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur mengenai ekonomi syariah, khususnya dalam konteks pasar tradisional yang menerapkan prinsip syariah secara komprehensif. Penelitian ini juga memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana pasar tradisional dapat berperan lebih besar dalam mendukung keberlanjutan sosial, lingkungan, dan ekonomi di masyarakat. Dengan demikian, Pasar Payungi dapat dijadikan sebagai model bagi pasar-pasar tradisional lainnya yang ingin mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah, sekaligus menjadi referensi untuk pengembangan kebijakan ekonomi syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Buku ini adalah referensi utama dalam pemasaran dan membahas secara mendalam konsep bauran pemasaran 7P yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

Teece, D. J. (2018). *Business Models and Dynamic Capabilities*. Long Range Planning, 51(1), 40-49.

Alwi, S. F., & Nazeer, B. (2020). *A Study of Marketing Strategies in Traditional Markets*. Journal of Business Research, 72(4), 1-10.

Harahap, M. Z., & Sihombing, S. (2021). *Sharia-Based Marketing: Principles and Practices*. International Journal of Islamic Marketing, 7(2), 44-55.

Khan, M. M., & Ahmed, R. (2019). *The Role of Sharia Compliance in Marketing Strategies: A Study on Small Enterprises*. Journal of Marketing, 45(2), 60-68.

Ahmed, H., & Jalaluddin, A. (2020). *Marketing Mix and Customer Satisfaction in Traditional Markets: Evidence from Indonesia*. Asian Journal of Business and Marketing, 10(3), 33-42.

Sulaiman, M., & Yahya, M. (2021). *Sustainability and Ethical Marketing Practices in Shariah-Compliant Markets*. International Journal of Marketing and Business Strategy, 9(2), 77-89.

- Bakar, A., & Hasan, S.** (2019). *Shariah-Compliant Business Practices in Modern and Traditional Markets: A Comparative Study*. Journal of Islamic Business, 12(1), 23-35.
- Rizki, I., & Al-Qassimi, A.** (2021). *Empowering Local Economies through Sustainable Market Practices: A Case of Traditional Markets in Indonesia*. Journal of Economic Studies, 48(6), 1015-1027.
- Ismail, N., & Abdullah, N.** (2020). *Marketing Strategies for Enhancing Business Growth in Local Communities: The Case of Rural Markets in Southeast Asia*. Business Strategy and Development, 3(4), 128-137.
- Soleh, R., & Wijaya, S.** (2018). *Traditional Markets and Digital Transformation: A Study on the Integration of Traditional Marketing in the Digital Era*. Journal of Business and Technology, 14(5), 89-98.
- Aziz, A., & Siddique, A.** (2020). *Impact of Marketing Mix on Consumer Behavior in Traditional Markets*. Journal of Consumer Behavior, 17(3), 240-253.
- Syafrizal, M., & Ali, F.** (2019). *The Role of Cultural Preservation in Shariah-Compliant Marketing*. Journal of Islamic Business and Management, 4(2), 45-55.
- Nasution, S., & Perwira, A.** (2020). *Strategic Marketing and Community Engagement: A Study on Local Markets*. Journal of Strategic Marketing, 24(1), 112-124.
- Zuhdi, S., & Munir, M.** (2021). *Shariah Marketing Mix: An Innovative Approach for Sustainable Business*. Journal of Marketing Innovation, 11(4), 56-67.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2818/In.28.3/D.1/TL.00/1/2025
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 11 Februari 2025

Kepada Yth,
Rina Elmaza S.H.I M.S.I (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : Strategi Marketing Dalam Menjaga Eksistensi Dan Keberlangsungan
PAYUNGI Ditinjau Dari Manajemen Syariah

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan $\pm$ 1/6 bagian
 - b. Isi $\pm$ 2/3 bagian
 - c. Penutup $\pm$ 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

OUTLINE

STRATEGI MARKETING DALAM MENJAGA EKSISTENSI DAN KEBERLANGSUNGAN PAYUNGI DITINJAU DARI MANAJEMEN SYARIAH

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
NOTA DINAS
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Manajemen Syariah dalam Konteks Ekonomi
 - 1. Definisi Manajemen Syariah
 - 2. Manajemen Syariah dalam Bisnis
- B. Strategi Marketing dalam Pasar Tradisional
 - 1. Pengertian Strategi Marketing
 - 2. Penerapan Strategi Marketing di Pasar Tradisional
- C. Prinsip Syariah dalam Marketing
 - 1. Prinsip Keadilan dan Kejujuran
 - 2. Prinsip Kemaslahatan
 - 3. Prinsip Amanah dan Tanggung Jawab Sosial

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Lokasi dan Objek Penelitian
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Pasar Payungi
 - 1. Sejarah dan perkembangan Pasar Payungi sebagai pasar berbasis syariah.
 - 2. Karakteristik produk yang dijual dan segmentasi pasar yang dilayani.
- B. Strategi Marketing yang Diterapkan di Pasar Payungi
 - 1. Strategi Produk (Product)
 - 2. Strategi Harga (Price)
 - 3. Strategi Tempat (Place)
 - 4. Strategi Promosi (Promotion)
- C. Penerapan Manajemen Syariah dalam Strategi Marketing
 - 1. Prinsip Keadilan dan Kejujuran
 - 2. Prinsip Kemaslahatan
 - 3. Prinsip Amanah dan Tanggung Jawab Sosial
- D. Dampak Strategi Marketing terhadap Eksistensi dan Keberlanjutan Pasar Payungi

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

- A. Kesimpulan
- B. Rekomendasi

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen pembimbing



Rina El-Maza, S.H.I, M.S.I
Nip.19840123200912 2 005

Metro, 20 Januari 2025

Mahasiswa



Siti Parida Nur Aziza
Npm.21030100

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI MARKETING DALAM MENJAGA EKSISTENSI DAN KEBERLANGSUNGAN PAYUNGI DITINJAU DARI MANAJEMEN SYARIAH

A. Wawancara

1) Pertanyaan untuk Pedagang

a) Pengalaman Berdagang di Pasar Payungi

- Sejak kapan Anda mulai berjualan di Pasar Payungi?
- Apa yang membuat Anda tertarik untuk bergabung dengan Pasar Payungi?
- Bagaimana pengalaman Anda selama berjualan di sini? Apakah ada tantangan atau keuntungan yang Anda rasakan?

b) Keuntungan dan Pendapatan

- Berapa rata-rata omset yang Anda peroleh dalam seminggu?
- Apa faktor yang mempengaruhi omset penjualan Anda di Pasar Payungi?
- Apakah Anda merasa penghasilan Anda meningkat sejak bergabung dengan Pasar Payungi? Mengapa demikian?

c) Strategi dan Inovasi dalam Berjualan

- Apakah Anda memiliki strategi khusus untuk menarik pelanggan ke lapak Anda?
- Bagaimana cara Anda menjaga kualitas produk dan pelayanan untuk tetap menarik minat pelanggan?
- Apakah Anda menerapkan inovasi produk atau layanan baru di lapak Anda?

d) Tantangan dan Masalah

- Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat berjualan di Pasar Payungi?
- Bagaimana Anda mengatasi tantangan tersebut?
- Adakah kendala dalam hal pasokan bahan baku atau kebutuhan lainnya?

e) Kepuasan Terhadap Pengelolaan Pasar

- Bagaimana Anda menilai pengelolaan Pasar Payungi oleh pihak pengurus?
- Apakah ada peraturan atau kebijakan tertentu yang membantu atau menghambat usaha Anda di Pasar Payungi?
- Apakah Anda merasa adanya dukungan dari pengurus pasar dalam hal promosi dan pengembangan usaha Anda?

2. Pertanyaan untuk Pelanggan

a) Alasan Berkunjung ke Pasar Payungi

- Apa yang membuat Anda memilih Pasar Payungi sebagai tempat berbelanja atau makan?
- Seberapa sering Anda berkunjung ke Pasar Payungi? Apa yang membuat Anda kembali lagi?
- Apa jenis produk yang paling Anda sukai di Pasar Payungi?

b) Kualitas dan Pelayanan

- Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas makanan atau produk yang dijual di Pasar Payungi?
- Apakah pelayanan yang diberikan oleh pedagang di Pasar Payungi memuaskan?
- Apakah Anda merasa nyaman dengan suasana di Pasar Payungi, baik dari segi kebersihan, kenyamanan, atau fasilitas lainnya?

c) Pengalaman Berbelanja dan Fasilitas

- Apakah Anda merasa harga produk di Pasar Payungi terjangkau?
- Apakah ada fasilitas yang menurut Anda perlu ditingkatkan di Pasar Payungi, seperti parkir atau kebersihan?
- Bagaimana menurut Anda mengenai keberagaman produk yang ditawarkan di Pasar Payungi?

d) Promosi dan Informasi

- Apakah Anda mengetahui Pasar Payungi melalui media sosial atau promosi lainnya? Jika ya, bagaimana cara Anda mengetahuinya?
- Apa yang menurut Anda menarik tentang promosi atau event yang dilakukan oleh Pasar Payungi?

3. Pertanyaan untuk Pengurus Pasar

a) Sejarah dan Tujuan Pasar Payungi

- Apa latar belakang berdirinya Pasar Payungi? Apa tujuan utama yang ingin dicapai dengan adanya pasar ini?
- Sejak kapan Pasar Payungi mulai beroperasi, dan bagaimana perkembangan pasar ini dari awal hingga sekarang?

b) Pengelolaan dan Operasional

- Bagaimana sistem operasional Pasar Payungi dijalankan? Apa saja kegiatan yang dilakukan sebelum pasar dibuka setiap hari Minggu?
- Apa tantangan terbesar dalam mengelola pasar ini? Bagaimana Anda mengatasinya?
- Seperti apa prosedur atau aturan yang harus diikuti oleh pedagang yang berjualan di Pasar Payungi?

c) Pemasaran dan Promosi

- Apa strategi pemasaran yang digunakan Pasar Payungi untuk menarik pengunjung dan mempromosikan produk pedagang?
- Bagaimana cara Pasar Payungi memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya dalam mempromosikan pasar dan produk?
- Apakah ada event atau kegiatan khusus yang rutin dilakukan untuk menarik lebih banyak pengunjung?

d) Keberlanjutan dan Pengelolaan Keuangan

- Apa prinsip atau nilai yang diterapkan Pasar Payungi dalam pengelolaan pasar, terutama terkait dengan keberlanjutan atau manajemen syariah?
- Bagaimana Pasar Payungi berkontribusi pada ekonomi lokal dan komunitas sekitar?
- Apakah ada rencana untuk mengembangkan pasar ini lebih lanjut dalam jangka panjang?

e) Feedback dan Perbaikan

- Apa feedback yang paling sering Anda terima dari pedagang dan pelanggan mengenai pengelolaan Pasar Payungi?
- Apakah ada perubahan atau peningkatan yang sedang dilakukan untuk memperbaiki pengalaman pedagang dan pengunjung di Pasar Payungi?

Dosen pembimbing



Rina El-Maza, S.H.I, M.S.I
Nip.19840123200912 2 005

Metro, 20 Januari 2025

Mahasiswa



Siti Parida Nur Aziza
Npm.21030100



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0156/In.28/D.1/TL.00/02/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
FOUNDER PASAR TRADISIONAL
PAYUNGI KOTA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0157/In.28/D.1/TL.01/02/2025, tanggal 13 Februari 2025 atas nama saudara:

Nama : **SITI PARIDA NUR AZIZA**
NPM : 2103012034
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada FOUNDER PASAR TRADISIONAL PAYUNGI KOTA METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PASAR TRADISIONAL PAYUNGI KOTA METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENJAGA EKSISTENSI DAN KEBERLANGSUNGAN PAYUNGI DITINJAU DARI MANAJEMEN SYARIAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 13 Februari 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PASAR YOSOMULYO PELANGI (PAYUNGI) KOTA METRO

Jl. Kedondong Rw 07 Kelurahan Yosomulyo Kec. Metro Pusat
No Telp/ Handphone : 081369179812 / 0816407647
Website: www.nuwobalak.id

Metro, 20 Februari 2025

Nomor : 097/P-YSM/02/2025
Lampiran : -
Perihal : **Balasan Research**

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di_ Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, tanggal 20 Februari 2025 Perihal pokok surat diatas, maka bersama ini kami pengelola Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) memberikan izin kepada :

Nama : **SITI PARIDA NUR AZIZA**
NPM : 2103012034
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Untuk mengadakan research/survey di Pasar Yosomulyo Pelangi dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/**Artikel Jurnal** mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Strategi Marketing Untuk Menjaga Eksistensi dan Keberlanjutan PAYUNGI Berdasarkan Manajemen Syari'ah**".

Demikian untuk maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Founder Pasar PAYUNGI

Dharma Setyawan M.A.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0157/In.28/D.1/TL.01/02/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **SITI PARIDA NUR AZIZA**
NPM : 2103012034
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PASAR TRADISIONAL PAYUNGI KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENJAGA EKSISTENSI DAN KEBERLANGSUNGAN PAYUNGI DITINJAU DARI MANAJEMEN SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 13 Februari 2025

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1337/ln.28/S/U.1/OT.01/01/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103012034

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Februari 2025
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Siti Parida Nur Aziza
NPM : 2103012034
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul

Marketing Strategy To Maintain The Existence And Sustainability Of Payungi Based On Sharia Management untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 23%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 Februari 2025
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Siti Parida Nur Aziza

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103012034

Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1).	13/24 12 Jumat	Bimbingan Jurnal	
2).	Selasa 7/15	Revisi: 1). Penyesunan antar kalimat di perhatikan dan di perbaiki 2). Untuk Analisis lebih ke Rembahasan	
3).	Selasa 24/10/25	Bimbingan ganti rumah jurnal.	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Siti Parida Nur Aziza

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103012034

Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1).	selasa 3/2024 12	Bimbingan Templet jurnal	
2).	kamis 5/2024 12	Bimbingan APD dan Autline	
3).	jumat 13/14 12	Revisi APD dan outline	
4).		Acc APP dan outline	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034



KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ARTIKEL/JURNAL

Nama : Siti Parida Nur Aziza

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103012034

Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
5).	21/10/25	Revisi: 1). 7P lebih di jabarkan lagi dan bahasa lebih di perhatikan lagi 2). Lebih dinarasikan lagi 3). Menggunakan snowbol sampling 4). Di tambahkan analisis Datanya, ada apa saja, dan di cantumkan!	
6).	25/10/25	ACC Artikel	

Dosen Pembimbing

Rina El Maza, S.H.I., M.S.I
NIP. 19840123 200912 2 005

Mahasiswa Ybs,

Siti Parida Nur Aziza
NPM. 2103012034







Beranda / Arsip /
Vol 7 No 1 (2025): Jurnal Manajemen Strategis dan Inovasi
Articles

MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT

Situ Parida Nur Aziza

IAIN Metro Lampung

Penulis

Rina Elmaza

IAIN Metro Lampung

Penulis

Kata Kunci: Prinsip Syariah, Pasar Tradisional,
Keberlanjutan Ekonomi Syariah, Tanggung Jawab
Sosial

Abstrak



MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT

Situ Parida Nur Aziza, Rina Elmaza (Penulis)

Lihat semua terbitan

Menu

About The Journal

Focus & Scope

Peer Review Process

Author Guidelines

Publishing System

Privacy Statement

Copyright & License

Author Fees

Contact Us



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Siti Parida Nur Aziza, Lahir pada 17 Mei 2003 di Lampung Selatan, Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Alm. M. Saheh Daeng Nabate dan Ibu Witriana Wulandari. Pendidikan yang telah di tempuh oleh penulis sebagai berikut:

Taman Kanak-Kanak (TK) PKK Putra Menoreh Girimulyo Yogyakarta yang di selesaikan pada tahun 2007/2008, Sekolah Dasar (SD) di SDN 9 Metro Pusat yang di selesaikan pada tahun 2010/2015, Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 1 Lampung Timur yang di selesaikan pada tahun 2016/2018, Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Lampung Timur yang di selesaikan pada tahun 2019/2021, Pada tahun 2021/2025, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Strata Satu Program Studi Ekonomi Syari'ah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Pada masa akhir studi, penulis mempersembahkan Jurnal yang berjudul:
“MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND SUSTAINABILITY
OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT”.