

**STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN  
DI PASAR LEGI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET  
PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**VIVIANA YUNI TAMI**

**NIM. 401180328**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PONOROGO**

**2023**

## ABSTRAK

**Tami, Viviana Yuni.** 2023. “Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menurut Perspektif Islam”. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Amin Wahyudi, S. Ag, M.E.

**Kata Kunci:** Strategi, Persaingan, Peningkatan Omzet

Ketatnya persaingan pada dunia bisnis yang sangat kompetitif, saat ini membuat banyaknya perusahaan harus berusaha memiliki kemampuan lebih dalam merencanakan strategi agar dapat membedakan keunggulan dalam bersaing. Salah satu tempat yang terdampak perubahan tersebut salah satunya adalah pasar. Pedagang pakaian yang berada di ruko sebelah utara lantai 4 Pasar Legi Ponorogo merasakan dampak dari maraknya persaingan baik didalam maupun diluar pasar. Persaingan ini menyebabkan omzet pedagang mengalami penurunan.

Metode yang digunakan dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data yang diperoleh bersumber dari data primer dimana peneliti melakukan wawancara dan observasi di pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui: 1) Mengetahui strategi persaingan dalam islam yang dilakukan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo dalam meningkatkan omzet penjualan. 2) Mengetahui strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing.

Dari penelitian ini diperoleh hasil: 1) Strategi bersaing dalam islam yang dilakukan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo dalam meningkatkan omzet penjualan adalah bersungguh-sungguh, hemat, kerja keras, teliti dan jujur dalam menunjukkan barang dagangannya, membangun relasi yang bagus antara penjual dan pedagang. 2) Strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen, menarik pelanggan dengan cara mengiklankan produk dan membuat diskon atau potongan harga, pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah-wilayah tertentu.

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

| NO | NAMA                 | NIM       | JURUSAN            | JUDUL SKRIPSI   |
|----|----------------------|-----------|--------------------|---|
| 1  | Viviana Yuni<br>Tami | 401180328 | Ekonomi<br>Syariah | Strategi Bersaing<br>Pedagang Pakaian Dipasar<br>Legi Ponorogo Dalam<br>Meningkatkan Omzet<br>Penjualan Menurut<br>Perspektif Islam |

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 29 Juni 2023

Mengetahui:

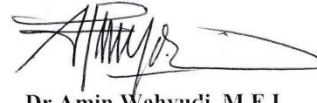
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



**Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.**  
NIP 197801122006041002

Menyetujui:

Pembimbing,



**Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.**  
NIP 197502072009011007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Di Pasar Legi Ponorogo  
Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menurut Perspektif  
Islam  
Nama : Viviana Yuni Tami  
NIM : 401180328  
Jurusan : Ekonomi Syariah


Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

#### Dewan penguji:

Ketua Sidang  
Iza Hanifuddin, Ph. D  
NIP. 196906241998031002

(  )

Penguji I  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.  
NIP. 197207142000031005

(  )

Penguji II  
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I  
NIP. 197502072009011007

(  )

Ponorogo, 21 September 2023

Mengesahkan,

Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP. 197207142000031005

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Viviana Yuni Tami  
NIM : 401180328  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi / Tesis : Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Di Pasar Legi  
Ponorogo Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan  
Menurut Perspektif Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawabdari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 21 September 2023

Hormat Saya,



Viviana Yuni Tami  
NIM. 401180328



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Viviana Yuni Tami

NIM : 401180328

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya skripsi yang berjudul:

STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LEGI  
PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN MENURUT  
PERSPEKTIF ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 29 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Viviana Yuni Tami  
NIM: 401180328

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN DEPAN.....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah.....   | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....   | 8           |
| C. Tujuan Penelitian .....   | 9           |
| D. Manfaat Penelitian .....  | 9           |
| E. Studi Penelitian Terdahulu.....   | 10          |
| F. Metode Penelitian.....  | 19          |
| G. Sistematika Pembahasan .....  | 28          |
| <b>BAB II STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR<br/>LEGI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET<br/>PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM.....</b> | <b>29</b>   |
| A. Strategi Bersaing Menurut Perspektif Islam .....  | 29          |
| B. Strategi Guna Memperoleh Keunggulan dalam Persaingan .....  | 31          |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB III PAPARAN DATA .....</b>   | <b>44</b> |
| A. Gambaran Objek Penelitian .....  | 44        |
| B. Data .....   | 47        |
| 1. Data Strategi Bersaing yang Dilakukan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Menurut Perspektif Islam..... | 47        |
| 2. Data strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing.....                  | 54        |
| <b>BAB IV STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LEGI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM.....</b>          | <b>61</b> |
| A. Strategi Bersaing yang Dilakukan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Menurut Perspektif Islam .....     | 61        |
| B. Strategi yang Digunakan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Untuk Memperoleh Keunggulan Dalam Kegiatan Bersaing.....                       | 66        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>73</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 73        |
| B. Saran.....   | 74        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>75</b> |





## DAFTAR TABEL

|   |   |
|---|---|
| Omzet 5 Bulan Terakhir Toko Amin Busana ..... | 7 |
|---|---|



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Ketatnya persaingan pada dunia bisnis yang sangat kompetitif, saat ini membuat banyaknya perusahaan harus berusaha memiliki kemampuan lebih dalam merencanakan strategi agar dapat membedakan keunggulan dalam bersaing. Sekarang ini didapati gejala perkembangan lebih pesat dalam penguasaan pangsa pasar dengan skala makro. Pasar tradisional atau bisa disebut dengan pasar persaingan sempurna dapat dikatakan menjadi sektor perekonomian yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia.<sup>1</sup> Bisnis skala makro maupun mikro seperti pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo, saling berbondong-bondong guna mendapatkan tempat pemasaran strategis sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan konsumen. Perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis merupakan perusahaan yang mampu mempertahankan bisnisnya.

Wujud perubahan yang terjadi salah satunya dengan adanya perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari oleh semua pelaku bisnis. Berkembangnya teknologi tersebut harus tetap disikapi perusahaan dengan memanfaatkan teknologi yang ada dalam menjalankan usahanya.

---

<sup>1</sup> Mevianti Nur Rahma dan Amin Wahyudi, "Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* Vol 3 No I (2022), 37.

Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk keperluan promosi dan komunikasi dengan calon konsumen. Berbagai perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis akan menuntut pebisnis untuk membuka diri terhadap tuntutan perubahan agar berupaya untuk menyusun strategi dan kebijakan yang mampu menjawab ketidakpastian lingkungan bisnis. Karena suatu perusahaan tidak akan berhasil dengan hanya berpedoman kepada ilmu pemasaran seperti yang diketahui kaum awam saja, yaitu hanya penjualan yang agresif.

Salah satu tempat yang terdampak perubahan tersebut salah satunya adalah pasar. Pasar merupakan tempat pertemuannya antara penjual dan pembeli yang akan menimbulkan terjadinya kekuatan permintaan dan penawaran sehingga terbentuklah harga. Menurut Islam, pasar adalah tempat transaksi ekonomi yang ideal, karena setiap kegiatan dan keadaan yang berada di pasar didasari dengan nilai-nilai Syari'ah, meskipun tetap dalam keadaan bersaing. Islam menganggap kegiatan-kegiatan ekonomi manusia sebagai salah satu aspek dari pelaksanaan tanggung jawab di bumi (dunia) ini.<sup>2</sup> Supaya kegiatan bisnis dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan bagi para pelakunya, maka perlu diperhatikan juga nilai-nilai moralitas yang harus diterapkan. Nilai-nilai moralitas yang penting dan harus diperhatikan adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan,

---

<sup>2</sup> Husna Ni'matu Ulya, *Ekonomi Makro Islam* (Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2021), 19.

dan keadilan.<sup>3</sup> Sebab dalam berbisnis tidaklah luput dari adanya nilai moral. Rasulullah Muhammad SAW, bersabda didalam suatu hadis bahwasanya bekerja mencari rezeki yang halal merupakan kewajiban, setelah kewajiban ibadah (HR. Ath Thabrani dan Baihaqi)<sup>4</sup>

Peluang bisnis merupakan suatu kesempatan yang berharga bagi seorang wirausaha untuk mendapatkan suatu keuntungan dari adanya peluang tersebut.<sup>5</sup> Berbisnis di bidang perdagangan merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan manusia. Karena setiap manusia memerlukan harta kekayaan untuk memenuhi kebutuhan. Dengan tujuan tersebut, manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh sebab itu, Islam kemudian menuntut umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka. Tidak dibenarkan bagi seorang muslim hanya berpangku tangan dan berdoa mengharap rezeki datang dari langit tanpa mengimbangnya dengan usaha.

Persaingan merupakan hal yang dapat menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan, dan perusahaan yang tidak kompetitif akan segera tersisih dari lingkungan. Di sisi lain, perusahaan yang inovatif dan kreatif memanfaatkan persaingan untuk mengelola usahanya dan berhasil memuaskan target konsumen agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, sehingga perlu dikembangkan strategi yang nantinya akan dijadikan senjata perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut, diperlukan ide-

---

<sup>3</sup> Pusat Pengkajian dan Pengebangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 2008), 303.

<sup>4</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 31.

<sup>5</sup> Nurlaili Ngizatur Rahma dan Husna Ni'matu Ulya, "Inovasi Pengolahan Daun Bawang Merah Di Desa Serangan Sukorejo Ponorogo," *Prodimas* Vol 1 (2021).

ide cemerlang untuk mengembangkan strategi bersaing perusahaan, yang akan menjadi pedoman bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan, atau setidaknya mampu bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Porter menyatakan pengertian dari strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuan dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Kotler dan Armstrong menyatakan strategi bersaing adalah strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin.<sup>6</sup>

Strategi bersaing sama dengan strategi bisnis karena sama-sama memiliki fokus untuk meningkatkan kemampuan bersaing. Strategi bersaing yang dilakukan pelaku bisnis harus mampu melihat kondisi pasar, kebutuhan dan permintaan konsumen sehingga perusahaan terus mengembangkan produk, baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas produk dengan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Inti dari strategi bersaing yaitu dapat membentuk semua lingkungan baik lingkungan eksternal dan internal sesuai dengan keinginan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Islam juga memiliki konsep persaingan. Persaingan/daya saing harus dilakukan dengan cara yang sehat dan benar. Islam menghendaki perdagangan yang bebas dan bebas dari penipuan. Semua bentuk kegiatan

---

<sup>6</sup> Michael E. Porter, Strategi Bersaing (*Competitive Strategy*), (Jakarta: Erlangga 2000), 85.



yang penipuan dan merugikan masyarakat dilarang keras dalam Islam untuk memelihara keadilan. Dan Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan secara adil.<sup>7</sup>

Dalam penerapannya saat ini, pasar tidak hanya terjadi secara nyata namun ada pula secara online dengan bukti banyaknya website yang bermunculan di internet yang menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan sandang. Dalam beberapa tahun terakhir, preferensi orang untuk membeli pakaian juga berubah, dimana orang lebih suka membeli pakaian di *mall/plaza* ataupun butik. Sebagian alasannya adalah konsumen merasa lebih nyaman untuk membeli pakaian di *mall/plaza* ataupun butik, yang perbedaan harganya tidak jauh berbeda dengan pedagang pakaian ecer di pasar tradisional. Harga produk yang tetap (*fixed price*) yang berarti tidak ada tawar-menawar antara konsumen dengan penjual, juga menghemat waktu dalam berbelanja, dan lokasi yang semakin dekat dengan rumah sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Oleh karena itu, tingkat persaingan mempengaruhi tidak hanya antara pedagang di satu *marketplace* dan pedagang pakaian lainnya.

Ruko Amin Busana yang berada di ruko sebelah utara lantai 4 Pasar Legi Ponorogo merupakan salah satu pedagang yang merasakan dampak dari maraknya persaingan baik didalam maupun diluar pasar. Ruko Amin Busana memulai usahanya sudah lebih dari 10 tahun saat pasar belum mengalami kebakaran ke 2 di tahun 2018. Ruko ini menyediakan berbagai

---

<sup>7</sup> Mudrajad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), 62.

pakaian mulai dari usia balita hingga orang tua baik untuk perempuan ataupun laki-laki. Berdasarkan hasil wawancara di pra penelitian dalam kegiatan bidang usaha pakaian kerap kali memunculkan permasalahan mendasar dari segi kompetitor yang menjual produk yang sama. Secara internal para pedagang di pasar sering menjual produk yang sama dengan harga yang hampir sama sebab mendapat pemasok juga dari orang yang sama.<sup>8</sup> Hal ini membuat pedagang mengalami penurunan pendapatan oleh karena itu, dilakukan strategi untuk tetap bisa bertahan dengan berbagai cara yang dilakukan. Seperti dari segi kualitas dan pelayanan yang diterapkan dari masing-masing pedagang.

Selain itu adanya penggabungan pasar yang dilakukan pemerintah antara pedagang pakaian yang dulu berada di pasar lanang sekarang dijadikan satu dengan pedagang pakaian lama yang sudah ada di pasar legi membuat semakin padatnya pedagang pakaian di pasar legi. Kondisi tersebut sangat mempengaruhi persaingan yang semakin ketat juga terhadap pendapatan yang menurun. Sehingga pelaku usaha harus berusaha keras untuk mempertahankan usahanya agar tidak mengalami kebangkrutan. Adapun rincian pendapatan 5 bulan terakhir di Ruko Amin Busana Pasar Legi Ponorogo sebagai berikut:

---

<sup>8</sup> Bu Amin, Wawancara dengan Pemilik Toko, 23 Januari 2023.

Tabel 1.1  
Omzet dalam 5 bulan terakhir

| No           | Bulan | Omzet (pembulatan) | Kondisional  |
|--------------|-------|--------------------|--|
| 1.           | Maret | Rp. 6.000.000      | Omzet perbulan tidak menentu kadang menurun terkadang meningkat. Hal tersebut terjadi karena adanya persaingan antar pedagang. |
| 2.           | April | Rp. 5.000.000      |  |
| 3.           | Mei   | Rp. 3.000.000      |  |
| 4.           | Juni  | Rp. 4.500.000      |  |
| 5.           | Juli  | Rp. 2.000.000      |  |
| <b>Total</b> |       | Rp. 20.500.000     |  |

Sumber: Wawancara Lapangan<sup>9</sup>

Selain pra penelitian di toko Amin Busana peneliti juga melakukan pantauan dengan menjadi konsumen untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan oleh pedagang pakaian lainnya. Dari pantauan yang dilakukan peneliti terdapat berbagai perbedaan antar pedagang untuk menarik minat pembeli. Adapun yang membedakan toko satu dengan yang lain diantaranya produk yang ditawarkan dari segi kualitas dan harga yang tentunya berbeda-beda. Ada beberapa toko juga yang menerapkan dengan memberi tulisan harga pas sehingga tidak ada interaksi tawar menawar antara pedagang dengan pembeli.

---

<sup>9</sup> Ibid.

Banyak pelaku usaha yang berharap agar perusahaannya mengalami peningkatan dalam omzet dibandingkan dengan pesaingannya. Tetapi harapan tersebut tidak akan menjadi kenyataan apabila para pelaku usaha tidak bertindak dengan jeli dan konsisten dalam memecahkan persoalan strategi persaingan yang harus diterapkan agar omzet dapat meningkat. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam roda perekonomian diperlukannya strategi bersaing yang sehat antara sesama pedagang agar tidak merugikan satu sama lain, dan bekerja sama dalam hal kebaikan.

Berdasarkan pernyataan yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian pada pasar tradisional untuk membahas masalah strategi bersaing yang berjudul **“Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menurut Perspektif Islam”**

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing yang dilakukan pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo dalam meningkatkan omzet penjualan menurut perspektif Islam?
2. Bagaimana strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing?

### C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai penulis adalah untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang muncul yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo dalam meningkatkan omset penjualan menurut perspektif Islam.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu ekonomi syariah mengenai ilmu kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu untuk menambahkan pengalaman dan sarana pelatihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di lingkup mahasiswa sebelum terjun dalam masyarakat dan didunia kerja yang sebenarnya.

#### 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan masalah bagi para pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo sebagai objek penelitian, sehingga para pedagang dan pembaca dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil setiap keputusan. Dan untuk peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai kajian lanjut oleh para pembaca yang tertarik dalam pembahasan



Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menurut Perspektif Islam.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan mengacu pada penelitian terdahulu dengan rumusan masalah yang hampir sama. Manfaat penelitian terdahulu ini untuk membangun kerangka teori yang melandasi pada penelitian ini. Berikut ini adalah kesimpulan dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah ada:

1. Peneliti Fauzia Novit Saputra dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Usaha CV.Virgo Furniture Dalam Industri Mebel Di Sukoharjo, Solo”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat strategi bersaing yang dimiliki CV.Virgo Furniture. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CV.Virgo Furniture melakukan strategi untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki perusahaan. Menggunakan media promosi yang tepat sasaran yaitu media promosi dengan jaringan internet karena media promosi dengan jaringan internet sangat tepat digunakan pada era modern, konsumen dapat mengakses permintaannya dengan mudah dan fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.<sup>10</sup> Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang akan diteliti. Adapun persamaan yang akan dilakukan peneliti sekarang sama-sama menggunakan strategi bersaing.

---

<sup>10</sup> Fauzia Novit Saputra, “Analisis Strategi Bersaing Pada CV.Virgo Furniture di Sukoharjo, Solo” *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018).

2. Peneliti Erna, dengan Judul “Strategi Persaingan Bisnis Café Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik cafe di Kota Parepare. Dengan hasil penelitian Menyimpulkan bahwa pemilik Cafe di Kota Parepare perlu melakukan evaluasi/perbaikan. Dan persaingan yang terjadi sudah sesuai dengan etika bisnis islam, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis islam yang telah diterapkan dalam bisnis Cafe di Kota Parepare.<sup>11</sup> Perbedaan dalam skripsi membahas tentang strategi, bentuk persaingan dan etika bisnis islam yang digunakan cafe tersebut. Sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang strategi bersaing dan perspektif islam.
3. Peneliti Fransiska BR Bangun yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Usaha Warung Wajik Peceren H. Ngadimin)”. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yang akan diteliti. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang strategi bersaing. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi bersaing yang paling tepat diterapkan untuk meningkatkan penjualan usaha Warung Wajik Peceren H. Ngadimin adalah Strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang diperoleh dari analisis SWOT. Sedangkan strategi yang lainnya seperti WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-*

---

<sup>11</sup> Erna, “Strategi Persaingan Bisnis Café Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)” *Skripsi* (Parepare: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018).

*Opportunity*), WT (*Weakness-Threats*) dapat dijadikan sebagai strategi alternatif yang bisa dipertimbangkan untuk pengembangan strategi bersaing dan meningkatkan penjualan-penjualan pada usaha Warung Wajik Peceren H. Ngadimin.<sup>12</sup>

4. Peneliti Anis Sholihah dengan judul. “Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo”. Pada penelitian ini menggunakan metode studi lapangan dengan analisis deskriptif. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi bersaing diferensiasi yang dilakukan oleh KUB Kucai Jaya sudahlah sesuai dengan konsep pengembangan produk meskipun dalam kemasan ada kekurangan. Sedangkan strategi persaingan yang dilakukan oleh KUB Kucai Jaya sudah sesuai dengan pandangan Islam, mulai dari cara menghadapi pesaing, produk yang diciptakan, penetapan harga, tempat penjualan, pelayanan dan layanan purna jual.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan saat ini adalah keduanya menggunakan teori strategi bersaing. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan juga fokus tujuan penelitian.

---

<sup>12</sup> Fransiska Br Bangun, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Usaha Warung Wajik Peceren H. Ngadimin)” *Skripsi* (Medan Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, Medan, dengan judul, 2021).

<sup>13</sup> Anis Sholihah, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo” *Skripsi* (Semarang: Universitas Islam Neeri Walisongo, Semarang, 2019).

5. Peneliti Indah Sundari yang berjudul “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi”. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data seperti reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dapat disimpulkan diantaranya strategi yang dilakukan pedagang kaki lima yaitu menjaga kualitas produk, penetapan harga produk yang sesuai, melakukan promosi, pemilihan tempat yang strategis, dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pembeli dan kendala yang dihadapi oleh pedagang kaki lima meliputi kendala lokasi usaha dan kendala modal usaha. Perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitiannya. Peneliti terdahulu berfokus pada strategi pedagang kaki lima sedangkan yang akan dilakukan peneliti saat ini berfokus pada strategi bersaing yang digunakan setiap pedagang pakaian sebagai bentuk persaingan bisnis. Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang adalah sama-sama membahas mengenai penggunaan strategi dalam meningkatkan omzet.
6. Peneliti Siti Amelia Sabil yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Pada Citra Kendedes Cake And Bakery Di Malang Raya”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi persaingan, Citra Kendedes *Cake and Bakery* di Malang Raya menerapkan beberapa strategi bersaing secara umum dan khusus berdasarkan teori. Strategi umum diantaranya:

strategi *Frontal Attack* (serangan dari depan), *Flanking Attack* (serangan dari menyamping), *Encirclement Attack* (serangan mengepung), dan *Bypass Attack* (serangan lintas). Sedangkan strategi khusus yaitu: strategi pemotongan harga, strategi produk yang lebih murah, strategi produk prestise, strategi penyempurnaan jasa layanan, strategi inovasi distribusi, strategi penekanan biaya dan strategi promosi yang intensif.<sup>14</sup> Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang akan diteliti.

7. Peneliti Mahrus Ali Mufadhol dengan judul “Analisis Strategi Persaingan Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di Toko Mainan Nafa Toys Ponorogo”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan penelitian lapangan (field research). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya kompetitor baru yang menjadikan omzet di toko mainan Nafa Toys Ponorogo menjadi menurun, maka dibutuhkan strategi bersaing yang baik supaya memenangkan persaingan dengan kompetitor lainnya dan omzet menjadi meningkat.<sup>15</sup> Persamaan dari penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah sama sama membahas mengenai penggunaan strategi bersaing dalam upaya peningkatan omzet. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang akan diteliti.

---

<sup>14</sup> Siti Amelia Sabil, “Analisis Strategi Bersaing Pada Citra Kenedes Cake And Bakery Di Malang Raya” *Skripsi* (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019).

<sup>15</sup> Mahrus Ali Mufadhol, “Analisis Strategi Persaingan Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di Toko Mainan Nafa Toys Ponorogo” *Skripsi* (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).



8. Annisa Ikfi Hayati dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan strategi bersaing yang dilakukan yaitu menggunakan strategi diferensiasi, yang meliputi strategi diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, dan diferensiasi citra yang dapat menghasilkan dampak baik untuk peningkatan omset penjualan pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang.<sup>16</sup> Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian dan menggunakan pendekatan analisis SWOT pada penelitiannya. Persamaan dari penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai penggunaan strategi bersaing dalam upaya untuk meningkatkan omzet penjualan.
9. Takdir dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Konveksi Winzap Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini merupakan penelitian studi lapangan dengan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan analisis deskriptif menunjukkan bahwa strategi bersaing yang dilakukan konveksi Winzap yaitu: 1) memperhatikan kualitas produk 2) penetapan harga oleh konveksi Winzap dengan menghitung seluruh total biaya yang diperlukan meliputi bahan baku, alat-alat produksi dan upah pekerja 3) menjalin silaturahmi dengan

---

<sup>16</sup> Annisa Ikfi Hayati, “Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan” Skripsi (Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022).

pelanggan serta selalu menjaga kualitas produk.<sup>17</sup> Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan saat ini adalah keduanya menggunakan teori strategi bersaing. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

10. Devi Rahmawati dengan judul “Strategi Bersaing Pada Perusahaan Distribusi Pt.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif”. Penelitian ini merupakan penelitian jenis studi kasus. Dengan hasil penelitian yang dilakukan strategi yang digunakan adalah strategi focus cost leadership.<sup>18</sup> Adapun perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan terletak pada objek dan fokus tujuan penelitian yaitu untuk mencapai keunggulan kompetitif. Sedangkan persamaannya adalah keduanya menggunakan teori strategi bersaing.
11. Said Fahrulliansyah dengan judul “Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha lebih menekankan strategi diferensiasi (differentiation strategy), strategi fokus, strategi manajemen, strategi pengembangan sumber daya, namun Kedai Borobudur 4.0 tidak

---

<sup>17</sup> Takdir, “Analisis Strategi Bersaing Konveksi Winzap Menurut Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* (Bukittinggi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2020).

<sup>18</sup> Devi Rahmawati, “Strategi Bersaing Pada Perusahaan Distribusi Pt.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif” *Skripsi* (Semarang, Universitas Semarang, 2019).

menggunakan strategi kepemimpinan harga.<sup>19</sup> Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan terletak pada objek penelitiannya. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan teori strategi bersaing.

12. Musfikoh Ifna Khoiru Rohmawati dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam”. Jenis penelitian ini yakni deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konveksi Mukena Bordir Tulungagung menerapkan strategi pemasaran 7p (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Dari ketujuh strategi tersebut, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung mampu meningkatkan omzet penjualan yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam.<sup>20</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada teori yang digunakan. Sedangkan persamaan keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu sama-sama bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan.
13. Nia Febriyanti dengan judul Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Kerupuk “Pade Mauq” Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat”. Jenis

---

<sup>19</sup> Said Fahrulliansyah, “Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022).

<sup>20</sup> Musfikoh Ifna Khoiru Rohmawati, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Konveksi Mukena Bordir Tulingagung Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2022).

penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Dari keempat strategi yang telah diterapkan, saat ini perusahaan kerupuk “Pade Mauq” telah mampu meningkatkan omzet penjualan yang sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam. Hal ini dilihat dari tidak adanya penyimpangan yang melanggar dari prinsip ekonomi syariah pada penerapan strategi marketing mix yang dilakukan oleh pihak perusahaan kerupuk “Pade Mauq” dalam meningkatkan omzet penjualannya.<sup>21</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada teori yang digunakan. Persamaan antara keduanya yaitu sama-sama memiliki tujuan untuk meningkatkan omzet penjualan.

14. Rendy Septi Sanjaya dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari diagram SWOT, omzet Aqiqah LAZ Nurul Hayat berada pada kuadran ke 1, maka strategi yang tepat adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang yang lebih besar.<sup>22</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah teori yang

---

<sup>21</sup> Nia Febriyanti, “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Kerupuk “Pade Mauq” *Skripsi* ( Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019).

<sup>22</sup> Rendy Septi Sanjaya, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan” *Skripsi* (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020).

digunakan dan objek penelitiannya. Sedangkan persamaan antara keduanya yaitu memiliki tujuan untuk meningkatkan omzet.

15. Dora Rinova dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Rice Bowl By Makan.Yuk Bandar Lampung”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan strategi bersaing yang tepat untuk digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan diferensiasi produk dan dengan menambahkan varian menu yang baru.<sup>23</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian dan menggunakan pendekatan analisis SWOT pada penelitiannya. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan teori strategi bersaing pada penelitiannya.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, peneliti menggunakan jenis dan pendekatan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*Field Research*) penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat.<sup>24</sup> Penelitian ini juga bisa disebut sebagai

---

<sup>23</sup> Dora Rinova, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Rice Bowl By Makan.Yuk Bandar Lampung” (Skripsi, Lampung, Universitas Sang Bumi Ruwa, 2021).

<sup>24</sup> Muhammad Ramadhan, *Metode Penelitian* (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 7.



penelitian kasus atau studi kasus (*Case Study*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penulis bermaksud menganalisis strategi yang digunakan oleh pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo. Langkah-langkah dalam penelitian ini yaitu mengidentifikasi dengan jelas dan spesifik tujuan yang akan dicapai, merancang cara pendekatannya, mengumpulkan data dan menyusun laporan.

Sedangkan pendekatan penelitian peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti tertarik dengan sebuah fenomena dilapangan tentang keadaan yang terjadi secara langsung yaitu meneliti bagaimana strategi persaingan syariah dalam upaya meningkatkan omset pada pedagang pakaian. Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti memerlukan penelitian secara langsung dan berinteraksi dengan para pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terletak di Ponorogo Jl. Soekarno Hatta, Banyudono, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah dengan pertimbangan bahwa penulis berdomisili pada Kota yang sama yaitu Ponorogo sehingga mempermudah perolehan data, waktu, tenaga dan biaya dapat digunakan seefisien mungkin.

Alasan lain karena penulis melihat terdapat pergeseran preferensi masyarakat dalam membeli pakaian beberapa tahun terakhir ini dan juga

---

persaingan antar pedagang pakaian itu sendiri. Selain itu pada pedagang pakaian di pasar legi belum pernah ada penelitian sama sekali sehingga penulis mempunyai peluang untuk meneliti sejauh mana persaingan yang terjadi untuk meningkatkan omzet pedagang pakaian.

### 3. Data Dan Sumber Data

Adapun data primer yang dibutuhkan oleh peneliti untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah data tentang strategi persaingan yaitu meliputi:

- a. Cara pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo menghadapi ancaman dari pendatang baru.
- b. Cara pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo menghadapi kekuatan tawar-menawar dari pemasok.
- c. Cara pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo menghadapi kekuatan tawar-menawar dari pembeli.
- d. Cara pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo menghadapi persaingan kompetitif antar pedagang pakaian dan e-commerce saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang didapat dengan dua cara yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi.<sup>25</sup> Maka dari dalam melakukan penelitian ini peneliti terjun langsung ke Pasar Legi Ponorogo. Wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa pedagang

---

<sup>25</sup> Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 157.

pakaian untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang strategi persaingan yang diterapkan. Sedangkan observasi dilakukan untuk menyelaraskan antara hasil wawancara dengan lapangan kerja.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penulisan proposal ini adalah data kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Ada beberapa metode penelitian yaitu:

##### a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara (interview) juga dapat dikatakan bahwa suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancara (interview) melalui komunikasi langsung.<sup>26</sup>

Dalam wawancara ini peneliti akan terjun langsung untuk melakukan pengajuan pertanyaan kepada pedagang pakaian, selain itu peneliti juga memberikan pertanyaan kepada beberapa karyawan dan konsumen toko pakaian di pasar legi Ponorogo. Sedangkan yang diberi pertanyaan bertugas untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Dengan cara memberikan pertanyaan dan dijawab oleh yang bersangkutan, peneliti akan mendapatkan informasi yang

---

<sup>26</sup> Muri Yusuf, *Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017), 372.

diinginkan secara jelas dan relevan mengenai strategi persaingan yang diterapkan untuk meningkatkan omset dari penjualan.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap fenomena penelitian. Metode ini merupakan salah satu metode pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif.<sup>27</sup>

Observasi ini dilakukan dengan cara peneliti melakukan observasi di lapangan dengan datang langsung ke Pasar Legi Ponorogo. Peneliti mengamati langsung tentang penerapan strategi bersaing yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Legi Ponorogo. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akurat dan faktual dengan hasil penelitian yang diinginkan oleh peneliti.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi merupakan sarana untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, serta pernyataan tertulis mengenai kebijakan tertentu, dan bahan-bahan tertulis lainnya.<sup>28</sup> Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian adalah data dan informasi berupa catatan tertulis yang

---

<sup>27</sup> Ibid, 157.

<sup>28</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)., 225.

berkaitan dengan penelitian, dokumen struktur organisasi, buku besar administrasi.

## 5. Teknik Pengelolaan Data

Teknik pengelolaan data merupakan cara-cara mengelola data sehingga memiliki arti untuk menjawab masalah dan memanfaatkan untuk menguji hipotesis penelitian.<sup>29</sup> Data penelitian yang diperoleh dari lapangan maupun kepustakaan dapat diolah melalui tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Editing*, pada tahap ini merupakan proses pemeriksaan kembali terhadap data-data atau jawaban-jawaban informasi, hasil observasi, dokumen-dokumen, memilih foto dan catatan-catatan yang diperoleh saat penelitian terjadi baik dari segi kelengkapan, kejelasan, kesesuaian, dan keselarasan yang lainnya. Tujuannya untuk memperhalus data selanjutnya dengan perbaikan kalimat dan kata, memberi keterangan tambahan, membuang keterangan yang berulang-ulang atau tidak penting, menerjemahkan ungkapan setempat ke dalam bahasa Indonesia, termasuk juga mentranskrip wawancara merupakan proses penghalusan.
- b. *Klasifikasi*, pada tahap ini merupakan proses penggolongan dari jawaban dan data lain menurut kelompok variabelnya untuk diklasifikasikan menurut indikator tertentu sesuai dengan yang telah diterapkan sebelumnya. Pengelompokan ini sama dengan

---

<sup>29</sup> Ramadhan, *Metode Penelitian*, 14.



pengumpulan data yang akan ditempatkan dalam kerangka (*outline*) laporan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>30</sup>

- c. *Memberi Kode*, pada tahap ini merupakan proses pencatatan judul secara singkat, serta memeriksa catatan tambahan yang dinilai perlu dan dibutuhkan. Tujuannya untuk mempermudah peneliti menemukan makna tertentu dari setiap kumpulan data serta mempermudah dalam *outline* laporan.

Dari pernyataan rumusan masalah peneliti dapat mengumpulkan dan menyimpulkan teori tentang strategi persaingan selanjutnya menganalisis teori tersebut dengan realita yang terjadi dilapangan.

#### 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data tersebut kedalam kategori, menjabarkan ke dalam poin-poin, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>31</sup> Ada tiga proses penulis untuk memperoleh hasil penelitian dengan sistematis, yaitu sebagai berikut:<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Prespektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 239.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2008), 82.

<sup>32</sup> Tjipto Subadi, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surabaya: Muhammadiyah University Press, 2006), 68.

- a. Memahami sudut pandang atau gagasan para pelaku asli.
- b. Memahami arti kegiatan-kegiatan yang dilakukan pelaku usaha.
- c. Menilai peristiwa yang terjadi berdasarkan kegiatan yang dilakukan.

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah teknik model Miles dan Huberman. Teknik ini menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tujuan penelitian selesai. Adapun teknik Miles dan Huberman yaitu:<sup>33</sup>

- a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengecekan, pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan (data mentah) dari hasil penelitian dalam catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung pada saat pelaksanaan penelitian terjadi, dalam catatan berisikan hasil penelitian singkat, fokus pada tema yang diteliti, membuat batasan persoalan, dan menulis memo untuk pengingat.

- b. Model Data

Model data dapat diartikan dengan menganalisis data dalam sekumpulan informasi yang disusun dan mendeskripsikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Hal yang sering dipergunakan dalam penyajian data kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Dengan menampilkan data, sehingga mempermudah dalam memahami suatu hal yang terjadi. Menurut Miles dan

---

<sup>33</sup> Barry Al Hafidh, "Implementasi Pelayanan Manasik Calon Jama'ah Haji Di KBIHU Heraman Kota Pekanbaru" Skripsi, (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), 26.

Huberman dalam menampilkan data hendaknya ditampilkan tidak hanya dalam teks naratif, melainkan juga bisa dengan grafik, matriks dan chart.

### c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Verifikasi dan penarikan data biasa dilakukan sejak pertama proses pengumpulan data, peneliti memahami yang disertai makna dari sesuatu yang terjadi dalam fenomena-fenomena yang terjadi saat penelitian di lapangan. Dengan adanya catatan-catatan dan dokumen yang diperoleh sudah lengkap maka peneliti dapat menarik kesimpulan, untuk berkontribusi dan menafsirkan data dengan metode tertentu untuk menggambarkan secara mendalam dan utuh mengenai rumusan masalah pada penelitian ini.<sup>34</sup>

### 7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk validitas data, peneliti menggunakan triangulasi data yang merupakan pengecekan kebenaran data tertentu dengan data yang diperoleh melalui sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan sering menggunakan metode yang berlainan. Triangulasi adalah suatu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai data dan berbagai waktu.<sup>35</sup> Dengan metode triangulasi ini akan mempertinggi validitas, kedalaman hasil penelitian sebagai pelengkap apabila data dari sumber penelitian masih ada

---

<sup>34</sup> A. Michael Huberman dan Mathew B. Miles, *Analisis Data Kualitatif*, Terjemah oleh Tjejep Rohendi (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992), 15–21.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 83.

kekurangan. Upaya triangulasi data dilakukan dengan cara cross-check antar metode dengan cross check informasi. Data yang hanya berasal dari satu sumber maka kebenarannya belum dapat dipercayai begitu saja. Namun, jika data berasal dari beberapa sumber menyatakan hal yang sama, maka tingkat kebenarannya akan lebih tinggi.

#### G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pokok-pokok uraian yang akan dibahas dalam hasil skripsi secara terperinci yang disusun menjadi bagian-bagian yang paling berkesan.

**BAB I: PENDAHULUAN** Bab ini tentang gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran bagi seluruh skripsi, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II: LANDASAN TEORI** Pada bab ini berisi tentang landasan teori, yang digunakan sebagai pijakan dan selanjutnya digunakan untuk menganalisis data laporan penelitian (skripsi) ini. Isi dari bab ini yaitu menguraikan tentang strategi persaingan dalam upaya peningkatan omzet menurut ekonomi islam dan penelitian terdahulu.

**BAB III: METODE PENELITIAN** Bab ini membahas mengenai masalah yang dikaji penulis dalam penelitian lapangan (*field research*). Bab ini berisi tentang profil pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo, berisi tentang rancangan penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

**BAB IV: DATA DAN ANALISIS DATA** Bab ini penulis akan menguraikan dan menganalisis data mengenai strategi persaingan dalam upaya peningkatan omzet pada pedagang pakaian di pasar legi Ponorogo Menurut Ekonomi Islam.

**BAB V: PENUTUP** Bab terakhir ini akan ditarik kesimpulan dari beberapa materi yang telah dijelaskan dari bab-bab sebelumnya yang meliputi ide Kerja Keras.





**BAB II**

**STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LEGI  
PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN  
MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

A. Strategi Bersaing Menurut Perspektif Islam

Setiap perusahaan yang bersaing dalam dunia bisnis pasti memiliki strategi bersaing masing-masing. Perubahan pola persaingan yang semakin ketat saat ini, strategi dalam suatu perusahaan haruslah disesuaikan atau bahkan direvisi untuk mendapatkan peluang-peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing. Porter menyatakan pengertian dari strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuan dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>1</sup> Kotler dan Amstrong menyatakan strategi bersaing adalah strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin.

Strategi bersaing sama dengan strategi bisnis karena sama-sama memiliki fokus untuk meningkatkan kemampuan bersaing. Strategi bersaing yang dilakukan pelaku bisnis harus mampu melihat kondisi pasar, kebutuhan dan permintaan konsumen sehingga perusahaan terus mengembangkan produk, baik itu dalam menciptakan produk baru

---

<sup>1</sup> Michael E. Porter, Strategi Bersaing (*Competitive Strategy*), (Jakarta: Erlangga 2000), 85.

maupun meningkatkan kualitas produk dengan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Inti dari strategi bersaing yaitu dapat membentuk semua lingkungan baik lingkungan eksternal dan internal sesuai dengan keinginan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kekuatan tawar menawar dari pemasok dapat memberikan keuntungan atau tidak bagi perusahaan. Bersaing merupakan bukti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Kegagalan bukan karena tidak baik dalam melaksanakan programnya tapi dapat disebabkan karena salah dalam melakukan kebijakan atau waktu implementasi yang tidak tepat. Oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi yang kuat dalam memenangkan persaingan mereka. Sehingga dengan strategi bersaing tersebut dapat meningkatkan omzet penjualan.

Dalam kegiatan muamalah, Islam menganut prinsip kebebasan terikat di mana kebebasan tersebut berdasarkan atas keadilan, undang-undang agama, dan keadilan. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan (persaingan) Islam memiliki norma, etika agama dan prikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pelaku pasar Islam dalam persaingan bersih antara lain:<sup>2</sup>

#### 1. Menegakkan larangan terhadap barang-barang yang diharamkan

Islam adalah agama yang universal yang dapat pula dimengerti sebagai pandangan hidup, agama dan Negara. Islam mengandung

---

<sup>2</sup> Zulkarnain, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Adicita, 2009), 9.

kaidah kaidah hukum dan aturan tentang ritual beribadah dan bermuamalah untuk membimbing manusia agar menjadi teratur, patuh pada Allah, dan bahagia dengan ridha Allah swt.

## 2. Jujur

Bencana terbesar dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil. Misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga tidak pada tempatnya. Oleh sebab itu, salah satu karakter pedagang terpenting yang diridhai Allah ialah berlaku jujur. Dalam melakukan persaingan seseorang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan.

## 3. Kasih Sayang

Sebagaimana yang telah digariskan dalam Al-qur'an surat Al Anbiya' ayat 107:

لِّلْعٰلَمِيْنَ رَحْمَةً اِلَّا اَرْسَلْنَاكَ وَاٰ

Artinya: “Dan tiadalah kami mengurus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam”. (QS Al-Anbiya:

107)<sup>3</sup>

Ayat diatas menegaskan bahwa manusia itu dituntut untuk selalu saling menyayangi sesamanya, serta tidak membedakan-bedakan, agama, suku dan lain-lain.

<sup>3</sup> “QS Al-Anbiya: 107”.

#### 4. Mengingat Allah

Salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan dalam persaingan adalah mengingat Allah sekalipun telah meraih keuntungan berlipat-lipat. Allah telah berfirman dalam surah Al-Jumuah ayat 9 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ  
وَذَرُوا الْبَيْعَ ۚ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli[1475]. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui”.(QS. Al-Jumuah:9)<sup>4</sup>

Ayat ini jelas menerangkan bahwa kita harus selalu mengingat Allah SWT dimanapun kita berada, terutama dalam bertransaksi jika datang seruan adzan maka bersegeralah untuk menunaikan shalat.

Dalam Islam untuk menarik konsumen tidak terlepas dari unsur-unsur etika dan prinsip-prinsip dalam ekonomi Syariah. Adapun prinsip-prinsip tersebut diantaranya:<sup>5</sup>

<sup>4</sup> “QS. Al-Jumuah:9”.

<sup>5</sup> Titik Triwulan Tutik dan Idri, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Cet ke 1 (Jakarta: Indonesia, 2008), 65.

## 1. Prinsip Otonomi

Sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

## 2. Prinsip Kejujuran

Usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran. Tidak jujur berarti tidak sanggup mengambil sikap yang lurus. Tanpa kejujuran, keutamaan-keutamaan moral lainnya akan hilang. Allah sangat melarang orang yang melakukan kecurangan termasuk dalam hal muamalah.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Muthaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وُزِنُوا لَهُمْ يَخْسِرُونَ

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangi.” (QS AlMutaffifin: 1-3)<sup>6</sup>

Tidak hanya dalam pekerjaan atau kewajiban tugas manusia berlaku jujur, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari dan tidak merugikan orang lain. Berdasarkan ruang lingkup ekonomi maka

<sup>6</sup> “QS AlMutaffifin: 1-3”.



Islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara dalam perekonomian untuk menarik konsumen yang baik sesuai dengan aturanaturan agama Islam. Ditinjau dari aspek aksiologinya, tinjauan ekonomi syariah adalah bahwa setiap kegiatan manusia didasarkan pada pengabdian kepada Allah swt, dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah untuk memakmurkan bumi, maka dalam perekonomian umat Islam harus mengutamakan keharmonisan dan pelestarian alam. Kebahagiaan yang dikejar dalam Islam bukan semata-mata kebahagiaan duniawi saja, tetapi juga kebahagiaan di akhirat. Dengan demikian, ilmu ekonomi syariah harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, maupun membahagiakan manusia baik selama hidup di dunia maupun di akhirat kelak.<sup>7</sup>

Konsep dagang yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut value driven, yang artinya menjaga, mempertahankan, dan menarik nilai-nilai dari pelanggan. Value driven juga erat hubungannya dengan apa yang disebut relationship marketing, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dengan para pelanggan. Pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon potensial untuk membeli. Diantara sekian banyak calon pembeli maka ternyata ada orang yang membeli dan ada yang tidak jadi membeli.

---

<sup>7</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 12.

Orang yang membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan akan melakukan pembelian ulang, seterusnya ada yang menjadi pelanggan tetap. Diantara langganan tetap ini ada yang betul-betul tertarik dengan produk yang dijual atau dengan tokonya sehingga langganan ini akan membantu mempromosikan dan menarik konsumen lain untuk mengkonsumsi atau menjadi langganan tetap. Ini dikenal dengan relation marketing.<sup>8</sup>

Dalam melaksanakan bisnis, antara pesaing bisnis haruslah memperhatikan etika bisnis agar tidak terjadi benturan sesama pengusaha. Apalagi pengusaha tersebut menjalankan bisnis yang serupa. Di dalam ekonomi syariah terdapat nilai-nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis, yaitu:<sup>9</sup>

a. Konsep Ihsan

Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh dalam bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju pada optimalisasi sehingga memperoleh hasil maksimal. Namun hal ini tidak sama dengan perfeksionisme, melainkan optimalisasi. Perfeksionisme tidak dianjurkan karena ini tidak mungkin dicapai oleh manusia. Kesempurnaan itu adalah sifat Allah, kita hanya mungkin bisa mendekatinya, tidak mungkin sampai sempurna.

---

<sup>8</sup> Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami* (Bandung: Alfabeta, 201M), 21.

<sup>9</sup> Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah* (Jakarta: Gema Insani Press, 2011), 65.

b. Itqan

Itqan artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Jadi harus bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Allah telah menjanjikan bahwa siapa saja yang bersungguh-sungguh maka dia akan menunjukkan jalan kepadanya dalam mencapai nilai yang setinggi-tingginya.

c. Hemat

Rasulullah SAW menyampaikan kepada kita untuk harus berhemat, jangan boros, pekerjaan memboros-boroskan harta adalah pekerjaan syaitan. Kita harus hemat dengan harta, tetapi tidak kikir dan tidak menggunakannya kecuali untuk sesuatu yang benar-benar bermanfaat.

d. Kejujuran dan Keadilan

Merupakan konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan anda. Di dalam bisnis pemupukan relasi sangat mutlak diperlukan, sebab relasi ini akan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang. Sedangkan keadilan perlu diterapkan misalnya terhadap para karyawan ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip

keadilan itu tidak membeda-bedakan manusia yang satu dengan yang lainnya.

e. Kerja Keras

Rasulullah sangat terkenal dengan konsep ini. Kita mengetahui bahwa Rasulullah pada masa kecilnya telah memulai kerja menggembalakan domba-domba orang Makkah dan beliau mendapat upah dari menggembala itu. Setelah berumur 12 tahun beliau mulai berdagang bersama kafilahnya dari satu kota ke kota lainnya. Sangat dianjurkan kerja keras itu dilakukan sejak pagi hari. Setelah shalat subuh janganlah kalian tidur tapi carilah rizki dari Rabbmu.

B. Strategi Guna Memperoleh Keunggulan dalam Persaingan

Dalam meningkatkan omzet penjualan, Michael Porter menyebutkan ada tiga strategi bersaing yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

1. Cost Leadership

Cost leadership, sebuah perusahaan yang unggul dalam produksi berbiaya rendah mampu menggunakan keunggulan biayanya untuk menawarkan harga yang lebih rendah atau untuk menikmati margin yang lebih tinggi. Dengan hal tersebut, perusahaan dapat secara efektif

mempertahankan diri dalam perang harga, menyerang pesaing dengan harga rendah untuk merebut pangsa pasar.<sup>10</sup>

Keunggulan dengan biaya rendah merupakan strategi bersaing yang bertujuan pada pasar yang luas dan sangat menuntut efisiensi dalam operasi. Perusahaan harus mempunyai fasilitas yang memadai agar bisa hemat, sehingga biaya operasi dan biaya overhead bisa dikontrol, serta meminimalkan biaya dibidang R & D, dan pelayanan. Jika strategi ini berhasil, biasanya pangsa pasar juga akan besar dan perusahaan bisa mempunyai daya tawar-menawar yang tinggi kepada pemasok mereka (yang akhirnya akan menurunkan biaya).<sup>11</sup>

Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Pertama, perusahaan dapat menentukan harga jual yang rendah tetapi masih memperoleh margin yang memadai dibanding pesaing yang menetapkan harga sama tetapi memiliki biaya yang lebih tinggi. Kedua, biaya yang rendah dapat menjadi hambatan bagi pesaing potensial yang ingin memasuki industri yang sama.<sup>12</sup>

## 2. Diferensiasi

Strategi diferensiasi dirancang untuk menarik pelanggan yang memiliki sensitifitas khusus untuk satu atribut produk. Atribut produk

---

<sup>10</sup> John A Pearce II dan dkk, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, edisi 12, buku 1 (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 205.

<sup>11</sup> Taufiq Amir, *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Wakli Pers, 2011), 157.

<sup>12</sup> Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), 197.



juga dapat menjadi saluran pemasaran dimana perusahaan menyampaikan citranya akan keunggulan, fitur yang dimiliki serta jaringan yang mendukungnya. Oleh karena itu, iklan memainkan peran penting dalam pembangunan dan penentuan elemen yang berbeda dari merek suatu perusahaan.<sup>13</sup>

Diferensiasi juga ditujukan untuk pasar yang luas dan melibatkan penciptaan produk atau jasa yang dianggap memiliki keunikan di suatu industri. Dari keunikan ini perusahaan dapat membebaskan harga ekstra (premium) bagi produknya. Tetapi di sisi lain, loyalitas merek bagi sekelompok konsumen akan membuat konsumen tidak mau beralih ke produk atau perusahaan lain.<sup>14</sup>

### 3. Fokus

Strategi yang fokus, baik yang didasarkan pada biaya rendah maupun diferensiasi berupaya untuk memenuhi kebutuhan dari segmen pasar tertentu. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus akan bersedia melayani wilayah-wilayah geografis yang terisolasi. Perusahaan yang menggunakan strategi fokus memperoleh laba dari ketersediaannya untuk melayani segmen pelanggan yang biasanya diabaikan atau dipandang sebelah mata.<sup>15</sup>

Strategi fokus disini ada dua macam yaitu; fokus pada biaya dan fokus pada diferensiasi. Fokus pada biaya ini adalah strategi dimana

---

<sup>13</sup> Pearce II dan dkk, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, 206.

<sup>14</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*, 157–58.

<sup>15</sup> Pearce II, dkk, *Manajemen...*, 206.

perusahaan membuat efisien biayanya, tapi sekaligus juga mencari ceruk pasar tertentu yang tidak menunggu pemimpin pasar (market leader). Fokus pada diferensiasi, strategi ini menyoroti sekelompok pasar tertentu, segmen lini produk tertentu, atau geografis tertentu.<sup>16</sup>

Namun dengan menerapkan strategi bersaing tersebut memiliki resiko yaitu gagal untuk menerapkan atau mempertahankan dan kedua nilai keunggulan strategis yang diberikan oleh suatu strategi berkurang dengan revolusi industri.



---

<sup>16</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*, 158–59.

## BAB III

### PAPARAN DATA STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LEGI PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Demografi

Lokasi yang akan ditinjau dalam penelitian ini adalah Pasar Legi Ponorogo. Pasar Legi Ponorogo terletak di Jl Soekarno Hatta, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411. Pasar Legi Ponorogo merupakan salah satu pasar yang cukup besar di Kota Ponorogo. Pasar Legi Ponorogo, menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat yang cukup lengkap dari kebutuhan primer hingga tersier.<sup>1</sup>

##### 2. Sejarah Pasar Legi Ponorogo

Pasar Legi Songgolangit merupakan pasar terbesar yang ada di Ponorogo, di mana lokasi pasar ini berada di Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo. Meski berdekatan dengan pusat kota Ponorogo, pasar Legi Songgolangit menjadi pasar induk untuk kegiatan jual beli masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Pedagang dari berbagai daerah seperti Madiun, Pacitan, Magetan dan Trenggalek sering melakukan kegiatan jual beli di pasar ini.

---

<sup>1</sup>Semuabis, “Songgolangit Traditional Market,” 2019, [https://www.semubis.com/songgolangit-traditional-market\\_12-0352-481664](https://www.semubis.com/songgolangit-traditional-market_12-0352-481664), (diakses pada 15 Juni 2023 jam 15.27)

Pasar Legi atau Pasar Songgolangit Ponorogo didirikan pertama kali oleh Tumenggung Wiryodiningrat ketika dia menjadi wedana Bupati Ponorogo. Setelah penguasa Ponorogo waktu itu, Adipati Suryodiningrat atau Adipati Suryodiningrat wafat, kondisi Ponorogo menjadi kacau balau. Nama pasar ini awalnya adalah pasar Mernung. Adipati ini mempunyai 23 istri dan putranya sebanyak 135, sehingga jabatan Bupati Ponorogo menjadi rebutan. Untuk mengatasi hal tersebut, Sinuwun Pakubuwono mengirimkan Tumenggung Wiryodiningrat untuk menjadi penguasa sementara dengan pangkat Wedana Bupati. Dalam rangka untuk menentramkan suasana Ponorogo. Namun setahun berada di Ponorogo, Tumenggung tersebut belum membuat kondisi Ponorogo tenteram, bahkan dia dianggap hendak merebut kabupaten, sehingga tidak diperbolehkan memasuki rumah dinasnya. Akhirnya Tumenggung Wiryodiningrat membuat rumah sendiri, berjarak 4 km dari Kabupaten ke arah barat. Rumah tersebut akhirnya disebut Tumenggungan dan sekarang menjadi Mangkujayan.<sup>2</sup>

Banyak masyarakat yang mendirikan rumah di dekat Tumenggungan sehingga daerah tersebut menjadi ramai. Apalagi oleh Tumenggung Wiryodiningrat tempat tersebut dijadikan mula sebuah pasar. Pasar tersebut dinamakan pasar Mernung, yang berasal dari kata merenung, di

---

<sup>2</sup> Dani Saputra, "Sejarah Bergantinya Nama Pasar Induk Ponorogo dari Pasar Mernung hingga Pasar Legi," 27 Februari 2021, <https://trenggalekpedia.pikiran-rakyat.com/jawa-timur/pr-1651507769/sejarah-bergantinya-nama-pasar-induk-ponorogo-dari-pasar-mernung-hingga-pasar-legi?page=3>, (diakses tanggal 15 Juni 2023, jam 18.35)

mana berenung merupakan barang yang banyak dijual di pasar. Berenung sendiri adalah sebuah wadah air yang terbuat dari kulit buah maja yang isinya sudah dibuang, lalu diberi dua lubang kecil untuk tali membawanya. Pasar Mernung sangatlah ramai, terutama di hari pasaran Legi, sehingga kemudian namanya berubah menjadi pasar Legi. Nama pasar Legi sendiri lestari digunakan beratus tahun. Pasar legi sendiri terbagi menjadi dua, yaitu di sebelah selatan atau disebut pasar lanang dan sebagian berada di utara atau di pojok timur perempatan, tempat inilah yang oleh masyarakat disebut sebagai pasar Legi. Tumenggung Wiryodiningrat menjadi wedana Bupati di Ponorogo, antara sebelum tahun 1800 hingga saat kepemimpinan Bupati Markum Singodimejo, di antara tahun 1995 sampai 2004<sup>3</sup>.

Pada masa kepemimpinan Markum, nama Songgolangit sempat disematkan di Pasar Legi yang berada di Jalan Soekarno-Hatta ini. Nama Songgolangit sendiri dinisbatkan kepada Dewi Songgolangit, seorang putri dari Kerajaan Kediri. Dalam buku babad Ponorogo, Dewi Songgolangit ini merupakan mimpi yang tidak pernah terwujud. Dewi Songgolangit tidak pernah ada di Ponorogo. Di mana dia adalah seorang putri yang gagal diperistri dan diboyong ke Ponorogo oleh Prabu Kelono Sewandono. Kemudian nama pasar ini, oleh Bupati Ponorogo (Ipong Mukhlisoni) dikembalikan dengan nama sebelumnya, yaitu tanpa ada embel-embel Songgolangit. Menurut Ipong, setelah nama Songgolangit

---

<sup>3</sup> Ibid.



dijadikan nama pasar, pasar tersebut dua kali mengalami kebakaran. Pasar Legi kini benar-benar menjadi urat nadi perekonomian Ponorogo, di mana selalu ada aktifitas perdagangan, serta menjadi rujukan untuk masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Kini pasar tersebut sudah selesai direnovasi sehingga akan merubah wajah tradisional pasar ini menjadi pasar modern.<sup>4</sup>

### 3. Struktur Organisasi

Peran organisasi dalam suatu kelompok merupakan sesuatu yang sangat penting. Dalam suatu kelompok, jika tidak terdapat organisasi, maka tujuan dari sebuah kelompok tersebut akan sulit dicapai. Pasar Legi Ponorogo berada dibawah naungan pemerintah yaitu Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro (DISPERDAGKUM) yang berkoordinasi dengan pemerintah Kecamatan Ponorogo.

## B. Data

### 1. Strategi Bersaing Dalam Islam yang Dilakukan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Menurut Perspektif Islam

Islam telah mengatur batasan-batasan dalam berjualan, di dalam ajaran islam, berdagang merupakan pekerjaan yang mulia. Berjualan dalam islam dapat memperoleh keberkahan dan keuntungan. Tetapi dalam islam, berjualan harus menganut dasar hukum islam dan halal.

Strategi bersaing yang dilakukan pedagang Pasar Legi Ponorogo

---

<sup>4</sup> Ibid.

Dalam meningkatkan omset penjualan. Berdasarkan hasil wawancara, Pasar Legi Ponorogo sebagai berikut:

a. Ihsan

Persaingan dalam industri di Pasar Legi Ponorogo dalam meningkatkan persaingan menyebutkan kekuatan persaingan akan berpengaruh terhadap profitabilitas berupa harga yang ditawarkan, kualitas produk hingga posisi perusahaan apabila kita bersungguh-sungguh dalam .

Hasil dari wawancara Bu Amin selaku pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo sebagai berikut:

“Persaingan antar para pedagang itu selalu ada mbak, tetapi persaingan yang dilakukan haruslah persaingan yang sehat. Menurut saya ya mbak, persaingan di Pasar Legi Ponorogo khususnya di bagian lantai 4 bagian pakaian ini hampir sebagian besar menjual produk yang sama. Dalam berdagang ini saya selalu bersungguh-sungguh, dan ulet mbak. Walaupun untuk akhir-akhir ini barang dagangan saya sepi pembeli, tapi saya harus tetap semangat untuk mencari nafkah. Saya membangun relasi dan komunikasi yang baik dari pelanggan atau pembeli, saya selalu terbuka akan masukan dan komplain dari konsumen. Hal itu saya gunakan untuk menarik konsumen”<sup>5</sup>

Selain itu Ibu Fatimah seorang pedagang pakaian juga menambahkan, sebagai berikut:

“Harga jual tiap pakaian disini itu beragam mbak, selisih dari setiap toko lain juga sedikit. Kalau kita ambil selisih banyak, ya ga laku mbak. Jadi pedagang disini kompak, agar tidak membuat persaingan yang mencekik antar pedagang. Karena kita tau, barang dagangan yang kami jual ini kalo mahal dikit ya pasti

---

<sup>5</sup> Amin, Wawancara, Mei 2023.

banyak pembeli yang beralih ke pedagang lain mbak. Rezeki sudah banyak yang mengatur mbak, dan sudah sesuai dengan porsi masing-masing, oleh karena itu kita sebagai umat gusti Allah tinggal bersungguh-sungguh dalam mencari rezeki<sup>6</sup>”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan, bahwa persaingan pedagang Pasar Legi Ponorogo berpengaruh terhadap profitabilitas. Pedagang Pasar Legi Ponorogo telah menetapkan harga dan selisih harga jual dari tiap-tiap kios, agar dapat bersaing dengan pedagang sekitar. Selain itu, para pedagang juga bersungguh-sungguh dalam bekerja.

b. Itqan

Di dalam dunia perekonomian, pasar merupakan peran penentu perekonomian. Oleh karena itu, pasar menjadi tempat persaingan yang tidak menutup kemungkinan, banyak pendatang / pedagang yang memasuki Pasar Legi Ponorogo. Persaingan atau ancaman berasal dari luar dan dalam Pasar Legi Ponorogo, oleh karena itu setiap pedagang harus memiliki keunggulan dalam persaingan. Berikut pemaparan data dari Ibu Nida selaku penjual pakaian Pasar Legi Ponorogo:

“Sebenarnya dalam dunia persaingan ini, yang paling kami takuti adalah para pendatang baru mbak. Yang memiliki modal besar, karena dalam persaingan sendiri, modal sangat berpengaruh mbak terhadap persaingan. Seorang pedagang atau wirausaha jika ingin berjualan juga harus berani mengambil resiko. Oleh karena itu, untuk mendapatkan modal yang besar saya melakukan pinjaman di bank dengan KUR pembayaran yang saya lakukan adalah

---

<sup>6</sup> Fatimah, Wawancara Ibu Fatimah, Mei 2023.

dengan mencicil, selain itu saya juga mendapatkan pinjaman dari saudara mbak. Karena dengan modal besar, biasanya dagangan cenderung lengkap mbak dan kita dapat menawarkan harga yang cukup rendah. Tetapi untuk penjual pasar disini, kebanyakan masyarakat sekitar mbak. Jadi untuk persaingannya lebih dengan warga sekitar sini. Walaupun dalam menambah barang dagangan saya meminjam uang mbak, saya selalu menjaga kualitas, serta tidak mengambil keuntungan terlalu besar.”<sup>7</sup>

Ibu Siti menambahkan, dalam wawancara sebagai berikut:

“Di Dalam dunia perdagangan, mustahil mbak bila tanpa adanya persaingan dan penjual dengan harga yang lebih murah, oleh karena itu mbak, saya tidak terlalu menjual dengan harga yang tinggi dalam jualan, dan saya selalu menjaga kualitas dagangan saya. Disini sering juga mbak terjadi pendatang baru. Yang paling membuat was-was adalah ketika pendatang baru itu, menjual barang dagangan yang lebih murah mbak. Jadinya kita harus pintar dalam dunia persaingan mbak, salah satunya dengan membuat kios kita lengkap akan kebutuhan primer yaitu sandang”<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang pakaian pasar Legi Ponorogo pedagang tidak mengambil keuntungan yang terlalu tinggi, serta mereka menjaga kualitas dari barang dagangan. Selain itu, mereka khawatir dengan adanya pedagang / pendatang baru yang memiliki barang dagangan sejenis. Dengan adanya pendatang baru, pedagang merasa cemas kalau modal yang dimiliki oleh pedagang lebih besar, karena modal dapat mempengaruhi harga jual, dan modal dapat berpengaruh terhadap persaingan. Oleh karena itu, pedagang melengkapi barang

---

<sup>7</sup> Nida, Wawancara Bu Nida, Mei 2023.

<sup>8</sup> Siti, Wawancara Ibu Siti, Mei 2023.

dagangan, agar dapat bersaing dengan para pedagang / penjual baru. Para pedagang juga melakukan pinjaman guna memperbanyak modal untuk menambah barang dagangan.

c. Hemat

Dala Kekuatan tawar menawar dari pemasok dapat memberikan keuntungan atau tidak bagi pedagang. Penjual harus memiliki strategi dalam tawar menawar dan hemat guna meningkatkan omzet penjualan. Wawancara dengan Ibu Indarti, selaku penjual pakaian di Pasar Legi Ponorogo:

“Setiap berjualan pakaian seperti ini, saya harus mencari celah mbak, agar saya mendapatkan tempat / keuntungan. Celah disini bukan celah yang negative mbak, melainkan celah agar saya pandai mengatur laba. Jika saya kulakan di agen A, terkadang saya juga menawar mbak, agar nanti jika ada pembeli saya juga bisa memberi tempat untuk pembeli. Selain itu saya ada beberapa agen yang sistemnya titip mbak, jadi misal agen ini menjual kaos dengan harga Rp 10.000,00 nanti saya disuruh menjual dengan harga Rp 12.000,00 jadi dari sini saya tidak kehilangan modal mbak, dan jika barang tidak laku maka kembali ke agen. Selain itu saya tidak gegabah dalam kulakan, saya tidak mengambil banyak barang dagangan, hal itu saya lakukan karena saya selalu mengutamakan hemat”<sup>9</sup>

Selanjutnya yang diungkapkan oleh Ibu Endang selaku pedagang pakaian pasar Legi Ponorogo, sebagai berikut:

“Saya juga melakukan tawar menawar mbak, dari agen atau pemasok dimana saya mengambil barang dagangan. Walaupun sudah melakukan tawar menawar saya juga berhemat dalam kulakan, saya selalu menghindari lapar mata mbak. Hal ini guna, meningkatkan omzet penjualan saya, karena berdagang sendiri

---

<sup>9</sup> Indarti, Wawancara Ibu Indarti, Mei 2023.



tujuannya adalah mencari laba. Selain itu ada juga agen yang hanya menyuruh membayar sebagian dari barang dagangan ini mbak, nanti jika tidak habis bisa dikembalikan lagi ke agen mbak”<sup>10</sup>

Berdasarkan wawancara diatas, dengan Pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat ditarik kesimpulan, pedagang Pasar Legi Ponorogo telah melakukan tawar menawar penjual dari pemasok guna meningkatkan omzet penjualan mereka selain itu, mereka juga hanya menjualkan barang dari agen dan mendapatkan laba serta hemat dalam melakukan kulakan. Ada juga pedagang yang hanya membayar sebagian dari barang dagangan dan jika barang tidak habis dapat dikembalikan.

#### d. Kejujuran / Keadilan

Di dalam berusaha, kejujuran menjadi nilai dan priorotas utama dalam berjualan, kejujuran dalam berjualan merupakan salah satu cara berjualan yang sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Berikut hasil wawancara dari Ibu Utami, selaku penjual pakaian batik di Pasar Legi Ponorogo:

“Strategi pemasaran yang saya lakukan adalah sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW yaitu, Persaingan dalam berdagang yang saya lakukan dalam prinsip islam adalah saya selalu berkata apa adanya mbak, misal barang dagangan saya ini cacat ya saya sampaikan apa adanya mbak. Saya ikhlas mbak, apabila saya mengatakan jujur terkait barang dagangan saya yang cacat lalu kemudian, pembeli tidak mau beli saya ikhlas. Tetapi selama saya

---

<sup>10</sup> Endang, Wawancara Ibu Endang, Mei 2023.

mengatakan jujur, Alhamdulillah mbak, malah pembeli menerima barang yang cacat tadi”<sup>11</sup>

Hasil wawancara Ibu Fatimah selaku pedagang Pasar Legi Ponorogo, selaku pedagang pakaian ponorogo sebagai berikut:

“Setiap pembeli itu selalu menginginkan barang yang bagus dan sempurna mbak, jadi saya selaku penjual selalu melaporkan kondisi yang sebenarnya dari barang saya. Hal ini saya lakukan karena, jika saya diposisi pembeli dan barang saya tidak sesuai maka saya akan kecewa. Jadi kejujuran itu dalam berdagang penting”<sup>12</sup>

Dapat ditarik kesimpulan, bahwa dalam persaingan kejujuran merupakan kunci utama dalam meningkatkan persaingan secara islam. Oleh karena itu, para pedagang Pasar Legi Ponorogo, selalu berkata jujur kepada pembeli dalam menghadapi persaingan.

#### e. Kerja Keras

Kerja keras merupakan salah satu strategi yang ada dalam meningkatkan omset penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dari ibu Indarti selaku pedagang pakaian, sebagai berikut:

“Menurut saya berjualan dan berdagang dalam islam itu penting, dalam islam kita harus bersungguh-sungguh dalam mencari rezeki, prinsip saya adalah, saya harus kerja keras dalam berdagang dengan cara yang baik yaitu dengan cara yang halal, karena saya mencari berkah di dunia dan akhirat mbak.”<sup>13</sup>

Selanjutnya yang diungkapkan oleh Ibu Endang selaku pedagang pakaian pasar Legi Ponorogo, sebagai berikut:

<sup>11</sup> Utami, Wawancara Ibu Utami, Mei 2023.

<sup>12</sup> Fatimah, Wawancara Ibu Fatimah, Mei 2023.

<sup>13</sup> Indarti, Wawancara Ibu Indarti, Mei 2023.

“Saya selalu berusaha menawarkan barang dagangan saya mbak, saya pantang menyerah dan bekerja keras agar barang dagangan saya ini laku dan dapat diterima pembeli, jika saya bekerja dengan sungguh-sungguh dan pantang menyerah, maka saya yakin itu dapat menjadi strategi bersaing yang saya gunakan”<sup>14</sup>

Berdasarkan wawancara diatas, dengan Pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat ditarik kesimpulan, pedagang Pasar Legi Ponorogo selalu bekerja keras dan bersungguh-sungguh guna dapat bertahan dalam persaingan, hal ini sesuai dengan salah satu strategi bersaing dalam islam.

## 2. Strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing.

Hasil wawancara terkait strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing dengan pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo, sebagai berikut:

### a. *Cost Leadership*

Jika dalam penjualan sebuah perusahaan / penjual mampu unggul dalam produksi, serta memiliki biaya produksi yang rendah maka perusahaan dapat mempertahankan diri dalam perang harga.

Sebagaimana hasil wawancara dengan pedagang dan pembeli pakaian mengenai *Cost Leadership*. Hasil wawancara dengan Mbak

---

<sup>14</sup> Endang, Wawancara Ibu Endang, Mei 2023.

Najwa selaku penjual dan pemilik kios Pasar Legi Ponorogo, sebagai berikut:

“Di Dalam berjualan ini saya selalu menerapkan kualitas yang bagus serta memiliki harga yang terjangkau di kalangan masyarakat. Karena jika saya memiliki keunggulan dalam berbisnis, maka saya mendapatkan pelanggan mbak. Yang terpenting dalam berusaha itu adalah konsisten dalam berjualan, Insya Allah yang lain mengikuti”<sup>15</sup>

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Watik selaku pembeli pakaian di Pasar Legi Ponorogo:

“Jika saya membeli pakaian, biasanya di kios yang menurut saya harganya murah mbak, saya sering belanja pakaian di Pasar Legi Ponorogo itu selalu di kios yang sama. Karena saya sudah menjadi pelanggan mbak, harga yang ditawarkan serta barang yang dijual juga menurut saya dapat dijadikan pertimbangan dengan toko lain”<sup>16</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat ditarik kesimpulan jika suatu perusahaan / penjual dapat memberikan harga yang relatif rendah maka perusahaan / penjual dapat menarik konsumen dan mempertahankan usahanya.

#### b. Diferensiasi

Pasar Legi Ponorogo, terkhusus untuk lantai 4 adalah tempat dimana berjualan pakaian. Banyaknya penjual pakaian, membuat para pedagang pakaian memiliki barang dagangan yang hampir sama, oleh karena itu banyak dari pedagang yang memiliki ciri atau

---

<sup>15</sup> Najwa, Wawancara Mbak Najwa, Mei 2023.

<sup>16</sup> Watik, Wawancara Ibu Watik, 25 Juni 2023.

menjual pakaian yang berbeda, agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

Hasil wawancara dengan Bu Endra, selaku pedagang pakaian khusus seragam mengungkapkan sebagai berikut:

“Selama saya menjual barang dagangan saya mempunyai cara sendiri untuk menawarkan produk saya, karena saya sadar bahwa hampir semua orang menjual barang dagangan yang sama seperti saya. Selain itu saya juga memberikan promo dan diskon kepada pelanggan. Oleh karena itu, saya memiliki cara tersendiri agar barang dagangan saya dikenal pelanggan dengan cara memuat barang dagangan saya dengan memasang iklan di radio”<sup>17</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bu Ten selaku penjual pakaian batik di Pasar Legi Ponorogo:

“Untuk menarik pelanggan, agar jualan saya bisa diterima masyarakat adalah dengan cara saya membuat akun *Instagram* dan *Facebook*, hal ini saya lakukan guna menjadi sarana iklan dan promosi. Selain itu saya juga memberikan potongan harga mbak, di dalam iklan saya juga terdapat voucher belanja jika sudah memfollow akun dari *Instagram* dan *Facebook* toko kami. Hal ini saya lakukan guna batik saya ini dikenal oleh masyarakat.”<sup>18</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa para pedagang memiliki cara untuk menarik pelanggan dengan cara mengiklankan produknya serta membuat diskon atau potongan

---

<sup>17</sup> Endra, Wawancara Bu Endra, Mei 2023.

<sup>18</sup> Ten, Wawancara Bu Ten, Mei 2023.



harga. Iklan yang dilakukan menggunakan media radio dan sosial media.

c. Fokus

Selain *cost leadership* dan diferensiasi ada hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan keunggulan, yaitu fokus. Strategi fokus yang baik adalah didasarkan pada biaya yang rendah dan diferensiasi untuk memenuhi pasar tertentu. Pemenuhan lokasi yang terisolasi merupakan salah satu cara dalam strategi fokus. Seperti halnya yang dilakukan pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo, mereka melakukan strategi fokus ini dalam menghadapi keunggulan persaingan.

Hasil wawancara dari Pak Budi, salah satu penjual pakaian di Pasar Legi Ponorogo:

"Selain harga yang murah dan iklan, saya juga menerapkan sistem menjangkau konsumen yang jarak untuk belinya ke pasar susah mbak. Jadi misal, ada pembeli yang sudah lanjut usia dan mereka tidak ada akses ke pasar, hal yang saya lakukan adalah dengan cara setiap sebulan sekali saya datang ke desa mereka mbak. Kebetulan jualan saya ini ada pakaian yang biasanya digunakan orang lanjut usia, seperti jarik ini mbak"<sup>19</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Parti selaku pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo;

"Cara agar mendapatkan keunggulan dari persaingan menurut saya adalah dengan cara fokus mendengarkan pendapat dari pembeli, mendengarkan keinginan dan kebutuhan dari pembeli. Kemarin

---

<sup>19</sup> Budi, Wawancara Pak Budi, Mei 2023.

ada mbah-mbah yang sudah lanjut usia, tetapi anaknya jarang pulang. Sedangkan untuk ke pasar sendiri jauh, mbahnya pengen beli baju tapi sulit untuk ke pasar. Mbahnya minta tiap 3 bulan atau 4 bulan sekali, saya disuruh ke rumah agar dapat memenuhi keinginan dari mbahnya. Ya akhirnya saya turuti mbak, dengan pelayanan yang saya lakukan, saya yakin hal itu menjadi keunggulan dalam bersaing"<sup>20</sup>

Dari pemaparan data diatas, dapat disimpulkan bahwa fokus merupakan bagian dari strategi keunggulan dalam bersaing. Karena pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah-wilayah tertentu. Selain itu mendengarkan saran dan pendapat dari seorang konsumen dapat menjadikan keunggulan dari persaingan.



---

<sup>20</sup> Parti, Wawancara Ibu Parti, Mei 2023.

**BAB IV**

**STRATEGI BERSAING PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR LEGI  
PONOROGO DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN  
MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

A. Strategi Bersaing Dalam Islam yang Dilakukan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menurut Perspektif Islam

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang inisiator kepada pelanggannya. Menurut ajaran Islam, kegiatan pemasar harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin kesejahteraan bersama. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.<sup>72</sup>

Didalam hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, pedagang Pasar Legi Ponorogo, guna meningkatkan persaingan dalam islam diantaranya:

1. Konsep Ihsan

Persaingan yang dilakukan Pedagang Pasar Legi Ponorogo berpengaruh terhadap profitabilitas. Pedagang Pasar Legi Ponorogo telah

---

<sup>72</sup> Tati Hartati, Imam Sucipto, dan Bambang Sutrisno, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vegetablesal-Muhajirin Farm," *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* Volume 3, Nomor 1 (2023).

menetapkan harga dan selisih harga jual dari tiap-tiap kios, agar dapat bersaing dengan pedagang sekitar. Guna mendapatkan pelanggan dalam persaingan, maka pedagang pasar melakukan persaingan dengan cara bersungguh-sungguh dalam melayani seorang pedagang dan serta menerima masukan serta komplain dari pelanggan. Dengan membangun relasi atau komunikasi yang baik agar barang dagangan bisa diterima oleh masyarakat atau konsumen.

## 2. Itqan

Itqan artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Di Dalam berdagang, pedagang pasar Legi Ponorogo tidak mengambil keuntungan yang terlalu besar, dan selalu menjaga kualitas dari produk yang ditawarkan atau yang dijual, selain guna sesuai yang dianjurkan Nabi Muhammad SAW dalam berdagang.

## 3. Hemat

Dalam mengatur keuangan, pedagang pasar Legi Ponorogo pandai dalam memanajemen pendapatan serta membaca situasi atau peluang di pasar, agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Hal ini digunakan agar pendapatan pedagang dapat termanajemen.

## 4. Kejujuran dan Keadilan

Strategi yang digunakan dalam bersaing guna meraih kejujuran dan keadilan dalam bersaing pasar Legi Ponorogo adalah berkata jujur terkait barang dagangan yang rusak / cacat.

## 5. Kerja Keras

Dalam berdagang pedagang pasar Legi Ponorogo memiliki sifat tekun Serta tidak menyerah dalam mencari rezeki yang halal. Dibuktikan dengan tidak menyerah dalam berjualan dan tetap bersaing secara positif sesuai syariat.

Pedagang Pasar Legi Ponorogo, menerapkan atau sudah sesuai dengan sifat Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis, yaitu dengan menerapkan. Seperti berkata jujur terkait barang dagangan yang rusak / cacat. Dalam hal ini pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo menjaga kualitas barang dagangannya. Hal ini diterapkan oleh para pedagang dengan tidak mengambil keuntungan terlalu besar, agar tidak mencekik para konsumen. Selain itu yang diterapkan para pedagang adalah dengan membangun relasi atau komunikasi yang baik agar barang dagangan bisa diterima oleh masyarakat atau konsumen. Pedagang juga pandai dalam manajemen pendapatan serta membaca situasi atau peluang di pasar, agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

### B. Strategi yang Digunakan Pedagang Pakaian di Pasar Legi Ponorogo Untuk Memperoleh Keunggulan Dalam Kegiatan Bersaing.

Setiap strategi bisnis membantu perusahaan untuk membangun dan memanfaatkan keunggulan kompetitif tertentu dalam lingkup persaingan tertentu. Bagaimana perusahaan mengintegrasikan aktivitas yang mereka



lakukan di dalam setiap strategi tingkat bisnis yang berbeda menunjukkan bagaimana perbedaannya satu sama lain. Efektivitas strategi tingkat bisnis bergantung pada peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan dan pada kekuatan dan kelemahan yang berasal dari portofolio sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memilih strategi tingkat bisnis yang didasarkan pada kecocokan antara peluang dan ancaman di lingkungan eksternal dan kekuatan organisasi internalnya sebagaimana ditunjukkan oleh kompetensi intinya. Setelah perusahaan memilih strateginya, perusahaan harus secara konsisten menekankan tindakan yang diperlukan agar dapat berhasil.<sup>73</sup>

Dimensi dari jenis tingkat strategi guna meningkatkan keunggulan yang dilakukan oleh pedagang Pasar Legi Ponorogo, diantaranya:

#### 1. *Cost Leadership*

Cost Leadership atau strategi kepemimpinan biaya adalah seperangkat tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang dapat diterima oleh pelanggan dengan yang paling rendah jika dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi kepemimpinan biaya biasanya menjual barang atau jasa standar ke pelanggan industri yang paling khas. Inovasi proses, yang merupakan metode dan teknik produksi dan distribusi yang baru dirancang yang memungkinkan perusahaan beroperasi lebih efisien,

---

<sup>73</sup> Linda Maryani dan Harmon Chaniago, "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi POLBAN* Vol 5 No 1 (t.t.).

sangat penting untuk keberhasilan penggunaan strategi kepemimpinan biaya.<sup>74</sup>

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pedagang Pasar Legi Ponorogo menunjukkan bahwa pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo dapat berinovasi dengan memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen agar dapat menarik minat beli konsumen. Dapat ditarik kesimpulan jika suatu perusahaan / penjual dapat memberikan harga yang relatif rendah maka perusahaan / penjual dapat menarik konsumen dan mempertahankan usahanya.

## 2. Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa (dengan biaya yang dapat diterima) yang menurut pelanggan berbeda dengan cara yang penting bagi mereka. Sementara pemimpin biaya melayani pelanggan biasa di sebuah industri, pembeda menargetkan pelanggan yang nilainya diciptakan oleh cara produk perusahaan berbeda dari produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh pesaing. Inovasi produk, yaitu menghasilkan cara baru untuk memecahkan masalah pelanggan melalui pengembangan produk atau layanan baru yang menguntungkan pelanggan.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Ibid.

<sup>75</sup> Ibid.

Di Dalam meningkatkan keunggulan dalam bersaing yang dilakukan oleh pedagang Pasar Legi Ponorogo adalah dengan cara menarik konsumen dengan cara yang cukup kreatif yaitu dengan cara membuat layanan melalui iklan serta membuat diskon atau potongan harga, dengan cara ini produk yang dijual oleh pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo lebih dikenal oleh pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa untuk menarik pelanggan dengan cara mengiklankan produk dan membuat diskon atau potongan harga dapat menjadi cara dalam meningkatkan keunggulan dalam bersaing.

### 3. Fokus

Strategi fokus adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa yang melayani kebutuhan segmen persaingan tertentu. Dengan demikian, perusahaan menggunakan strategi fokus saat mereka memanfaatkan kompetensi inti mereka untuk melayani kebutuhan segmen industri tertentu atau ceruk dengan mengesampingkan orang lain.<sup>76</sup>

Dalam meningkatkan keunggulan yang dilakukan oleh pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo adalah menggunakan strategi fokus. Hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait strategi fokus merupakan bagian dari strategi keunggulan dalam bersaing. Pedagang pakaian Pasar Legi Ponorogo, dalam strategi berjualan mereka dapat

---

<sup>76</sup> Ibid.

menjangkau konsumen lansia yang terkendala oleh akses menuju pasar. Dapat disimpulkan, strategi yang dilakukan guna meningkatkan keunggulan sesuai dengan strategi fokus, karena pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah-wilayah tertentu. Selain itu mendengarkan saran dan pendapat dari seorang konsumen dapat menjadikan keunggulan dari persaingan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan:

1. Strategi bersaing dalam islam yang dilakukan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo dalam meningkatkan omset penjualan adalah bersungguh-sungguh, hemat, kerja keras, teliti dan jujur dalam menunjukkan barang dagangannya, membangun relasi yang bagus antara penjual dan pedagang.
2. Strategi yang digunakan pedagang pakaian di Pasar Legi Ponorogo untuk memperoleh keunggulan dalam kegiatan bersaing memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen agar dapat menarik minat beli konsumen, menarik pelanggan dengan cara mengiklankan produk dan membuat diskon atau potongan harga dapat menjadi cara dalam meningkatkan keunggulan, pedagang Pasar Legi Ponorogo dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah-wilayah tertentu. Selain itu mendengarkan saran dan pendapat dari seorang konsumen dapat menjadikan keunggulan dari persaingan.



## B. Saran

1. Strategi bersaing dalam islam yang digunakan guna meningkatkan omzet penjualan di Pasar Legi Ponorogo sudah baik, tetapi harus tetap memiliki pemahaman yang baik terkait dengan persaingan dan paham kebutuhan yang diinginkan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan di era modern ini. Memberikan penjelasan yang baik dengan cara mudah memenangkan negosiasi ketika menghadapi pelanggan yang menawar dengan harga yang terlalu rendah.
2. Kepada pedagang Pasar Legi Ponorogo, harus memahami terkait branding dan memperhatikan pesaing antar industri yang di luar atau di sekitar pasar agar tau kekurangan yang kita miliki, jangan menurunkan kualitas agar dapat meningkatkan keunggulan serta fokus terhadap target jual.
3. Kepada pedagang Pasar Legi Ponorogo untuk lebih memahami terkait strategi bersaing dalam islam, jika seorang pedagang lebih memahami strategi bersaing dalam islam maka seorang pedagang akan mengerti berbisnis yang baik dan benar sesuai syariat islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta, 201M.
- “Al-Qur’an 03:29.”
- Amin. Wawancara, Januari 2023.
- Amir, Taufiq. *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Wakli Pers, 2011.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Bangun, Fransiska Br. “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Usaha Warung Wajik Peceren H. Ngadimin).” Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan, dengan judul, 2021.
- Budi. Wawancara Pak Budi, Mei 2023.
- E. Porter, Michael. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*, (Jakarta: Erlangga 2000)
- Endang. Wawancara Ibu Endang, Mei 2023.
- Endra. Wawancara Bu Endra, Mei 2023.
- Erna. “Strategi Persaingan Bisnis Café Di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam).” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018.
- Fahrulliansyah, Said. “Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022.
- Fatimah. Wawancara Ibu Fatimah, Mei 2023.
- Febriyanti, Nia. “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Kerupuk “Pade Mauq.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.

- Hafidh, Barry Al. “Implementasi Pelayanan Manasik Calon Jama’ah Haji Di KBIHU Heraman Kota Pekanbaru.” Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.
- Hafidhuddin, Didin. *Manajemen Syariah*. Jakarta: Gema Insani Press, 2011.
- Hartati, Tati, Imam Sucipto, dan Bambang Sutrisno. “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vegetablesal-Muhajirin Farm.” *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* Volume 3, Nomor 1 (2023).
- Hayati, Annisa Ikfi. “Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2022.
- Huberman, A. Michael, dan Mathew B. Miles. *Analisis Data Kualitatif, Terjemah oleh Tjejep Rohendi*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1992.
- Ibu Indun. Wawancara Ibu Indun, Mei 2023.
- II, John A Pearce, dan dkk. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 12. buku 1. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Indarti. Wawancara Ibu Indarti, Mei 2023.
- Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomi Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007.
- . *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0*. Yogyakarta: ANDI, 2020.
- Lia. Wawancara Bu Lia, Mei 2023.
- Listanto, Eka Virgiawan, Fitriana Dewi Oktaviani Silaen, dan Yasin. “Analisis Struktur Kekuatan Persaingan dan Cluster Industri” Vol 1, No 3 (2023).

- Maryani, Linda, dan Harmon Chaniago. "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi POLBAN* Vol 5 No 1 (t.t.).
- Maskonati. Wawancara Ibu Maskonati, Mei 2023.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Mufadhol, Mahrus Ali. "Analisis Strategi Persaingan Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di Toko Mainan Nafa Toys Ponorogo." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Musyawah, Irdha Yanti, dan Desi Idayanti. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju." *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* Vol 1, No 1 (2022).
- Najwa. Wawancara Mbak Najwa, Mei 2023.
- Nida. Wawancara Bu Nida, Mei 2023.
- Parti. Wawancara Ibu Parti, Mei 2023.
- Prastowo. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Pusat Pengkajian dan Pengebangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 2008.
- "QS Al-Anbiya: 107,"
- "QS. Al-Jumuah:9,"
- "QS AlMutaffifin: 1-3,"
- Rahma, Mevianti Nur, dan Amin Wahyudi. "Strategi Pedagang Pasar Tradisional Senin Barokah Abadi Kecamatan Dolopo Dalam Mempertahankan

Eksistensinya Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* Vol 3 No I (2022).

Fatimah. Wawancara Ibu Fatimah, Mei 2023.

Ibu Indun. Wawancara Ibu Indun, Mei 2023.

Maskonati. Wawancara Ibu Maskonati, Mei 2023.

Rahma, Nurlaili Ngizatur, dan Husna Ni'matu Ulya. “Inovasi Pengolahan Daun Bawang Merah Di Desa Serangan Sukorejo Ponorogo.” *Prodimas* Vol 1 (2021).

Rahmawati, Devi. “Strategi Bersaing Pada Perusahaan Distribusi Pt.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif.” Skripsi, Universitas Semarang, 2019.

Ramadhan, Muhammad. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.

Rinova, Dora. “Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Rice Bowl By Makan.Yuk Bandar Lampung.” Skripsi, Universitas Sang Bumi Ruwa, 2021.

Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Rohmawati, Musfikoh Ifna Khoiru. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Konveksi Mukena Bordir Tulingagung Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2022.

Rokim, Abdul. Wawancara Bapak Abdul, Mei 2023.

Sabil, Siti Amelia. “Analisis Strategi Bersaing Pada Citra Kendedes Cake And Bakery Di Malang Raya.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2019.

Sanjaya, Rendy Septi. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020.



- Saputra, Dani. "Sejarah Bergantinya Nama Pasar Induk Ponorogo dari Pasar Mernung hingga Pasar Legi," 27 Februari 2021. <https://trenggalekpedia.pikiran-rakyat.com/jawa-timur/pr-1651507769/sejarah-bergantinya-nama-pasar-induk-ponorogo-dari-pasar-mernung-hingga-pasar-legi?page=3>.
- Saputra, Fauzia Novit. "Analisis Strategi Bersaing Pada CV.Virgo Furniture di Sukoharjo, Solo." Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.
- Semuabis. "Songgolangit Traditional Market," 2019. [https://www.semuabis.com/songgolangit-traditional-market\\_12-0352-481664](https://www.semuabis.com/songgolangit-traditional-market_12-0352-481664).
- Sholihah, Anis. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeper Wonosobo." Skripsi, Universitas Islam Neeri Walisongo, Semarang, 2019.
- Sholihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012.
- Siti. Wawancara Ibu Siti, Mei 2023.
- Subadi, Tjipto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Muhammadiyah University Press, 2006.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Supriyanto. Wawancara Bapak Supriyanto, Mei 2023.
- Susilo, Anang Wisnu. Wawancara dengan Pengelola Pasar Legi, Mei 2023.
- Takdir. "Analisis Strategi Bersaing Konveksi Winzap Menurut Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2020.
- Ten. Wawancara Bu Ten, Mei 2023.

Tutik, Titik Triwulan dan Idri. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Cet ke 1. Jakarta: Indonesia, 2008.

Ulya, Husna Ni'matu. *Ekonomi Makro Islam*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2021.

Utami. Wawancara Ibu Utami, Mei 2023.

Watik. Wawancara Ibu Watik, 25 Juni 2023.

Yusuf, Muri. *Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017.

Zulkarnain. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Adicita, 2009.

