

Strategi Marketing Penjualan Buah dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Pasar Palerenan)

Mansur

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang
Email: mansurvegas41@gmail.com

Sofiajen

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Walisongo Sampang
Email: sofiajen65@gmail.com

Abstract

An effective marketing strategy is an important factor in the success of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), especially in optimizing existing market potential. This study aims to analyze the implementation of marketing strategies in (MSMEs) that are oriented towards sharia economics. Using a qualitative approach, this study collected data through interviews and observations of (MSMEs) that implement sharia economic principles in their business operations. The results of the study indicate that marketing strategies that prioritize sharia values, such as honesty, transparency, and sustainability, can provide a positive contribution to the development of (MSMEs). This study concludes that the implementation of sharia-based marketing strategies can be an effective alternative to increase the competitiveness and performance of (MSMEs) in local and global markets.

Keywords: *Marketing strategy, MSMEs, Sharia economics*

Abstrak

Strategi marketing yang efektif merupakan faktor penting dalam keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama dalam mengoptimalkan potensi situasi pasar yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi marketing pada UMKM di Pasar Palerenan Kabupaten Sampang yang berorientasi pada ekonomi syariah. Dengan menggunakan

pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap UMKM yang mengimplementasikan prinsip ekonomi syariah dalam operasional bisnisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing yang mengedepankan nilai-nilai syariah, seperti kejujuran, transparansi, dan keberlanjutan, dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi marketing berbasis ekonomi syariah dapat menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM di pasar lokal maupun global.

Kata Kunci: Strategi Marketing, UMKM, Ekonomi Syariah

Pendahuluan

Pasar Palerenan merupakan Pasar tradisional yang memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal terutama di daerah Palerenan Kabupaten Sampang. Meskipun begitu, pasar tradisional sering kali mengalami kesulitan dalam mengembangkan sistem pemasaran yang efektif, salah satunya karena ketidakmampuan dalam menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam transaksi jual beli. Ekonomi syariah mengajarkan transaksi yang adil, bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir, serta mendukung keberlanjutan dan kesejahteraan bagi semua pihak.

Ekonomi syariah menekankan pada etika dalam berbisnis, termasuk dalam pemasaran. Dalam strategi marketing penjualan buah, penerapan prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Misalnya, transparansi dalam informasi produk, kepatuhan terhadap halal, serta praktik perdagangan yang adil dapat

menarik perhatian konsumen yang mencari produk tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Agama. Selain itu, konsep keberlanjutan dalam ekonomi syariah mendorong penggunaan metode pertanian yang ramah lingkungan dan adil bagi petani. Hal ini tidak hanya berdampak positif pada lingkungan, tetapi juga menciptakan citra positif bagi perusahaan dimata konsumen.

Dengan demikian, pengembangan strategi marketing penjualan buah yang ada di Pasar Palerenan yang berlandaskan ekonomi syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan. Ini membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran, sekaligus memenuhi permintaan pasar yang semakin cerdas dan kritis. Dengan adanya tujuan penelitian ini melatarbelakangi untuk mengetahui strategi marketing seperti apa yg diterapkan oleh penjual buah di pasar Palerenan, yang nantinya terdapat evaluasi terhadap pemasaran yang kurang baik yang dipandang oleh ekonomi syariah. Sehingga pasar dan pemasaran buah di Palerenan sesuai dengan prinsip syariah.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial atau

perilaku manusia dengan menggali makna, pandangan, dan pengalaman secara mendalam. Fokus utama dalam metode ini adalah deskripsi dan interpretasi data yang bersifat non-statistik. Penelitian kualitatif ini memakai jenis pendekatan Studi Kasus dimana hanya fokus pada satu titik penelitian saja, dan sering digunakan untuk meneliti topik yang kompleks dan dinamis, serta mencari pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Pendekatan ini, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini dilakukan wawancara secara mendalam dengan pedagang buah di Pasar Palerenan, serta observasi langsung di lokasi pasar Palerenan tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik dimana untuk menggali tentang strategi marketing yang terjadi dilapangan serta bagaimana prinsip ekonomi syariah yang diterapkan dalam praktek bisnis di pasar Palerenan.¹

Pembahasan

Kondisi Pedagang Buah Pasar Palerenan

Tabel a.1
Beberapa Pemilik Toko Buah Dipasar Palerenan

Nama	Usia	Lama usaha	Agama
------	------	---------------	-------

¹ Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

A	46	25 tahun	Islam
B	30	20 tahun	Islam
C	57	37 tahun	Islam
D	27	5 tahun	Islam

Pasar Palerenan merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam produk, termasuk buah-buahan segar. Pasar ini memiliki sejumlah pedagang yang kebanyakan adalah pedagang kecil. Mereka mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti tawar-menawar, untuk menarik konsumen.

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Palerenan belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam strategi pemasaran mereka. Namun, beberapa pedagang mulai menerapkan prinsip keadilan harga dan kualitas produk yang lebih baik. Beberapa strategi yang ditemukan adalah:

- **Harga yang adil:** Pedagang mencoba untuk menetapkan harga yang wajar berdasarkan harga pasar dan kualitas produk, meskipun masih sering terjadi fluktuasi harga karena faktor cuaca dan ketersediaan pasokan.
- **Komunikasi yang jujur:** Pedagang banyak yang mulai menjelaskan kepada konsumen mengenai asal-usul buah dan

cara perawatannya, untuk memberikan rasa aman dan transparansi dalam transaksi.

- **Promosi lewat hubungan personal:** Pedagang cenderung membangun hubungan baik dengan konsumen tetap dan memberikan diskon atau bonus untuk konsumen yang membeli dalam jumlah besar.

Pengakuan dan Penilaian Masyarakat Penerapan Strategi Marketing Pedagang Buah di Pasar Palerenan

Pengakuan dan penilaian masyarakat terhadap penerapan strategi marketing perspektif ekonomi syariah pada pedagang buah di Pasar Palerenan menunjukkan adanya respons positif terkait prinsip-prinsip yang diterapkan, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam transaksi. Masyarakat mengapresiasi keberadaan strategi pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai syariah, seperti tidak adanya praktik riba, penipuan, atau spekulasi yang merugikan konsumen. Selain itu, pedagang yang menerapkan strategi ini cenderung mendapatkan kepercayaan lebih dari pelanggan, yang merasa nyaman berbelanja karena harga yang wajar dan transaksi yang tidak merugikan kedua belah pihak. Namun, terdapat juga beberapa tantangan terkait pemahaman masyarakat yang masih terbatas tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah, serta kebutuhan akan sosialisasi lebih lanjut agar penerapan strategi ini dapat berjalan lebih maksimal di kalangan pedagang dan konsumen.

KESIMPULAN

Strategi marketing yang berbasis pada ekonomi syariah dapat memberikan dampak positif bagi pedagang buah di Pasar Palerenan, terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan pasar yang lebih adil. Beberapa langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan penerapan ekonomi syariah di Pasar Palerenan ini antara lain:

1. Edukasi kepada pedagang tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pemasaran.
2. Meningkatkan transparansi harga dan kualitas produk yang sesuai dengan prinsip keadilan.
3. Mendorong penerapan CSR yang menguntungkan masyarakat sekitar.
4. Membangun sistem pemasaran berbasis hubungan yang lebih kuat dengan konsumen.

Dengan demikian, penerapan ekonomi syariah dalam strategi marketing di Pasar Palerenan dapat menciptakan sebuah pasar yang lebih berkelanjutan dan adil bagi semua pihak sektor yang terlibat didalamnya.

Daftar Pustaka

Al-Qur'an dan Hadis sebagai referensi utama terkait prinsip-prinsip ekonomi syariah.
Buku "Ekonomi Syariah: Teori dan Praktek" oleh M. Umer Chapra.
Chapra, M. Umer. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Islamic Foundation, 2008.

Strategi Marketing Penjualan Buah dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Jurnal dan artikel terkait strategi pemasaran dan ekonomi syariah dalam bisnis tradisional.

(Kementerian Koperasi dan UKM, 2020; Tambunan, T. T. H., 2008).

M. Umer Chapra dalam bukunya "Towards a Just Monetary System" (1985)

McCarthy, J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Irwin.

Muhammad Nejatullah Siddiqi dalam karya-karyanya seperti "Islamic Banking and Finance: Theory and Practice" (2004)