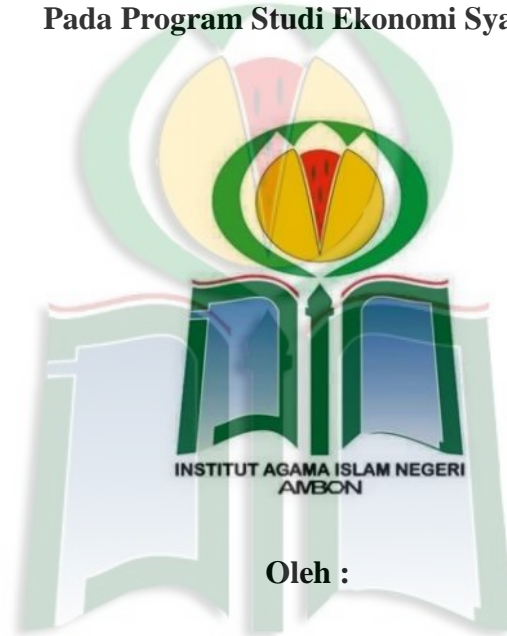


**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PEDAGANG CABAI DI PASAR  
MARDIKA ( Dalam Perspektif Ekonomi Islam )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah**



**Oleh :**

**NURMI**

**190105025**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**

**2023**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika Dalam Perspektif Ekonomi Islam**" yang disusun oleh saudari Nurmi, NIM 190105025 Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqsyah yang diselenggarakan pada tanggal 12 Juni 2023 dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana **Ekonomi Syariah (SE)** di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya

Ambon, 12 Juni 2023  
23 Dzulqa'dah 1444 H.

### DEWAN MUNAQSYAH

Ketua Sidang	: Fitria Karnudu, M.M.	(.....)
Sekretaris	: Muammar W. Maruapey, M.M.	(.....)
Penguji I	: Rosna Kurnia, M.Ak.	(.....)
Penguji II	: Fadli Fendi Malawat, M.S.A.	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Eka Dahlan Uar, M.Si.	(.....)
Pembimbing II	: M. Rifai Muhrim, M.Si.	(.....)

Diketahui Oleh :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Ambon



Dr. Husin Wattimena, M.Si  
NIP. 196811271999031001

## PERNYATAAN KEASLIAN SIKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurmi

Nim : 190105025

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika  
(dalam perspektif ekonomi islam)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat. Jika dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Ambon, 2023

Penyusun



**NIM. 190105025**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

Nama : Nurmi

Nim : 190105025

Progran Studi : Ekonomi Syariah

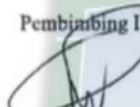
Judul Skripsi : Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika Kota  
Ambon dalam Perspektif Ekonomi Islam

Hasil penelitian ini telah sesuai dengan substansi dan kelayakan ilmiah dan disetujui pembimbing untuk diajukan kepada Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon untuk di ujiankan dalam sidang Munaqasyah.

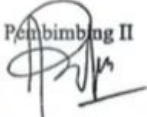
Ambon, 12 Juni 2023

Mengetahui,

Pembimbing I

  
Dr. Eka Dalfian Uar, M. Si  
NIP : 196503071999032001

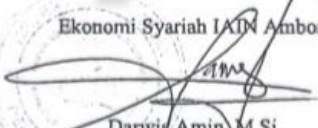
Pembimbing II

  
M. Rifai Muhrim, M. Si  
NIDN : 1220116502

Menyetujui,

Ketua Progran Studi

Ekonomi Syariah IAIN Ambon

  
Darwis Amin, M.Si  
NIP : 197308162003121006

## ABSTRAK

Nurmi. 190105025. Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai Di Pasar Mardika (Dalam Perspektif Ekonomi Islam).

Penelitian bertujuan untuk : 1) mengetahui strategi penjualan pedagang cabai yang ada dipasar mardika. 2) untuk mengetahui pedagang ekonomi islam tentang strategi penjualan pedagang cabai dipasar mardika.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 informan yang terdiri dari 8 orang pedagang cabai dan 2 orang pembeli. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif yaitu pengumpulan data berupa kata-kata dan gambaran. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Mardika Ambon selama 1 bulan.

Berdasarkan hasil penelitian, Strategi penjualan pedagang cabai yaitu menempatkan jualannya di tempat yang mudah dilihat oleh pembeli, menatanya dengan rapi, memanggil pembeli serta menjual perkilo dan enceran. Strategi penjualan tersebut sangat membantu para pedagang dalam proses penjualan. Namun masih ada beberapa pedagang dalam menjual cabai belum terbuka soal kualitas barang yang dijualnya dan saat menakar timbangan tidak di perlihatkan kepada pembeli.

**Kata Kunci:** *Pedagang, Strategi Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam.*

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan suatu urusan), teruslah bekerja keras (untuk urusan yang lain)

(QS. Al-Insyirah : 6-7)

Jangan kalah pada rasa takutmu

Hanya ada satu hal yang membuat mimpi tidak mungkin diraih

Perasaan takut gagal

-Poulo Coelho, "The Alkemis"-

### PERSEMBAHAN

Sikripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ayahanda Bapak La Doe dan Ibunda Wa Tini beserta keluarga tercinta, terimakasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, nasehat, dan doanya yang tidak pernah berhenti.
2. Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon, Almamater tercinta sebagai darma baktiku.

## KATA PENGANTAR



Ungkapan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga memudahkan penulis dalam melaksanakan penyusunan karya tulis ilmiah pada tingkat strata 1 (satu), di lembaga pendidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon.

Shalawat serta salam tak lupa pula disampaikan kepada baginda Nabi besar kita, Muhammad Rasulullah SAW, para sahabat, dan pengikutnya serta keluarganya, yang turut bersama menyiarkan *dinullah* di bumi Allah, semoga kita adalah pengikut yang setia dalam merealisasikan ilmunya di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda La Doe dan Ibunda Wa Tini yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan

menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zainal A. Rahawarin, M.Si, selaku Rektor IAIN Ambon. Bapak Dr. Adam Latuconsina M. Si selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Ismail Tuanany, M.M selaku Wakil Rektor II Bidang Adminitrasi Umum. dan Bapak Dr. M. Faqih Seknun, M.Pd selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kontribusi besar dalam pengembangan kampus IAIN Ambon;
2. Bapak Dr. Husin Wattimena, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Bapak Dr. Rajab, M.Ag selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga. Bapak Hasan, M.Ag selaku Wakil Dekan II Bidang Perencanaan dan Keuangan;
3. Bapak Darwis Amin, SE., M.Si, selaku, Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Sekretaris Program Studi, Ibu Nahriah Latuconsina, M.Esy;
4. Dr. Eka Dahlan Uar M. Si., selaku Pembimbing I, dan M. Rifai Muhrim M. Si., Selaku Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam penulisan ilmiah ini;
5. Rosna Kurnia, M.Ak., selaku Penguji I, dan Fadli Fendi Malawat, M. S.A., Selaku Penguji II, yang telah bersedia melakukan pengujian secara ilmiah atas karya tulis ini;

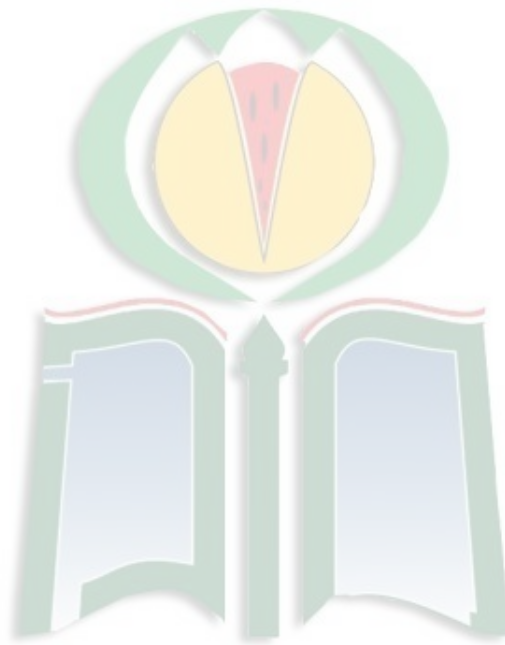


6. Kepala Perpustakaan IAIN Ambon yang telah memberikan izin serta pelayanannya selama penelitian dan kuliah di IAIN Ambon;
7. Kepada seluruh keluarga tersayang, kaka Yanti, Abang Ene, adik Rahmawati, adik, Nurdin, adik Nur Alam, adik Siti, adik Ahmad, adik Azmi dan seluruh keluarga yang turut berkontribusi dalam penyusunan karya ilmiah ini.
8. Kepada abang Anwar, kakak Ato, kakak Sarjun dan teman yang sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri yaitu, Sukinam, Lilis Buton, Fatmawati Tatroman, Wanda, Wa Ode Darina, Nura dan Rahim yang selama ini selalu memberikan dukungan dan doa kalian kepada saya. semoga Allah SWT selalu memberikan kalian Rahmat-NYA yang berlimpah;
9. Semua pihak yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu per satu beserta teman - teman yang selalu bersama - sama saya selama proses perkuliahan, baik teman-teman se-kelas Ekonomi Syariah angkatan 2019 terkhusus kelas A dan teman-teman se-kampus dari berbagai jurusan yang telah berpartisipasi memberikan masukan, pikiran serta berbagai hal ihwal hingga selesainya penulisan Skripsi ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian;

Terlepas dari segala uraian di atas sebagai pengantar tulisan ini, serta berbagai hal yang menjadi acuan penyusunan hasil penelitian ini, maka kesalahpahaman pengertian dan kurang lengkapnya referensi terhadap konsep keilmuan, dan teorinya adalah hal yang lumrah, dalam perspektif kemampuan manusia, olehnya itu kehadiran hasil penelitian ini juga, merupakan tolak ukur dan kemampuan dalam

menganalisa suatu masalah, sehingga kiranya kelengkapan dari kekurangan laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan perbaikan pada kesempatan berikutnya.

Mengakhiri pengantar tulisan ini sekali lagi atas kooperatif dan pengertiannya saya ucapkan terima kasih yang mendalam.



Ambon, 20 juni 2023

Penyusun

A handwritten signature in black ink is placed on a light blue rectangular background. The signature is cursive and appears to read 'Nurmi'.

**NURMI**

**NIM.190105025**

## DAFTAR ISI

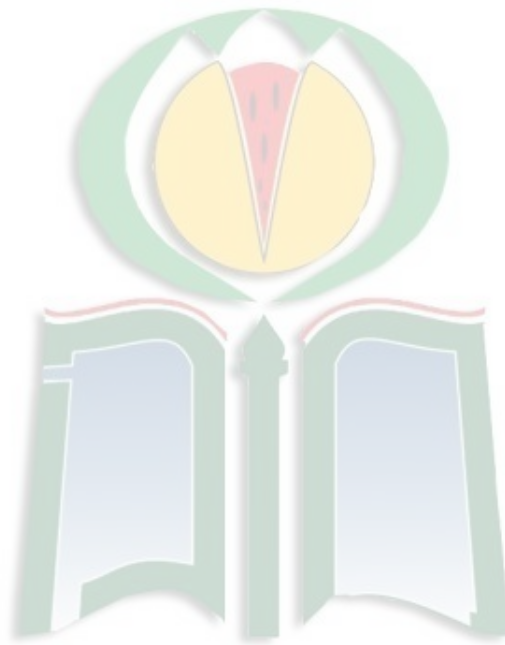
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SIKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SIKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
E. Defenisi Operasional.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Strategi .....	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Jenis-jenis Strategi.....	11
B. Penjualan .....	14
1. Pengertian Penjualan .....	14
2. Jenis-jenis Penjualan .....	15
3. Tujuan Penjualan.....	16

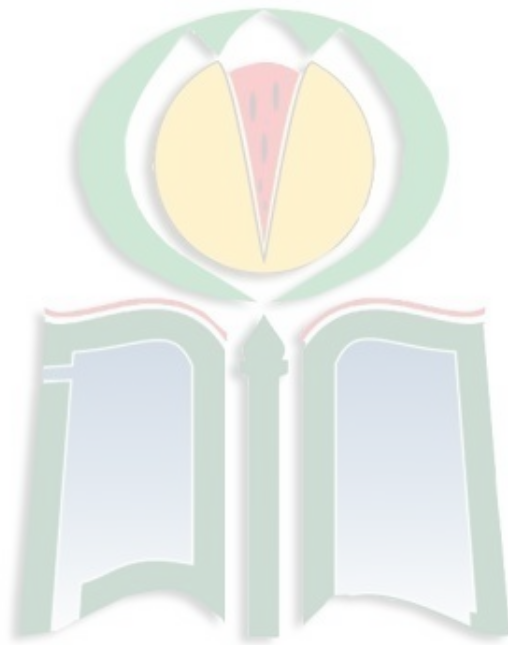
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan .....	17
5. Harga .....	21
6. Promosi .....	22
C. Strategi Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	23
D. Pedagang .....	32
1. Pengertian Pedagang .....	32
2. Pedagang Dalam Ekonomi Islam .....	33
E. Penelitian Terdahulu .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Lokasi dan Waktu .....	40
C. Informan .....	40
D. Sumber Data .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Teknik Analisis .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	44
1. Deskripsi Singkat Pasar Mardika Ambon .....	44
2. Letak Geografis Pasar Mardika .....	45
3. Struktur Organisasi Pasar Mardika Ambon .....	46
4. Profil Informan .....	47
B. Strategi Penjualan Cabai .....	48
1. Teori Strategi .....	48
2. Teori Harga .....	54
3. Teori Promosi .....	60
4. Faktor Penghambat Apa Yang Mempengaruhi Penjualan Cabai .....	62

5. Apakah Strategi Penjualan Cabai di Pasar Mardika Sudah Jujur dan Adil.....	66
6. Apakah Pedagang Cabai Melayani Pembeli dengan Baik dan Ramah .....	67
C. Analisis Berdasarkan Teori dan Strategi yang dilakukan oleh Pedagang Cabai di Pasar Mardika.....	68
D. Strategi Penjualan Cabai dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	72
1. Strategi Penjualan pada Masa Nabi Muhammad SAW .....	72
2. Strategi Penjualan Cabai di Pasar Mardika.....	76
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Profil Pedagang .....	45
Table 2. Profil Pembeli .....	46





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Negara Indonesia ialah salah satu negara yang tidak membatasi masyarakatnya dalam hal berdagang setiap orang atau kelompok diberikan hak dalam mengembangkan usahanya masing-masing dalam sektor manapun. Dalam setiap menjalankan usaha berdagang tentunya tidak terlepas dari yang namanya persaingan yang tidak bisa dicegah perkembangannya dalam dunia perdagangan sehingga setiap pedagang harus bisa bersaing dengan pedagang lainnya.

Di setiap daerah dalam memenuhi kebutuhannya memiliki peran tersendiri salah satunya di daerah Maluku, Kota Ambon sebagian masyarakat memenuhi kebutuhannya dengan cara berdagang yaitu berdagang cabai sebagai pendapatan atau pemasukan mereka. Cabai merupakan bahan pokok dalam setiap olahan makanan dan tanaman ini banyak dibudidayakan oleh para petani dalam kapasitas yang sangat banyak dan terdapat diseluruh wilayah Indonesia.

Cabai merupakan buah yang tergolong dalam kelompok sayuran yang dipasarkan dengan harga terjangkau dan jumlah yang relatif banyak jenis buah ini banyak dipasarkan oleh para pedagang yang ada dipasar Mardika Kota Ambon.



Pedagang dalam memasarkan dagangannya memerlukan strategi penjualan. Penjualan yaitu aktivitas yang dikerjakan pedagang dalam menjual barang maupun jasa dengan tujuan menghasilkan keuntungan pada transaksi tersebut, dan penjual juga diartikan sebagai perpindahan kepemilikan barang maupun jasa dari pedagang kepada pelanggan. Penjualan adalah pendapatan biasa untuk bisnis dan mewakili jumlah total yang ditagih kepada pelanggan untuk barang dan jasa.<sup>1</sup> Dengan adanya strategi penjualan akan membantu meningkatkan pendapatan para pedagang.

Dalam menjalankan usaha berdagang pedagang tentunya memiliki strategi yang berbeda-beda untuk menarik perhatian para konsumen agar mereka tertarik dan mau membeli dagangan yang mereka jual oleh karena itu strategi penjualan sangat dibutuhkan para pedagang dalam menjalankan usahanya.

Kota Ambon merupakan ibu kota Provinsi Maluku yang kini semakin berkembang, di karenakan pertumbuhan penduduk pada kota Ambon semakin hari semakin meningkat, sehingga aktivitas masyarakatnya juga meningkat dalam berbagai sektor yaitu Pertumbuhan sektor politik, ekonomi, sosial budaya juga pertahanan keamanan yang dapat di rasakan. Pertumbuhan sektor-

---

<sup>1</sup>Wulandari, Siska Aprilia, “*Syistem Informasi Penjualan Produk Barbasis WEB Pada Chanel Distro Pringsewu*”, Jurnal Tamvol. 27 ( april 2023) h. 43

sektor tersebut semakin berkembang, sebagai akibatnya secara langsung pertumbuhan ekonominya juga meningkat dalam bidang perdagangan.

Menyebabkan Aktivitas perdagangan yang ada dipasar mardika semakin meningkat ini telah sejak dulu menjadi bagian penting bagian penting kegiatan ekonomi pada kota ambon dan memberikan segenap ruang bagi segenap warga ambon untuk melakukan perdagangan. Walaupun pasar mardika merupakan pasar yang tua di kota ambon, tetapi daerah pasar mardika merupakan tempat terlengkap bagi warga ambon untuk membeli aneka macam kebutuhan sehari-hari mulai dari bahan pokok sembako sampai penunjang hidup lainnya. Tidak hanya menjual bahan pokok makanan di pasar mardika juga menjual cabai yang dimana cabai menjadi salah satu bahan pelengkap dalam olahan makanan, cabai banyak digunakan dalam berbagai masakan sehingga banyak pedagang yang menjual cabai dipasar mardika kota ambon.

Banyaknya pedagang cabai yang ada di pasar mardika kota Ambon mengharuskan para pedagang meningkatkan strategi penjualan mereka dikarenakan cabai yang tidak terjual akan menjadi rusak atau membusuk dipasaran karena cabai merupakan salah satu produk horticultural yang mudah rusak setelah panen. Hal ini akan membuat pedagang akan mengalami kerugian bila tidak dijual secepatnya. Cabai merupakan sayuran yang mudah rusak akibat respirasi, perubahan kimia serta penampakan fisik berupa pelayuan, pengeringan ataupun pembengkakan yang berair kemudian diikuti pembusukan. Cabai memiliki umur simpan yang relative pendek dan memiliki

sifat yang mudah rusak sehingga strategi penjualan sangat diperluka pedagang agar meminimalisir kerugian.

Sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 dan surah Ash-Shaff ayat 10 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya :

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu.*

Ayat diatas menjelaskan larangan Allah SWT mengkonsumsi dengan cara-cara yang batil yang didalamnya terdapat unsur magrib, maisir, gharar, riba dan batil. Islam memberikan atau mengarahkan untuk memperoleh dan mendapatkan harta lewat cara perdagangan yang bukan hanya sekedar menjual dan memberi barang tetapi juga dengan memperhatikan kondisi pembelinya dengan memberikan yang sewajarnya.

Selain ayat tersebut diatas dijelaskan juga dalam firman Allah pada Qur'an surah Ash-Shaff ayat 10.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

Terjemahannya :

*Wahai orang-orang yang beriman, maukah kamu aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih.*

Ayat di atas bahwa Allah SWT memperlihatkan suatu bentuk tjarah perdagangan yg akan menyelamatkan serta membebaskan insan dari barah neraka. Sepintas dapat dikatakan bahwa keselamatan asal api neraka bukanlah dambaan bagi para pedangang. Maka dengan istilah lain, tidak rugi bukanlah kainginan mereka tetapi yang mereka harapkan suatu keuntungan maka dari itu orang yang berdagang harus beriman serta beramal saleh. sehingga orang yang beriman dan beramal saleh akan memperoleh keuntungan, sebagaimana halnya orang yang berdagang dan memperoleh keuntungan yang seolah tidak pernah berhenti. Para pedangang tentu saja ingin memperoleh keuntugan, sehingga praktik riba juga dilakukan buat memperoleh keuntugan tersebut padahal dalam ajaran islam sangat ditentang bagi orang-orang yang mempraktikan hal tersebut. Oleh sebab itu barang siapa yang beriman serta beramal saleh, maka mereka akan memperoleh laba dari Allah SWT berupa terbebas dari dari siksa api neraka.

Rasulullah memberi contoh dalam berdagang seseorang itu harus berbuat adil, amanah, tak merugikan kedua belah pihak, tidak memaksa, menipu, atau menimbun barang dengan mengorbankan kepentingan bayak orang, mencegat penjual pada bepergian menuju pasar, menyembunyikan berita untuk menerima laba lebih besar dan mengurangi timbangan serta lain sebagainya adalah haram

Oleh karena itu dengan penjelasan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana Strategi Penjualan Pedagang Cabai dan apa saja strategi-strategi yang mereka gunakan untuk menarik konsumen agar membeli dagangan mereka sehingga peneliti tertarik untuk meneliti “ Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika dalam Perspektif Ekonomi Islam ”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka bisa ditarik rumusan masalah di penelitian ini menjadi berikut.

1. Bagaimana strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika ?
2. Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Penjualan Pedagang Cabai di pasar mardika ?

### **C. Batasan Masalah**

Guna menghindari pembahasan yang lebih luas pada penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu hanya melihat strategi penjualan pedagang cabai di pasar mardika belakang Wijaya.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Sesuai Permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk Mengetahui strategi penjualan Pedagang cabai di Pasar Mardika?

- b. Untuk Mengetahui Pandangan Ekonomi Islam Terhadap strategi Penjualan Pedagang cabai di pasar mardika ?

## 2. Manfaat Penelitian

### b. Manfaat praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan bisa memberi bahan bagi para pedagang cabe dalam melakukan perdagangan sebagai serta memberikan manfaat yang baik supaya terhindar dari kerugian
- 2) hasil penelitian diperlukan agar masyarakat dapat mengetahui dan tahu pola strategi pemasaran pedagang cabai, agar lebih efisien sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang cabai dengan baik.
- 3) Penelitian ini dapat dijadikan untuk menambah pengetahuan, wawasan, serta pengalaman

### b. Manfaat teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat di manfaatkan sebagai rujukan dan bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi pemasaran pedagang cabai dan menjadi bahan masukan untuk peneliti selanjutnya.

- 3) Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberi informasi dan pengetahuan kepada pedagang cabai tentang strategi pemasaran pedagang cabai di pasar Mardika.
- 4) Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan untuk prodi Ekonomi Syariah tentang strategi pemasaran pedagang cabai di pasar mardika.

### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional dimaksudkan untuk menyebutkan variabel - variabel yang timbul dalam suatu penelitian kedalam indikator yang telah terperinci, sebagai akibatnya akan mudah pada pengamatan maupun pengukurannya. Definisi variabel-variabel harus dirumuskan buat menghindari kesesatan pada menggumpulkan data pada penelitian ini, definisi operasional variabelnya ialah sebagai berikut:

#### **1. Analisis**

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan seperti mengurai, membedakan dan memilah sesuatu untuk dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu dan kemudian di cari kaitanya lalu ditafsirkan maknanya.<sup>2</sup>

#### **2. Strategi**

---

<sup>2</sup><https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-analisis.html>

Strategi menurut Thompson serta Strickland menegaskan seni manajemen terdiri berasal aktivitas-kegiatan yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yg memuaskan (sesuai target).<sup>3</sup>

### 3. Penjualan

Menurut Kotler dan Line, penjualan didefinisikan sebagai suatu proses dimana penjual mengungkapkan kebutuhan dan keinginan pembeli sehingga diperoleh keuntungan yang baik bagi penjual maupun pembeli, dan dapat dihasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak <sup>4</sup>

### 4. Pedagang

Pedagang merupakan orang yg menjual barang atau jasa pada lingkungan pasar atau tempat-tempat lain yang dimiliki atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah serta pada benarkan sesuai menggunakan fungsi peruntukannya.

### 5. Cabai

Menurut harpenas yang dikutip dari Nurfalach cabai atau Lombok termaksud dalam suku terong-terongan (Solanaceae) dan merupakan tanaman yang mudah ditanam di daerah daratan rendah dan daratan tinggi<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Rachmat, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), h. 2.

<sup>4</sup>Erlina yunitasari widyamukti dan B. Junianto wibowo, pengaruh modal kerja terhadap penjualan dan laba perusahaan (studi kasus pada sektor food and beverage yang terdaftar di BEI 2011-2014), *Jurnal ekonomi*, 11 tanaman yang mudah ditanam di daerah daratan rendah dan daratan tinggi. 3N

<sup>5</sup>Nurfalach. Devi Rizqi, 2010. Budaya tanaman cabai merah (*Capsicum annum L.*) di UPTD pembibitan tanaman hortikultural desa pakopen kecamatan bandung kabupaten semarang. (sikripsi) Universitas sebelas maret. Surakarta



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Strategi penjualan pedagang cabai yang ada di pasar mardika memiliki strategi penjualan yang mereka gunakan yaitu menempatkan jualannya di tempat-tempat yang mudah dilihat oleh pembeli, menatanya dengan rapi, memanggil pembeli serta menjual perkilo dan enceran, untuk lebih mudah menarik minat pembeli. Dalam strategi penjualan pedagang cabai ada beberapa faktor yang menjadi penghambat penjualan yaitu kondisi pasar seperti faktor cuaca dan kenaikan harga. Namun hal tersebut tidak menjadi penghambat pedagang untuk menjalankan usaha berdagang mereka.
2. Strategi yang diterapkan pedagang pasar mardika ada yang sudah sesuai dan ada juga yang belum sesuai dengan yang diajarkan nabi Muhammad saw. Dimana para pedagang masih ada yang belum jujur dalam hal timbangan/takaran serta kualitas barang yang dijual. Dimana Nabi Muhammad mengajarkan setiap perdagangan harus mengandung nilai-nilai kejujuran, amanah, adil dan menepati janji.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan sebagai akhir dalam penulisan ini, diantaranya :

1. Kepada pedagang cabai agar lebih terbuka saat menimbang barang dan memberitahu kualitas barang yang di jual kepada pembeli dan mengembangkan lagi strategi agar lebih banyak menarik pembeli.
2. Disarankan bagi pembeli untuk lebih ikhlas lagi jika mendapatkan pedagang yang tidak adil dan jujur.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari dan menelusuri serta menyempurnakan penelitian ini dengan variable yang berbeda sehingga akan menjadi penelitian yang sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Johan, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 154.
- Arikunto Suharsimi, *prosedur penelitian suatu pendekatan*, (edisi Revisi V, Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 107.
- Bungis Burhan, *penelitian kualitatif*, (Jakarta: kencana, 2009), h. 15.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Tangerang: PT. Kalim, h. 375
- Fahmi Irham, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 3
- Fauziah Yunia Ika, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013) h. 4-5
- Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BFFE-Yogyakarta, 2014, h. 285
- Hermawan Agus, *Komunikasi pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012. h. 33
- Ningtyas Retno Ratih and Guntarayanan Indria, *Penentuan Harga Nangka Menggunakan Metode Paris*, Transliteraedi. 5 ( april 2023), h. 40
- Rachmat, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), h. 2.
- Sumarsono. S, *Pendidikan kewarganegaraan*, (Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2006), h. 139
- Usman Husain dan Purnomo Setiady Akbar, *metodologi penelitian social*, (cet. IV: Jakarta PT. Bumi Aksara, 2001), h. 73.

Usman Thaha H. *Al-Quran dan Terjemahan*. (Al-Jumu'ah :11). 2015. h. 554

Yusanto Ismail M dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2011), Cet.ke-2, h. 234.

Yusuf Muri, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan penelitian gabungan*, (Jakarta Pranada Media Group, 2014), h. 328.

### **Sikripsi**

Andriyanto. *Analisis Dampak Musim Hujan Terhadap Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Tradisional Bojong Kabupaten Tegal*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2018. h. 73

Azhar Muhammad. *Pengaruh Harga Jual Terhadap Jumlah Pesanan Pada UD. Rama Indah Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar. 2015. h. 67

Yosep B. S. *Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Supermarket Gaya Tologosari Kota Semarang*. *Skripsi*. 2019.h.26

Zevi Irfan. *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderman Sukses Mandiri*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. 2018. h. 69

## Jurnal

Kamarudin. Strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan gas elpiji perspektif ekonomi islam. *Jurnal LAA MAISYIR*. Volume 4. No. 1. 2017. h. 94

Manilet: Aisa, dan Muammar Marupaey. “Strategi Pengembangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon” *Jurnal Fikratuna*, 9. 01 (2018), h. 27

Mawardi Kholil M. dkk. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 42. No. 1. 2017. h. 40

Rizal nur irwan Mohammad, *Pengaruh Modal Usaha dan Penjualan terhadap laba Usaha pada Perusahaan Penggilingan padi Ud. Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan*, Jurnal Penelitian (Lamongan: Fakultas Ekonomi dan Akuntansi Universitas Islam Lamongan, 2016), Vol. 1 No. 2, h. 77

Subandi, “Manajemen Zakat, Infaq dan Shadakah (ZIS) Produktif (ZIS Berbasis Kewirausahaan di Laziznu Kota Metro Tahun 2015),” *FIKRI : Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya* 1. no. 1 (10 Februari 2023): 143-68,

Sumantri, *Pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan peternak ayam potong* (studi kasus peternakan ayam supadi), jambi: STIE GK, 2017 vpl 2 No. 2, h. 11

Widyamukti Yunitas Erlina dan Junianto B. wibowo, *pengaruh modal kerja terhadap penjualan dan laba perusahaan* (studi kasus pada sektor food and beverage yang terdaftar di BEI 2011-2014), Jurnal ekonomi, manajemen, akuntansi dan perpajakan, (semarang fakultas ekonomi dan bisnis universitas katolik soegijapranata, 2018) vol. 1 No. 1 h. 61

#### **Sumber lain**

<http://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/jf/article/view/10>.

[Diakses pada jumat 10-02-2023](#)

<https://www.idntimes.com/business/economy/yogama-wisnu-oktyandito/apa-itu-pedagang-pengertian-jenis-ciri-dan-perilakunya>- diakses pada hari jumat: 10-02-2023

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-analisis.html>.Di akses pada hari senin 04-02-2023

Samhis Setiawan, *pengertian dan jenis penjualan*, (<https://gurupendidikan.co.id>) diakses pada tanggal 20 april 2023

No	Identitas	Hasil wawancara
1.	Nama : Ibu Emi	Peneliti : assalamualaikum ibu
	Umur : 42 tahun	Ibu Emi : waalaikumsalam (1.1)
	Pedagang Cabai	Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar ibu
		Ibu emi : bisa ade (1.2)
		Peneliti : ibu biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?
		Ibu emi : dari jam 6 pagi sampai jam 6 sore (1.3)
		Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?
		Ibu emi : dari namle, kobisonta deng masohi (1.4)
		Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?
		Ibu emi : cili kacil deng cili basar saja (1.5)
		Peneliti : bagaimana cara ibu menentukan harga jual cabai ?
		Ibu emi : harga cili di pasar ini ade seng menetap akan pung harga itu beruba seng menentu tegantung katong ambil dari langganan mahal atau seng. Kalo akan harga mahal, harganya juga mahal kaya hari ini cili kacil 1 kilo 35 ribu, encerannya 1 cupa 5 ribu, cili basar itu 1 kilo 50 ribu, setengah kilo 25 ribu, seperempat 13 ribu, encerannya 1 piring 5 ribu. (1.6)
		Peneliti : bagaimana strategi penjualan ibu dalam menjual cabai ?
		Ibu emi : strategi bajualnya ibu itu perkilo, setegah kilo, seperempat, percupa deng pake piring-piring kecil.

Harganya beda-beda ade. Barang pembeli kalau bali perkilo perkilo, setengah kilo, seperempat deng percupa sama di piring-piring kacil. pembeli itu bisa pilih mo bali yang mana terserah. Ibu biasa kasih tulisan harga di atas cili supaya pembeli lia akan harga jadi seng usa tanya deng ibu susun jualan itu kasih rapi akan supaya dong lia akan bagus to. jual cili itu harus yang bagus barang pembeli lai kalau bali cili mau yang bagus-bagus. (1.7)

Peneliti : selama berdagang menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Ibu emi : tergantung pasar rame atau seng kalau pasar sunyi pembeli sunyi lai kalo pasar rame pembeli rame lai cuman kalau hujan pasar paling sunyi. Kalo pasar akan rame ibu bisa bajual 1 karung akan bisa habis 1 hari kalo pasar sunyi 1 karung 3 hari baru abis, baru kalo sulama akan busu banyak jadi harus di pili akan buang yang busu. (1.8)

2. Nama : Yati

Peneliti : assalamualaikum ibu

Umur : 42 tahun

Ibu yati : waalaikumsalam (2.1)

Pedagang cabai

Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar ibu

Ibu yati : iya bisa (2.2)

Peneliti : ibu biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?



Ibu yati : dari jam 6 pagi sampai jam 6 sore (2.3)

Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?

Ibu yati : dari namle, kobisonta deng masohi barang cili samua dari sana (2.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Ibu yati : cili kacil deng cili basar saja (2.5)

Peneliti : bagaimana cara ibu menentukan harga jual cabai ?

Ibu yati : harga dipasar seng menentu setiap hari harga naik turun.  
 Harga cili sekarang 1 kilo 50 ribu cili besar setegah kilo 25 ribu, seperempat 13 ribu, enceran 5 ribu di piring-piring cili kecil 30 ribu 1 kilo setengah kilo 15 ribu enceran 1 cupa 5 ribu. (2.6)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan ibu dalam menjual cabai ?

Ibu yati : strateginya kaya yang ade liat seng beda deng penjual lain buka jualan itu harus pagi barang prmbeli banyak yang beli pagi hari kalau su siang su sepi pembeli. Ibu jual ada yang enceran ada perkilo kaya di piring deng di cupa orang paling banyak bali yang enceran dan rama sama pembeli. (2.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Ibu yati : kendalanya kalo hujan pasar akan sunyi pembeli kalo harga cili naik orang bali sadiki saja, kalo cili lama kana hujan akan capat busuk. (2.8)

3. Nama : bapak Pardin      Peneliti : assalamualaikum pak

Umur : 27 tahun              Bapak pardin : waalaikumsalam (3.1)

Pedagang cabai              Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar pak

Bapak pardin : bisa ade (3.2)

Peneliti : bapak biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?

Bapak pardin : dari jam 6 pagi sampai jam 8 sore (3.3)

Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?

Bapak pardin : dari namle, kobisonta deng masohi (3.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Bapak pardin : cili kacil deng cili basar yang saya jual (3.5)

Peneliti : bagaimana cara bapak menentukan harga jual cabai ?

Bapak pardin : kalau harga sekarang akan mahal kaya cili basar 48 ribu 1 kilo, setengah kilo 24 ribu, seperempat 12 ribu, enceran 5 ribu cili kecil 30 1 kilo setengah kilo 15 ribu. Harga cili ini tergantung dari harga yang katong bali kalo harganya mahal katong jual mahal ini cili saya ambil partai to akan sadiki murah kalo penjual lain itu jual 50 sampe 55 ribu 1 kilo. (3.6)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan bapak dalam menjual cabai ?

Bapak pardin : pedagang di pasar ini cara bajual ampir sama samua bajual itu pake batarea cili 5 ribu satu cupa atau ibu mari cili 5 ribu 1 cupa, jual kilo sama enceran cuman harganya saja yang beda-beda ada yang jual mahal deng murah tergantung barang yang katong ambil mahal atau murah. (3.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Bapak pardin : orang bajual itu tergantung pasar ade kalo pasar sunyi pembeli juga sunyi sama kalo hujan pembeli akan kurang lai pasar ini seng setiap hari rame. (3.8)

4. Nama: bapak harianto Peneliti : assalamualaikum pak

Umur : 27 tahun Bapak harianto : waalaikumsalam (4.1)

Pedagang cabai Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar pak

Bapak harianto : bisa (4.2)

Peneliti : bapak biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?

Bapak harianto : dari jam 6 pagi sampai jam 7 sore (4.3)

Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?

Bapak harianto : dari namle, kobisonta sama masohi dari daeran situ saja (4.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Bapak harianto : hanya 2 jenis cili saja cili kacil deng cili basar  
(4.5)

Peneliti : bagaimana cara bapak menentukan harga jual cabai ?

Bapak harianto : harga cili sekarang itu lagi mahal apalagi harga cili basar 1 kilo itu 50 ribu ada yang 55 ribu, setengah kilo 25-27 ribu, seperempat 13-14 ribu, enceran 5 ribu 1 piring kalo cili kacil 30 ribu 1 kilo setengah kilo 15 ribu, eceran 1 timba 10 ribu sama 1 cupa 5 ribu. biasa bulan puasa kaya bagini barang-barang naik tapi seng setiap hari harganya sama, di pasar ini harga barang seng tetap akan beruba tiap hari. (4.6)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan bapak dalam menjual cabai ?

Bapak harianto : strategi saya itu menempatkan jualan ditempat yang mudah orang liat, memanggil pembeli kaya mari ibu cili 1 cupa 5 ribu atau cili satu cupa 5 ribu, cili yang dijual itu harus bagus kalo akan bagus orang pasti bali, selain itu saya juga kasih harga di atas cili itu. Saya jual cili perkilo sama enceran kaya di cupa, di timba sama di piring-piring. Deng Kalo layani orang bali harus rama, orang bali di kasih bebas pilih mau bali yang mana. (4.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan?

Bapak harianto : cuaca hujan harga cabai yang naik sama cili yang masuk dipasar sedikit, ini yang jadi masalah dalam bajual. Barang kalo hujan pasar sunyi baru orang yang datang itu kurang apalagi kalo cili su takana hujan akan capat busuk. (4.8)

Peneliti : bagaimana tanggapan bapak mengenai pernyataan pembeli terhadap pedagang. tentang kurangnya keterbukaan mengenai kualitas barang yang dijual dan cara menimbang barang tidak di perlihatkan kepada pembeli ?

Bapak harianto : kalo saya pribadi saya perlihatkan cara menimbangnyanya kepada pembeli, kalo tentang kualitas barang saya selalu jual yang bagus barangnya kalau ada cili yang busuk itu di pilih lalu di buang dijual yang bagusnyanya sja. (4.9)

Peneliti : apakah pedagang dalam menjual cabai menggunakan cupa alas ?

Bapak harianto : iya tapi di beritahukan kepada pembeli bahwa yang di jual itu cupa alas bukan cupa asli dan harga cupa alas itu beda harganya dengan cupa asli. (4.10)

5. Nama : bapak rafli

Umur : 48 tahun

Peneliti : assalamualaikum pak

Bapak rafli : waalaikumsalam (5.1)

Pedagang cabai

Peneliti : bisa minta waktunya bapak sebentar pak

Bapak rafli : bisa (5.2)

Peneliti : bapak biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?

Bapak rafli : dari jam 6 pagi sampai jam 7 sore (5.3)

Peneliti : dari mana bapak memperoleh suplai cabai ?

Bapak rafli : namle, kobisonta deng masohi (5.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Bapak rafli : cili kacil deng cili basar kaya yang ade lia (5.5)

Peneliti : bagaimana cara bapak menentukan harga jual cabai ?

Bapak rafli : kalo harga cili basar akan mahal sekarang 1 kilo 50 ribu, setegah kilo 25 ribu, seperempat 13, enceran 5 ribu barang cilia ada mahal kalo cili kacil 35 ribu, setegah kilo 18 ribu enceran 1 cupa 5 ribu katong jual bagini barang harga yang katong bali mahal lai ade. (5.6)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan bapak dalam menjual cabai ?

Bapak rafli : bapak bajualnya kilo sama enceran saja susun akan rapi-rapi kalo orang datang bali tinggal pili mau bali yang mana enceran ato kilo, harganya beda-beda. (5.7)

Peneliti : selama berdagang menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Bapak rafli : kendalanya itu pasar sunyi orang yang bali kurang kalo hujan orang bali kurang baru cili kalo kana hujan banyak yang busuk deng harga akan nae kaya bagini orang sadiki yang bali. (5.8)

6. Nama : ibu titin

Peneliti : assalamualaikum ibu

Umur : 29 tahun

Ibu titin: waalaikumsalam (6.1)

Pedagang cabai

Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar ibu

Ibu titin : iya bisa (6.2)

Peneliti : ibu biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?

Ibu titin : dari jam 6 pagi sampai jam 6 sore (6.3)

Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?

Ibu titin : dari namle (6.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Ibu titin : cili kacil deng cili besar saja (6.5)

Peneliti : bagaimana cara ibu menentukan harga jual cabai ?

Ibu titin : tergantung harga yang dibeli kalo harganya mahal ya harga jualnya juga mahal kalo mura ya harga jualnya juga murah. Sekarang ini Harga lagi mahal cabai besar 1 kilo 50 ribu, setengah kilo 25 ribu, seperempat 13 ribu

enceran 5 ribu cabai kecil 35 ribu, setegah kilo 18 ribu enceranya 1 cupa 5 ribu. Barang bulan puasa jadi sadiki mahal. (6.6)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan ibu dalam menjual cabai ?

Ibu titin : strateginya kaya pedagang lain jualnya perkilo, setegah kilo seperempat, pakai cupa deng pake piring-piring kecil. Ibu jaga harga di atas cabai itu kalo bajual itu ator akan rapi supaya orang liat itu bagus lai baru kualitas cabai yang dijual itu harus bagus kalo seng bagus orang seng bali deng harus rama sama orang supaya dong sanang lai bali di sini. (6.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Ibu titin : semua tergantung pasar kalo pasar akan hujan orang pamalas pi pasar. Pasar tiap hari kadang rame kadang sunyi apalagi kaya bagini harga cabai naik dong kurang bali. Kalo rame pasar itu bisa habis 8 kilo cabai besar cabai kecil 5 kilo sehari kalo sunyi masing-masing 2 kilo saja yang habis barang ibu bajual disini balom lama jadi jual sadiki sa. (6.8)

7. Nama : ibu nurlia

Peneliti : assalamualaikum ibu

Umur : 40 tahun

Ibu nurlia : waalaikumsalam (7.1)

Pedagang cabai

Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar ibu

Ibu nurlia : iya bisa (7.2)



Peneliti : ibu biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?

Ibu nurlia : dari jam 6 pagi sampai jam 6 sore (7.3)

Peneliti : dari mana ibu memperoleh suplai cabai ?

Ibu nurlia : dari namle (7.4)

Peneliti : jenis cabai apa saja yang ibu jual ?

Ibu nurlia: kaya yang adek liat ibu jual cili kacil deng cili besar

Peneliti : bagaimana cara ibu menentukan harga jual cabai? (7.6)

Ibu nurlia : harga yang ibu jual tergantung barang yang di beli kalo harganya mahal harga jualnya akan mahal lai kalo mura haganya mural ai sekarang ini harganya cili besar 50 ribu 1 kilo, setegah kilo 25 ribu, seperempat 13 ribu, enceran 5 ribu 1 piring cili kacil 35 ribu satu kilo encerannya 1 cupa 5 ribu. (7.5)

Peneliti : bagaimana strategi penjualan ibu dalam menjual cabai ?

Ibu nurlia : strategi ibu biasa saja kaya bagini taruh harga di atas cili jual cilinya perkilo setegah kilo seperempat deng pake cupa. (7.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Ibu nurlia : kendalanya kalo pasar sunyi deng cuaca hujan kaya bagini pembeli kurang deng tambah harga cili ada mahal. (7.8)

8. Nama : bapak ikram      Peneliti : assalamualaikum pak
- Umur : 23 tahun              Bapak ikram : waalaikumsalam (8.1)
- Pedagang cabai              Peneliti : bisa minta waktunya pak sebentar ibu
- Ibu ikram: iya bisa (8.2)
- Peneliti : bapak biasa mulai jualan dari jam berapa sampai jam berapa ?
- Ibu ikram: dari jam 6 pagi sampai jam 7 sore (8.3)
- Peneliti : dari mana bapak memperoleh suplai cabai ?
- Ibu ikram : dari masohi (8.4)
- Peneliti : jenis cabai apa saja yang bapak jual ?
- bapak ikram: cili kacil deng cili basar saja (8.5)
- Peneliti : bagaimana cara bapak menentukan harga jual cabai ?
- Bapak ikram : harga cili dipasar ini seng menentu tiap hari cili basar ini 50 ribu 1 kilo, setengah kilo 25 ribu, seperempat 13 ribu, encerannya 1 piring 5 ribu cili kacil 40 ribu, setengah kilo 20 ribu, enceran 1 cupa 5 ribu. Biasa kalo bulan puasa harga cili memang naik kaya bagini kalo hari-hari biasa kadang naik kadang turung. (8.6)
- Peneliti : bagaimana strategi penjualan bapak dalam menjual cabai ?
- Bapak ikram : strategi bapak kaya yang ade lia bagini sa bapak jualnya perkilo setegah kilo seperempat, pake cupa

deng pake piring. saya biasa kasih harga diatas cilinya deng jaga batore 1 cupa 5 ribu atau mare ibu cili 1 cupa 5 ribu. Kalo layani orang itu harus rama supaya dong mau datang bali lai deng kasih kebebasan di pembeli mau bali yang mana. (8.7)

Peneliti : selama berdagang cabai menggunakan strategi tersebut faktor penghambat apa yang mempengaruhi penjualan cabai ?

Bapak ikram : tergantung keadaan pasar deng cuaca saja. Pasar ini seng setiap hari rame yang bali ada juga sunyi apalgi kalo hujan tarus pembelinya sadiki. (8.8)

No	Identitas	Hasil wawancara
1.	Nama : ibu uliani	Peneliti : assalamualaikum ibu
	Umur : 28 tahun	Ibu uliani : waalaikumsalam (2.1)
	Pembeli	Peneliti : bisa minta waktunya ibu sebentar Ibu uliani: bisa Peneliti : apakah strategi penjualan pedagang cabai di pasar mardika sudah jujur dan adil ? Ibu uliani : kadang saya dapat pedagang yang seng jujur dalam menimbang mereka seng kasih lia cara mereka timbang mungkin gara-gara pebeli talalu banyak dan ada juga penjual itu dong timbang barang cepat-cepat jadi katong

seng bisa lia akan subatul atau belum timbagannya. Saya percaya-percaya saja yang dosa juga mereka dan kalo mereka seng jujur dan masih curang rezeki yang dong dapat seng berkah. Tapi seng samua pedagang bagitu ada juga yang jujur. (2.2)

Peneliti : apakah pedagang cabai melayani pembeli dengan baik dan rama ?

Ibu uliani : untuk pelayanannya itu sebagian sudah baik deng ramah ada juga sebagian yang seng. penjualnya itu kadang cuek katong ini sebagai pembeli ingin dilayani dengan baik supaya katong senang lai bali di tampa itu. (2.3)

2. Nama : bapak adelia Peneliti : assalamualaikum pak

Usia : 39 tahun Bapak adelia : waalaikumsalam (3.1)

Pembeli Peneliti : bisa minta waktunya bapak sebentar

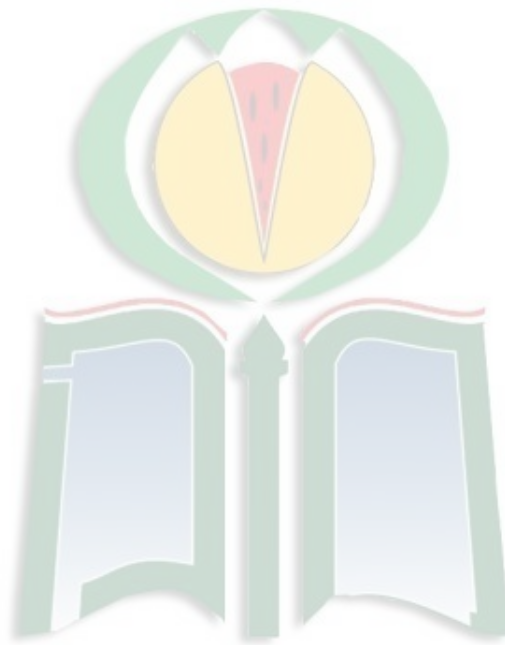
Bapak adelia: bisa (3.2)

Peneliti : apakah strategi penjualan pedagang cabai di pasar sudah jujur dan adil ?

Bapak adelia : kalo soal kejujuran dalam bajual itu penting apalagi jujur dalam keadaan barang yang dijual. Kadang itu para pedagang segaja kasih sambunyi cabai yang busuk mereka seng kasih liat. Mereka kaya malas tau dengan hal bagitu hanya untuk mau dapat untung saja. (3.3)

Peneliti : apakah pedagang cabai melayani pembeli dengan baik dan rama ?

Bapak adelia : kalo untuk bapak sendiri pelayananya su bagus  
penjualnya rama dan pelayanannya cepat tidak lama,  
cumah harganya cili yang dong jual mahal barang cili ada  
mahal. (3.4)



DOKUMENTASI



Jenis Cabai



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 02 April 2023



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 03 April 2023



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 02 April 2023



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 02 April 2023





Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 03 April 2023



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 03 April 2023



Wawancara dengan salah satu pedagang cabai tanggal 02 April 2023



Wawancara dengan salah satu pembeli cabai tanggal 02 April 2023



Wawancara dengan salah satu pembeli cabai tanggal 02 April 2023

**PEMERINTAH KOTA AMBON**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN**  
**PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jln. Sultan Hairun No. 1 Ambon, Telp. 0911-351579*  
 KodePos : 97126 website: [dpmtsp.ambon.go.id](http://dpmtsp.ambon.go.id) email : [dpmtsp@ambon.go.id](mailto:dpmtsp@ambon.go.id)

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
**NOMOR : 0314/DPMTSP/III/2023**

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
 3. Peraturan Walikota Ambon Nomor 11 tahun 2021 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
 4. Keputusan Walikota Ambon Nomor 346 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Pelayanan Terintegrasi Secara Online Single Submission dan Non Online Single Submission pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Ambon;  
 4. Berdasarkan Surat Pengantar Izin Penelitian Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor 070/429/BKBP/2023.

Menimbang : Surat an Dekan, Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ambon Nomor. B-29/In.09/5/2.a/TL.00/03/2023 Tanggal 15 Maret 2023

Kepala DPMTSP Kota Ambon, memberikan izin kepada :

Nama : NURMI  
 Identitas : Mahasiswa  
 Untuk : Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Lokasi Penelitian : Pasar Mardika Kota Ambon  
 2. Waktu Penelitian : 01 (Satu) Bulan

Sehubungan dengan maksud diatas, maka dalam melaksanakannya agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Mentaati semua ketentuan / peraturan yang berlaku;
- Melaporkan kepada instansi terkait untuk mendapatkan petunjuk yang diperlukan;
- Surat Rekomendasi ini hanya berlaku bagi kegiatan : Penelitian;
- Tidak menyimpang dari maksud yang diajukan serta tidak keluar dari lokasi penelitian;
- Memperhatikan keamanan dan ketertiban umum selama pelaksanaan kegiatan berlangsung;
- Memperhatikan dan mentaati budaya dan adat istiadat setempat;
- Surat Rekomendasi ini berlaku dari Tanggal 15-03-2023 s/d 15-04-2023 serta dapat dicabut apabila terdapat penyimpangan / pelanggaran dari ketentuan tersebut;

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pada Tanggal : 27 Maret 2023

**A. H. WALIKOTA AMBON**  
**PLT. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL**  
**PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*(Signature)*

**A. Pieter Saimima, M.Si**  
 Pembina Utama Muda  
 NIP 19640222 199203 1 011

SHOT ON OPPO



PEMERINTAH KOTA AMBON  
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jl. Sultan Hairun No. 1 Kota Ambon Kode Pos 97124 Email: indagkota@gmail.com

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 800.2/207/INDAG

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : S. Slarmanat, SH., MH  
NIP : 19650405 199403 1 010  
Pangkat / Gol : Pembina Utama Muda / IVc  
Jabatan : Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NURMI  
Identitas : Mahasiswa  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon

Untuk melakukan pengambilan data dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul "Analisis Strategi Penjualan Pedagang Cabai di Pasar Mardika Dalam Perspektif Ekonomi Islam" dari tanggal 2 April - 15 April 2023 di Pasar Mardika Ambon dan melaporkan hasil pengambilan data kepada Kepala Dinas. Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ambon, 31 Maret 2023

Kepala Dinas

**S. SLARMANAT, SH., MH**  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19650405 199403 1 010

Tembusan kepada Yth :

1. Kepala UPTD Pasar Mardika
2. Kepala UPTD Pasar Arumbae



PEMERINTAH KOTA AMBON  
**DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Jl. Sultan Halrun No. 1 Kota Ambon Kode Pos 97124 Email: indagkota@gmail.com

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**  
 Nomor : 002 / 325 / Indag

Yang bertanda tangan di bawah ini :

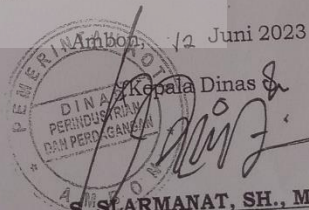
Nama : S. Slarmanat, SH., MH  
 NIP : 19650405 199403 1 010  
 Pangkat / Gol : Pembina Utama Muda / IVc  
 Jabatan : Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurmi  
 NIM : 190105025  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 - Institut Agama Islam Negeri Ambon

Telah selesai melakukan penelitian yang dimulai tanggal 15 Maret sampai dengan 15 April 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **"ANALISI STRATEGI PENJUALAN PEDAGANG CABAI DI PASAR MARDIKA (Dalam Perspektif Ekonomi Islam)"**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.



**S. SLARMANAT, SH., MH**  
 Pembina Utama Muda  
 NIP. 19650405 199403 1 010