

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP USAHA PEDAGANG KAKI LIMA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Kota Marabahan)

## ABSTRAK

Sri Puji Lestari<sup>1</sup>, Akhmad Hulaify, S.H.I., M.S..I : Abdul Wahab, S.E.I., M.S.I<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19510049

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19510049

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19510049

Email: [sripujilestari10529@gmail.com](mailto:sripujilestari10529@gmail.com)

Persaingan dalam dunia bisnis sangat tinggi khususnya sektor perdagangan, hanya para pedagang yang memiliki keahlian dalam strategi pemasaran yang handal yang dapat bertahan di dunia bisnis yang sangat beragam. Kegiatan berdagang itu sendiri bisa bermacam-macam mulai dari tempatnya yang relatif menetap layaknya seperti toko, kios, dan ada yang berpindah-pindah. Pedagang kaki lima adalah orang-orang dari golongan ekonomi lemah yang berjualan barang kebutuhan sehari-hari, dengan modal yang relatif kecil, waktu tidak teratur, lokasi tidak pasti. Rumusan masalah: bagaimana strategi pemasaran dalam bidang promosi, untuk meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Kota Marabahan dalam perspektif Ekonomi Islam, bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Kota Marabahan dalam perspektif Ekonomi Islam. Tujuan penelitian: untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Kota Marabahan dalam perspektif Ekonomi Islam dan strategi pemasaran dalam bidang promosi, untuk meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima di Kota Marabahan dalam perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, dengan populasi 25 dan 10 sampel. Hasil penelitian: 1) pengetahuan para pedagang kaki lima di Pasar Marabahan Kota Kabupaten Barito Kuala tentang strategi pemasaran dalam perspektif Ekonomi Islam yaitu rata-rata mengetahui hanya ada sebagian saja yang belum paham betul mengenai strategi pemasaran dalam perspektif Ekonomi Islam dalam berdagang. 2) Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di Pasar Marabahan Kota Kabupaten Barito Kuala, ialah penetapan suatu harga yang murah, kualitas produk/cita rasa, tempat yang strategis, serta promosi yang digunakan.

**Kata Kunci :** *Ekonomi Islam, Strategi Pemasaran, Pedagang.*

---

## ABSTRACT

Competition in the business world is very high, especially the trade sector, only traders who have expertise in reliable marketing strategies can survive in a very diverse business world. Trading activities themselves can vary from relatively settled places such as shops, kiosks, and some move around. Street vendors are people from weak economic groups who sell daily necessities, with

relatively small capital, irregular times, uncertain locations. Problem formulation: how is the marketing strategy in the field of promotion, to increase the income of street vendors in Marabahan City in the perspective of Islamic Economics, how is the marketing strategy applied by street vendors in Marabahan City in the perspective of Islamic Economics. The purpose of the study: to determine the marketing strategies applied by street vendors in Marabahan City in the perspective of Islamic Economics and marketing strategies in the field of promotion, to increase the income of street vendors in Marabahan City in the perspective of Islamic Economics. This research method uses descriptive qualitative, with a population of 25 and 10 samples. The results of the study: 1) the knowledge of street vendors in Marabahan Market, Barito Kuala Regency about marketing strategies in the perspective of Islamic Economics, namely on average only some know that there are only some who do not understand well about marketing strategies in the perspective of Islamic Economics in trading. 2) The marketing strategy applied by street vendors at Marabahan Market, Barito Kuala Regency, is the determination of a low price, product quality/taste, strategic place, and promotions used.

**Keywords:** *Islamic Economics, Marketing Strategy, Traders*

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Rio Makkulau Wahyu, (2020) *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bandung: PT. Refika Aditama)
- Candra dewi Alamsah, (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, Kehalalan Produk, dan Harga Bersaing Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kota Salatiga)*, IAIN SALATIGA
- David Cardona, AP, S.Sos, M.Ikom, (2020), *Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Penataan Pedagang Kaki Lima* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka)
- Dian Wijayanto, Spi, MM, MSE, (2013), *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Pustaka Utama)
- Djoko Muljono, (2012), *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset)
- Dr.H.Salim, M.Pd, Dr.Haidir, S.Ag.M.Pd, (2019), *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*, (Jakarta: Kencana)
- Dr.RA.Fadhallah, S.Psi., M.Si, (2020), *Wawancara*, (Jakarta Timur, UNJ PRESS) Lexy
- Dwi Okti Nurani, (2010), *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap pendapatan Pedagang Kaki Lima Makanan & Minuman di Jalan Malioboro Yogyakarta*, Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Eddy Raflin, Iche Andriyani Liberty, Pariyana, (2021), *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding)
- Indah Sundari, (2019), *Strategi Pedagang Kaki Lima dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi*, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

J. Moleong,(2006), Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT.

Lexy J. Moleong, (2015), Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya)

M. Nasir Pangabean, (2015), Analisis Strategi Pemasaran Ardhina BatikMotif Medan Dalam Meningkatkan Penjualan

M.Anang Firmansyah, (2018), Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran),

Mahmud Machfocz, (2017), Pengantar Bisnis Modern, (Yogyakarta: C.VANDI OFFSET)

Muhammad Irham Ilahi, (2019) Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia, SKRIPSI, UIN Alauddin Makassar

Nursalam, (2008), Konsep dan Penerepan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan, (Jakarta: Salemba Madika)

Nurul Aulia Dewi, (2019), Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai, UIN SumatraUtara Medan Remaja Rosdakarya)

Sahrul.M, (2020), Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pedagang Kaki LimaDi Lapangan Pancasila Kota Palopo), SKRIPSI, IAIN PALOPO

Tati Handayani,S.E.,M.M, M.Anwar Fathoni,Lc.,M.A, (2019), Buku AjarManajemen Pemasaran Islam, (Yogyakarta: CV Budi Utama)

Tengku Firli Musfar, SE., M.M. (2020), Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran, (Bandung, CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

### **Dari Buku**

A.Rio Makkulau Wahyu, (2020) Pengantar Ekonomi Islam, (Bandung: PT. Refika Aditama)

Eddy Raflin, Iche Andriyani Liberty, Pariyana, (2021), Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding)

David Cardona, AP, S.Sos, M.Ikom,( 2020), Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Penataan Pedagang Kaki Lima (Surabaya: Scopindo Media Pustaka)

Dian Wijayanto,Spi,MM,MSE, (2013), Pengantar Manajemen, (Jakarta: PT Pustaka Utama)

Djoko Muljono, (2012), Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam, (Yogyakarta: C.V Andi Offset)

Dr.H.Salim,M.Pd, Dr.Haidir,S.Ag.M.Pd, (2019), Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis, (Jakarta: Kencana)

Dr.RA.Fadhallah,S.Psi.,M.Si, (2020), Wawancara, (Jakarta Timur, UNJ PRESS) Lexy J. Moleong, (2006), Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)

Lexy J. Moleong, (2015), Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya)

- Mahmud Machfocz, (2017), Pengantar Bisnis Modern, (Yogyakarta: C.VANDI OFFSET)
- M.Anang Firmansyah, (2018), Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran), (Yogyakarta: CV Budi Utama)
- Nursalam, (2008), Konsep dan Penerepan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan, (Jakarta: Salemba Madika)
- Tati Handayani,S.E.,M.M, M.Anwar Fathoni,Lc.,M.A, (2019), Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam, (Yogyakarta: CV Budi Utama)
- Tengku Firli Musfar, SE., M.M. (2020), Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran, (Bandung, CV. MEDIA SAINS INDONESIA

#### **Dari Wawancara**

- Denny, (2023, Mei 18) , Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.(Puji, Interviewer)
- Sinta, (2023, Mei 18) , Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.(Puji, Interviewer)
- Paijo, (2023, Mei 18) , Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.(Yeni, Interviewer)
- M.Adi Saputra, (2023, Mei 20) , Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam. (Puji, Interviewer)
- Marjuki, (2023, Mei 20) , Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif EkonomiIslam. (Puji, Interviewer)
- Misruki, (2023, Juni 21), Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif EkonomiIslam. (Puji, Interviewer)
- Riandi, (2023, Juni 8), Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.(Puji, Interviewer)

- M.Raudy, (2023, Juni 8), Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif EkonomiIslam. (Puji, Interviewer)
- M.Ricko (2023, Juni 8), Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam.(Puji, Interviewer)
- Siti Shalihah, (2023, Juni 8), Strategi Pemasaran Dalam Bidang Promosi Untuk Meningkatkan Pendapatan dalam Perspektif EkonomiIslam. (Puji, Interviewer)

#### **Dari Website**

- Rina Hayati, (2019), Pengertian Teknik Analisis Data, jenis, dan Cara Menulisnya, <https://penelitianilmiah.com/teknik-analisis-data/>,4 Juli 2019

Syafnidawaty, (2020), Data Primer, <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>, Diakses pada tanggal 08 November 2020,

Universitas Sumatera Utara, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/41352/Chapter%20II.pdf;sequence=6>

