

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG DALAM MENARIK MINAT
BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI PASAR TOMPANO
KECAMATAN PASIR PUTIH KABUPATEN MUNA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

SULFIANTI

19050101118

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI
2023**



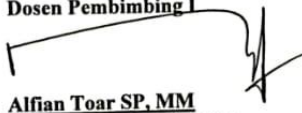
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga-Kendari
Telp.(0401) 3192081 Fax. 3193710
Email: febi iain@yahoo.co.id – Website: <http://stain.ac.id>

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pedagang Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna)” yang ditulis oleh saudari Sulfianti, Nim. 19050101118, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kendari, telah disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II untuk selanjutnya siap mengikuti ujian skripsi.

Kendari, 17 Oktober 2022

Dosen Pembimbing I


Alfian Toar SP, MM
Nip:197003212000031001

Dosen Pembimbing II


Adzil Atsvi Sabana SE, ME
Nip:198902232019031008

18/07/23 14.02



Dokumen Pengesahan Ujian Skripsi An. SULFIANTI (19050101118)
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "Strategi Pemasaran Pedagang Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tompano Kec. Pasir Putih Kab. Muna)" yang ditulis oleh SULFIANTI NIM. 19050101118 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari Jumat tanggal 14 Juli 2023 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Alfian Toar SP, MM,	(.....)
Sekretaris	:	Adzil Arsyi Sabana SE, ME	(.....)
Anggota1	:	Miswar Rohansyah, SE, M.SA, Ak.	(.....)
Anggota2	:	Sodiman M.Ag	(.....)



Kendari, 20 Juli 2023
Dekan

Dr. H. Rusdin Muhalling M.El
NIP. 196310292000031001

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :
"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang
Transdisipliner"

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Pedagang Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna)” di bawah bimbingan bapak Alfian Toar SP,MM dan Adzil Arsyi Sabana SE, ME telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiasi, dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 12 Juli 2023

Penulis



Sulfianti

NIM: 19050101118

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulfianti
NIM : 19050101118
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free- Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Strategi Pemasaran Pedagang Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna)”** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kendari

Pada tanggal : 12 Juli 2023

Yang menyatakan



Sulfianti
NIM. 19050101118

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على اشر ف الانبياء و المرسلين سيدنا محمد
وعلى اله و صحبه اجمعين . ا ما بعد

Puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada seluruh manusia yang ada di muka bumi. Sholawat serta salam kami haturkan kepada baginda Rasulullah Shallallahu 'alaihi Wassallam, sebagai tokoh revolusioner yang telah mengubah tatanan kehidupan dari kejahilian menjadi hikmah dan tentram.

Rasa syukur tiada terkira bagi penulis yang telah menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi penelitian ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan khususnya kepada bapak saya La Dale yang sangat mendukung saya dan Ibu saya Wa Pila yang sabar dan memberikan dedikasi, motivasi serta do'a paling tulus sehingga bisa menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini dan memberikan dukungan baik moril, materil yang telah banyak dikorbankan untuk saya.

Dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd sebagai rektor IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi penulis.
2. Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan sarana dan kebijakan dalam studi penyelesaian seluruh peserta didik Jurusan Ekonomi Syariah.
3. Abdul Wahid Mongkito S. Si., M.EI Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah mengarahkan dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam memilih judul penelitian.
4. Alfian Toar SP, MM selaku Pembimbing 1 dan Adzil Arsyi Sabana SE, ME selaku pembimbing 2 saya yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberi bimbingan dan pengarahan, nasihat, dan memberi motivasi serta dengan sabar memberikan bimbingan kepada penulis sehingga hasil penelitian ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.
5. Miswar Rohansyah SE, M. SA, Ak selaku penguji 1 dan Sodiman M.Ag selaku penguji 2 saya yang telah banyak memberikan masukan dan saran kepada penulis sehingga hasil penelitian dapat diselesaikan dengan baik.
6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staff yang berada diruang lingkungan IAIN Kendari.
7. Seluruh keluarga besar terutama saudara/i saya yaitu Delni S.Pd., Liyana, Zahasa dan Ruslan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Buat sahabat saya dari awal perkuliahan Sarasti Hajar, Zarkasi Nur Syarifah dan Ichi Kurnia Ode. Terima kasih atas motivasi dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama penyelesaian penelitian ini.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Kendari, 17 Oktober 2022

Penulis



Sulfianti

Nim 19050101118

ABSTRAK

Sulfianti, Nim: 19050101118. *Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tompano Kabupaten Muna)*. Di bimbing oleh Alfian Toar dan Adzil Arsyi Sabana Program Studi Ekonomi Syariah 2023

Perkembangan di sektor teknologi maupun ekonomi yang terus meningkat mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus berinovasi untuk mempertahankan posisinya, tidak terkecuali pelaku bisnis di pasar tradisional. Pedagang harus mampu menerapkan strategi pemasaran dengan tepat untuk menarik minat beli konsumen agar mampu bertahan diantara banyaknya pesaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pedagang dalam menarik minat beli konsumen di pasar Tompano, strategi pemasaran pedagang dalam menarik minat beli konsumen di pasar Tompano dalam perspektif ekonomi islam dan strategi pemasaran yang diterapkan pedagang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis. Dalam pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode kualitatif, yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan situasi atau kondisi yang bersifat fakta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang di pasar Tompano telah menerapkan *marketing mix* 4P yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), serta promosi (*promotion*) dalam menarik minat beli konsumen. Pedagang di pasar Tompano dapat dengan mudah memilih sasaran pasar dalam menawarkan produk, yang didasari empat indikator utama, yakni produk yang dijual adalah produk yang berkualitas, penetapan harga yang diberikan cukup murah sesuai dengan harga pasar dan terjangkau bagi pembeli, tempat yang strategis, bersih, nyaman dan promosi yang digunakan menggunakan penjualan perorangan dan pemasaran secara langsung. Strategi pemasaran yang diterapkan pedagang sangat mempengaruhi pendapatan pedagang. Tingkat pendapatan pedagang di pasar Tompano rata-rata Rp. 1.461.750 dan semua data besaran $R > C$ Ratio > 1 yang berarti usaha yang dijalankan pedagang di pasar Tompano mengalami keuntungan. Strategi pedagang di pasar Tompano ditinjau dalam perspektif ekonomi islam sudah sesuai dengan syariat islam dari segi produk, harga, tempat dan promosi. Sudah sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah yaitu ketuhanan, etis, realistis dan humanistis serta tidak melakukan jenis transaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam seperti *tadlis*, *gharar*, *riba* dan *ikhtikar*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pedagang, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Sulfianti, Nim: 19050101118. *Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tompano Kabupaten Muna)*. Guided by Alfian Toar and Adzil Arsyi Sabana Islamic Economics Study Program 2023

Developments in the technology and economic sectors that continue to increase require business people to continue to innovate to maintain their position, including business people in traditional markets. Merchants must be able to implement appropriate marketing strategies to attract consumer buying interest in order to survive among the many competitors.

This study aims to determine the marketing strategies of traders in attracting consumer buying interest in the Tompano market, the marketing strategies of traders in attracting consumer buying interest in the Tompano market in an Islamic economic perspective and the marketing strategies applied by traders affecting the income of traders.

The type of research used in this research is qualitative research using a descriptive analysis approach. In collecting the data this research used the method of observation, interviews and documentation. Then the data obtained were analyzed using qualitative methods, which are intended to describe situations or conditions that are factual.

The results of this study indicate that traders in the Tompano market have implemented the 4P marketing mix, namely product, price, place, and promotion in attracting consumer buying interest. Traders in the Tompano market can easily choose the target market in offering products, which is based on four main indicators, namely the products being sold are quality products, the prices given are quite cheap in accordance with market prices and affordable for buyers, a strategic place, clean, convenience and promotion used using personal selling and direct marketing. The marketing strategy applied by the trade greatly influences the trader's income level. The average income level of traders in the Tompano market is Rp. 1,461,750 and all the data are $R > C$ Ratio > 1 which means that the business carried out by traders in the Tompano market is profitable. The trader's strategy at the Tompano market viewed from an Islamic economic perspective is in accordance with Islamic law in terms of product, price, place and promotion. It is in accordance with the characteristics of sharia marketing, namely divinity, ethics, realistic and humanistic and does not carry out types of transactions that are not in accordance with Islamic law such as *tadlis*, *gharar*, *usury* and *endeavors*.

Keywords: Marketing Strategy, Traders, Consumer Purchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Defenisi Operasional	6
1.7 Sistematika Pembahasan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Strategi Pemasaran	13
2.2.1.1. Pengertian Strategi	13
2.2.1.2. Pengertian Pemasaran	13
2.2.1.3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	15
2.2.1.4. Tujuan Strategi Pemasaran	19
2.2.2. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	20
2.2.3. Pedagang	27
2.2.4. Pendapatan	28
2.2.5. Minat Beli Konsumen	31
2.2.5.1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	31
2.2.5.2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	33

2.3. Kerangka Pikir	35
2.4. Grand Teori	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	38
3.3. Data dan Sumber Data	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.1. Sejarah Berdirinya Pasar Tompano	44
4.1.2. Letak Geografis Pasar Tompano	45
4.1.3. Jenis-Jenis Pedagang di Pasar Tompano	45
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna	47
4.2.2. Strategi Pemasaran yang diterapkan Pedagang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang	55
4.2.3. Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna dalam Perspektif Ekonomi Islam	63
4.3. Pembahasan	73
4.3.1. Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna	73
4.3.2. Strategi Pemasaran yang diterapkan Pedagang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang	79
4.3.3. Strategi Pemasaran Pedagang dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Pasar Tompano Kecamatan Pasir Putih Kabupaten Muna dalam Perspektif Ekonomi Islam	82

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	91

5.3. Limitasi Penelitian..... 92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1. Jumlah Pedagang di Pasar Tompano.....	46
1.2. Daftar Informan.....	47
1.3. Pendapatan Penjualan /Hari Pedagang di Pasar Tompano.....	58
1.4. Total Pendapatan /Bulan Pedagang di Pasar Tompano.....	59
1.5. Total Biaya /Bulan Pedagang di Pasar Tompano.....	60
1.6. Laba /Bulan Pedagang di Pasar Tompano	61
1.7. Kriteria Pengukuran Rasio R/C.....	62
1.8. Rasio R/C Pedagang di Pasar Tompano	62

