

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Letak Geografis

Lokasi pasar bitingan Kudus ini terbilang strategis, tepatnya ber-lokasikan di Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. Berikut ini diskripsi letak geografis pasar bitingan Kudus:

| | |
|-----------------|---|
| Sebelah Timur | : Hypermart Kudus |
| Sebelah Barat | : Wisma karyawan djarum Kudus |
| Sebelah Utara | : PT. Nojorono Tobacco Internasional |
| Sebelah Selatan | : RSUD Loekmono Hadi Kudus ¹ |

b. Sejarah Singkat Pasar Bitingan Kudus

Pasar bitingan Kudus atau yang lebih dikenal dimasyarakat “Pasar Anyar”. berlokasikan di jalan Mayor Basuno, Desa Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan seperti buah-buahan, aneka sayuran, dan hasil bumi lainnya yang berasal dari berbagai wilayah disekitar kudus. Selain itu, pasar bitingan Kudus juga terkenal sebagai pusat perbelanjaan seperti sembako, pakaian, aksesoris badan, peralatan rumah tangga, dan lain- lain. pasar bitingan beroperasi selama 24 jam, dari pukul 05.00 WIB. gedung pasar dibuka, dan aktifitas dimulai pada jam 07.00 WIB. sampai sore hari sekitar jam 17.00 WIB. Setelah itu gedung pasar ditutup, dan biasanya para pedagang seperti pedagang grosir buah-buahan, sayuran, dan hasil bumi lainnya mulai berjualan diluar gedung pasar sampai pagi hari.

Awal berdirinya pasar bitingan Kudus belum ada yang tahu pastinya. Pada tahun 1998 terjadi pembangunan terhadap pasar bitingan oleh PT. KAI dan Pemkab. Dengan luas tanah 17.410 m², dan luas bangunan 15.428 m². Pasar bitingan Kudus di bangun atas 3 lantai dengan pedagang yang mencapai 1000an lebih dengan jumlah kios yang 400 an.

Pasar bitingan Kudus pernah terbakar tahun 2008 yang lalu, dan telah terjadi pembangunan kembali dengan anggaran

¹ Hasil Observasi di Pasar Bitingan, Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, 20 Juni 2022

APBD sekitar Rp. 7,7 Miliar. Perbaikannya dilakukan secara bertahap, alasannya jika dibongkat total tentunya akan membutuhkan dana yang lebih besar juga.²

Pedagang dipasar bitingan dibagi menjadi beberapa kelompok diantaranya pedagang sembako, pedagang sayuran dan buah-buahan, pedagang pakaian dan aksesoris, serta pedagang perabotan rumah tangga.

| Pedagang | Presentese (%) |
|-------------------------|-----------------------|
| Sembako | 50% |
| Sayuran dan Buah-buahan | 30% |
| Pakaian dan Aksesoris | 15% |
| Peralatan Rumah Tangga | 5 % |

Rata-rata pedagang dipasar bitingan Kudus adalah pedagang Sembako. Biasanya pedagang sembako ada yang di dalam gedung pasar (pada saat pagi-sore hari) dan juga ada di sekitar gedung (pada saat malam hari sampai pagi hari). Oleh sebab itu pedagang sembako memang terbilang lebih banyak dari pedagang yang lain.³

c. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari berdirinya pasar bitingan Kudus, diketahui sebagai berikut:⁴

1. Visi
 - mewujudkan suatu pusat usaha perdagangan yang maju dan dapat mempunyai daya saing di pasar global.
2. Misi
 - a) memajukan fasilitas dalam menjalankan usaha perdagangan dengan sasaran utamanya adalah perdagangan pada skala mikro kecil dan menengah
 - b) meningkatkan pelayanan di pasar tradisional yang nyaman, tidak kumuh dan tertib serta dengan harga yang terjangkau.
 - c) Meningkatkan pengawasan aktivitas perdagangan dipasar tradisional.

² Mohammad Toha, wawancara oleh penulis, 20 Juni 2022, wawancara, transkrip

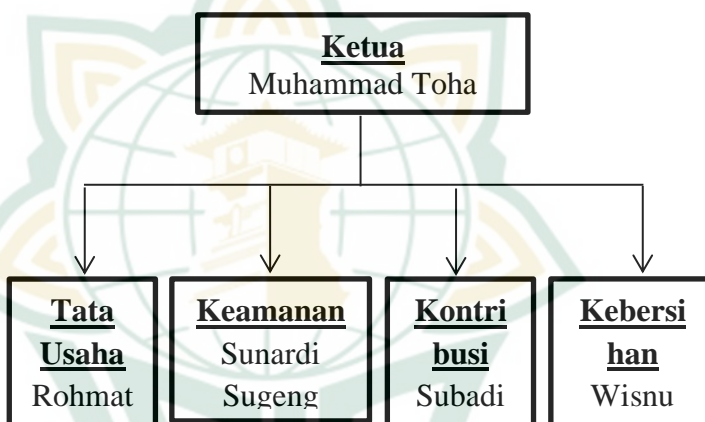
³ Mohammad Toha, wawancara oleh penulis, 20 Juni 2022, wawancara, transkrip

⁴ Mohammad Toha, wawancara oleh penulis, 20 Juni 2022, wawancara, transkrip

d. Struktur Organisasi Kepengurusan Pasar Bitingan Kudus

Struktur organisasi dibuat untuk tujuan agar para anggota dalam kepengurusan pasar bitingan Kudus dapat bekerja sama dalam mengelola pasar secara efektif dan efisien untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Pada masing-masing anggota kelompok terdapat adanya penanggung jawab atas tugas yang dilimpahkan kepada anggota kelompoknya. Berikut struktur organisasi dari kepengurusan pengelolaan pasar bitingan Kudus:⁵

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kepengurusan Pasar Bitingan Kudus



Dari bagan struktur organisasi diatas dijelaskan tugas dan tanggung jawab masing- masing bagian sebagai berikut:

- a) Ketua
Ketua adalah seseorang yang memiliki wewenang dan tanggung jawab atas pengelolaan pasar bitingan Kudus
- b) Tata usaha
Bagian Tata usaha adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab atas dana pemasukan serta pengeluaran dalam pengelolaan pasar bitingan Kudus
- c) Keamanan
Bagian Keamanan adalah seseorang yang bertanggung jawab terhadap atas keamanan yang terjadi di pasar bitingan Kudu.

⁵ Mohammad Toha, wawancara oleh penulis, 20 Juni 2022, wawancara, transkrip

- d) Kontribusi
Bagian kontribusi adalah seseorang yang ikut serta dalam segala bentuk kegiatan pengelolaan pasar bitingan Kudus.
- e) Kebersihan
Bagian kebersihan adalah seseorang yang bertanggung jawab atas kebersihan pasar bitingan Kudus.

2. Diskripsi Data

a. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pemasar Bawang Merah menurut Integrasi Pasar Di Pasar Bitingan Kudus

1) Integrasi Pasar Pada Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Bitingan Kudus

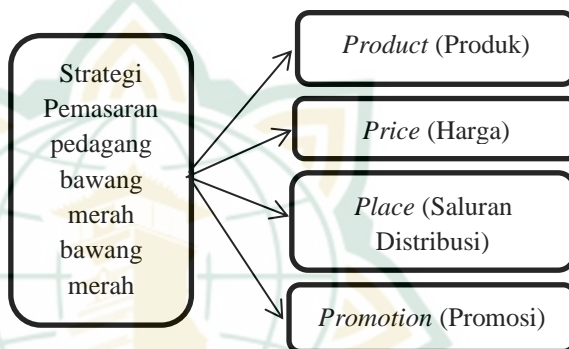
Dalam pemasaran bawang merah memang tidak terlepas dari adanya pengaruh integrasi pasar yang dapat berpengaruh terhadap harga bawang merah. Integrasi pasar adalah hubungan keterikatan pasar (antara pasar satu dengan pasar lain), karena hal tersebut maka jika terjadi penurunan maupun kenaikan harga bawang merah pada pasar induk maka pada pasar dibawahnya pun akan sama (pencecer) yang juga pada tingkat petani pun mau tidak mau harus berubah. Sering kali pada tingkat petani tidak mau menurunkan harganya saat terjadinya penurunan harga, itu menjadi kesulitan tersendiri bagi pedagang dan/ supliyer dalam mendapatkan bawang merah. Begitupun jika harga bawang merah naik, maka akan sulit juga dalam menjual bawang merah kepada konsumen dan konsumen tentunya tidak akan mudah untuk langsung menerima harga tersebut. Jika pemasar bawang merah tidak dapat mengatasi itu maka akan terjadi kerugian yang terus menerus berulang tiap adanya perubahan harga pada bawang merah. Perubahan harga mengakibatkan persaingan dalam pemasaran bawang merah juga semakin ketat.

2) Startegi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Pedagang Bawang Merah di Pasar Bitingan Kudus Dalam Menghadapi Integrasi Pasar

Dalam menghadapi intergrasi pasar terhadap pemasaran bawang merah yang mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam usaha/bisnis, perlu adanya sebuah strategi dalam pemasaran terhadap bawang merah untuk mengatasi persaingan yang ada. Berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan, diketahui

bahwa pedagang bawang merah di pasar bitingan Kudus melakukan strategi pemasaran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang berisi tentang 4P yaitu; Produk (*Product*), harga (*Price*), Saluran Distribusi (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

Gambar 4.2
Strategi Pemasaran Yang Dilakukan
Pedagang Bawang Merah di Pasar Bitingan
Kudus



a) Produk (*Product*)

Produk adalah barang atau jasa yang dapat ditawarkan dipasar untuk dapat meraih perhatian, permintaan, penggunaan atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶ Pedagang/pemasar bawang merah membeli barang bawang merah kepada supliyer untuk kemudian diproses (disortir) sebelum kemudian dapat dipasarkan kepada konsumen. Dari wawancara yang telah dilakukan, Para pedagang bawang merah senantiasa memperhatikan kualitas dari produk yang dijual. Memilih jenis bawang merah yang tepat untuk para konsumen akan menambah nilai plus untuk usaha mereka. Seperti membedakan ukuran bawang, jenis bawang (seperti bawang jawa dan luar jawa), dan harga bawang. Karena para konsuemen/ pembeli pastilah akan membandingkan antara barang, kualitas barang, dan harga bawang merah.

⁶ M. Fuad, DKK, *Pengantar Bisnis*, 128-129

b) Harga (*Price*)

Penentuan harga merupakan bagian dari hal yang penting dalam menjalankan usaha. Harga yang ditetapkan haruslah mampu menutupi seluruh biaya yang sudah keluar untuk proses produksi ditambah dengan besarnya persentase keuntungan/laba yang diinginkan.⁷ Dalam menentukan harga untuk bawang merah haruslah tepat, karena kesalahan sedikit saja akan menimbulkan kerugian untuk para pemasar/pedagang bawang merah. Untuk itu dalam penentuan harga dari saat pembelian bawang merah dari para supliyer bawang merah (sebelum adanya proses sortir bawang merah) hingga sampai kepada konsumen/pembeli maka dalam perhitungannya haruslah tepat dan teliti. Biasanya para pemasar bawang merah dalam menentukan keuntungan sekitar 50.000 – 100.000 dari seluruh penjualan bawang merah sehari. Akan tetapi karena terjadinya integrasi pasar pada pemasaran bawang merah yang mengakibatkan perubahan harga yang tidak menentu tiap waktunya yang mengakibatkan Terkadang mereka juga tidak akan mengalami keuntungan dan justru mengalami kerugian. Biasanya mereka yang tidak akan menyetok bawang merah terlalu banyak agar jika terjadi penurunan harga maka mereka tidak akan mengalami kerugian yang semakin panjang. Dalam pemasaran bawang merah memang tidaklah mudah, karena harus menyesuaikan dengan harga pasar dan sewaktu-waktu haruslah siap untuk menghadapi kerugian itu. Karna kestabilan harga bawang merah sangatlah mempengaruhi keberhasilan usaha.

c) Saluran Distribusi (*Place*)

Penempatan suatu barang atau jasa ditempat yang tepat, kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, dan harga yang tepat, serta waktu yang tepat pula, tentunya butuh saluran distribusi yang haruslah tepat pula. kekeliruan dalam pemilihan sebuah saluran distribusi akan mengganggu jalannya suatu transaksi barang dari pemasar ke tangan konsumennya. Oleh sebab itu, dalam pemilihan saluran distribusi yang

⁷ M. Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, 129

tepat akan membantu dalam mencapai sebuah target penjualan yang diharapkan.⁸ Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, para pedagang/pemasar bawang merah memasarkan produk/ barang dagangan kepada konsumen di sekitar gedung pasar bitingan Kudus pada malam sampai pagi hari. Para pedagang/ pemasar bawang merah biasa berjualan di pinggir jalan ataupun di teras-teras toko yang tertutup disekitar gedung pasar bitingan Kudus. Dapat dilihat bahwa para pedagang bawang merah tidak memiliki kios untuk berjualan.⁹ Menurut wawancara yang telah dilakukan, pedagang lebih memilih untuk berjualan disekitar gedung pasasr bitingan kudus, karena selain sewa ruko yang terbilang mahal, juga karna pembeli atau konsumen bawang merah lebih banyak pada malam sampai pagi hari.¹⁰

d) Promosi (*Promotion*)

Dalam memasarkan suatu produk/ barang dagangan dapat dilakukan dengan melakukan sebuah promosi. Promosi dapat dilakukan melalui pembicaraan mulut ke mulut secara langsung yaitu dengan menggunakan komunikasi non formal tentang keunggulan/kegunaan suatu produk tersebut kepada konsumennya. Pemasar memerankan peran yang sangat penting dalam bersosialisasi dengan masyarakat dari mulut ke mulut. Sangat penting untuk tidak memikirkan ini secara harfiah. Dari mulut ke mulut ini juga dapat beredar melalui internet. Memanfaatkan sosial media secara efektif dan memungkinkan untuk dapat menjadi salah satu aset yang dipunyai dalam menaikkan keuntungan secara online.¹¹ Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, promosi yang dilakukan oleh para pedagang/ pemasar bawang merah dipasar bitingan Kudus yaitu secara langsung (tatap muka). Hal itu untuk mempermudah konsumen mengetahui kondisi

⁸Saida zainurussalamia, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*, 41

⁹ Hasil Observasi di Pasar Bitingan, Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, 24 Oktober 2021

¹⁰ Azis, wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

¹¹Tengku Firly Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran...*, 17-18

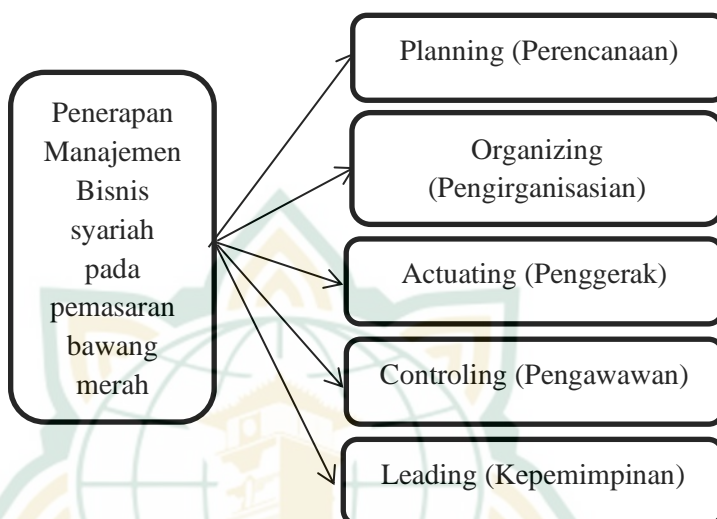
dan jenis bawang merah kita secara langsung. Selain itu, juga disebabkan karena sifat bawang merah yang tidak tahan lama (mudah membusuk) apalagi jika cuaca tidak mendukung maka bawang merah akan gampang busuk sehingga promosi secara langsung adalah hal yang tepat agar pedagang/ pemasar bawang merah dapat langsung menjual/ menawarkannya kepada konsumen. Ada juga yang lewat sosial media seperti whatsapp akan tetapi dikirim keluar pulau jawa.¹²

b. Penerapan Manajemen Bisnis Syariah Pada Strategi Pemasaran Menurut Integrasi Pasar Bawang Merah Dipasar Bitingun Kudus

Pemasaran bawang merah yang terbilang sering terjadi ketidakstabilan harga karena adanya integrasi pasar yang mengakibatkan harga bawang merah di pasar satu dengan pasar yang lain saling mempengaruhi. Untuk itu pedagang bawang merah berusaha untuk melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk kelangsungan usahanya. Dan dalam menjalankan strategi usaha tersebut tentunya memerlukan adanya manajemen usaha/ bisnis yang tepat untuk mengatur strategi pemasaran agar dapat dijalankan dengan baik, tepat dan tentunya sesuai dengan ketentuan syari'at islam. Berikut adalah mengenai bagaimana menerapkan manajemen dalam usaha pemasaran bawang merah berdasarkan ketentuan syariat islam:

¹² Sumber , wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

Gambar 4.3
Penerapan Manajemen Bisnis syariah pada pemasaran bawang merah



1) Planning (Perencanaan)

Perencanaan merupakan suatu hal pasti untuk dapat menjalankan sebuah manajemen yang tepat. Untuk membuat sebuah perencanaan yang tepat seseorang harus berpandangan jauh kedepan dan memikirkan jauh-jauh sebelum dilakukannya suatu tindakan. Dengan adanya sebuah perencanaan diharapkan untuk tidak terjadinya suatu kesalahan.¹³ Dalam membuat suatu usaha/ bisnis haruslah memerlukan perencanaan yang baik, perencanaan yang baik dan matang akan membuat suatu strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik pula. berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Yanti selaku pedagang bawang merah dipasar bitingang Kudus, Beliau melakukan perencanaan usaha untuk dapat menjalankan usaha perdagangannya seperti memastikan kualitas suatu produk, mencari informasi harga terhadap produk, dan merencanakan suatu promosi untuk produk dagangannya.¹⁴ Perencanaan usaha sangat begus dilakukan sebelum melakukan suatu usaha karna

¹³ M. Ihsan Said Ahmad, Dkk, *Pengantar Manajemen*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 11

¹⁴ Yanti, wawancara oleh penulis, 12 mei 2022, wawancara, transkrip

membantu pedagang untuk menganalisis terlebih dahulu sebelum melakukan usaha atau akan melakukan suatu usaha perdagangan itu.

2) Organizing (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan suatu proses yang berkaitan dengan bagaimana strategi yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang telah disusun didalam sebuah struktur organisasi yang tepat, tangguh, dan kondusif sehingga tujuan usaha dapat dicapai secara efektif dan efisien.¹⁵ Dalam sebuah usaha/ bisnis perdagangan, pengorganisasi berperan sebagai sesuatu yang sangat penting untuk dapat menjalankan suatu strategi yang telah di rumuskan dan dijalankan secara terorganisasi. Biasanya dalam menjalankannya tentunya memerlukan beberapa orang yang saling bekerja sama didalam sebuah tim/ kelompok dan menjalankan tugas sesuai diinstruksikan untuk kelangsungan suatu usaha. akan tetapi dalam pemasaran bawang merah di pasar biringan Kudus ini, pedagang/pemasar bawang merah melakukan pemasaran bawang merah secara individu, akan tetapi mereka bekerja sama dengan para supliyer bawang merah. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Karminah selaku pedagang bawang merah di pasar biringan Kudus, Dalam memasarkan bawang merah dipasar biringan Kudus. Beliau tidak mempunyai sebuah tim kerja untuk menjalankan usahanya. Beliau bekerja secara individu karena dirasa usaha yang mereka jalankan tidak memerlukan tim kerja. Akan tetapi Beliau kerjasama dengan para supliyer untuk mendapatkan produk/ barang dagangan dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan harga pasar.¹⁶ Hal ini sangat penting untuk tetap menjalankan kerjasama antara pedagang dan supliyer bawang merah. Karena pedagang/ pemasar bawang merah tentunya tidak mau membeli bawang merah yang mempunyai kualitas yang kurang baik dan dengan diatas harga pasar atau jauh lebih tinggi, mereka akan mencari

¹⁵ Saifudin, *Manajemen Bisnis di Era Disrupsi*, (Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2022), 7

¹⁶ Karminah, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara transkrip

produk bawang merah dengan kualitas yang baik dan harga yang sesuai dengan harga pasar pada umumnya untuk barang yang ditawarkan.

3) Actuating (Penggerak)

Actuating merupakan usaha untuk menggerakkan seseorang dengan sedemikian rupa sehingga mereka dapat mempunyai keinginan dan berupaya untuk dapat meraih tujuan usaha.¹⁷ Penggerak/dorongan ini dapat dilakukan untuk mencapai tujuan usaha/ bisnis agar suatu usaha/ bisnis itu dapat berjalan dengan lancar. Dalam melakukan pemasaran bawang merah tentunya para pedagang/ pemasar bawang merah tidak terlepas dari sebuah penggerak/ dorongan dalam melakukan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Yanti selaku pedagang bawang merah di pasar bitingan Kudus, dalam menjalankan usaha bawang merah dipasar bitingan Kudus, Beliau memerlukan sebuah penggerak/ dorongan dalam menjalankan usaha agar dapat bersemangat dan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Penggerak/ dorongan dapat berupa keinginan ingin merubah hidup menjadi lebih baik serta mencari rizki yang halal.¹⁸ penggerak/ dorongan sangatlah penting untuk seorang karyawan/ pedagang karna dengan penggerak/ dorongan membuat seseorang akan mau berpikir untuk berusaha dengan bersungguh- sungguh. Dalam agama islam, bersungguh-sungguh dalam usaha sangat di cintai Allah SWT.

4) Controlling (Pengawasan)

Melakukan pengawasan bertujuan untuk dapat membuat sebuah penilaian, bila perlukan mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan agar usaha perdagangan/ pemasaran tersebut berjalan sesuai dengan tujuan semula dalam menjalankan usaha.¹⁹ Dalam melaksanakan suatu usaha perlulah adanya sebuah pengawasan usaha baik itu dalam proses maupun pada

¹⁷ Vina Novela, *Dasar- Dasar Manajemen Kesehatan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 32

¹⁸ Yanti, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara, transkrip

¹⁹ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Grobogan: CV. Sarnu Untung, 2020), 25

pemasaran usaha agar tidak terjadi kesalahan dalam menjalankan usaha tersebut. Begitupun dalam menjalankan usaha perdangan/pemasaran bawang merah tentulan memerlukan sebuah pengawasan usaha. berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sumber selaku pedagang bawang merah di pasar bitingan Kudus, Beliau melakukan sebuah pengawasan/ pengecekan dalam usaha seperti melakukana pengecekan kualitas produk, harga, informasi pasar, dan lain-lain.²⁰ Dalam menjalankan sebuah usaha, tentunya perlu melakukan sebuah pengawasan terhadap usaha yang dijalankan. Agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan prinsip- prinsip islam.

5) Leading (Kepemimpinan)

Kepemimpinan merupakan kesanggupan seseorang untuk dapat memberi pengaruh, memberi motivasi, dan memberi arahan kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu.²¹ Dalam menjalankan suatu usaha tentulah adanya seorang khalifah/ pemimpin untuk mengendalikan suatu usaha itu. Usaha yang berhasil bukan hanya karena strategi pemasarannya yang hebat akan tetapi juga ditentukan oleh bagaimana khalifah-nya menjalankan usahanya. Begitupun dalam menjalakan pemasaran bawang merah tentu harus dilakukan dengan bersungguh-sungguh dan penuh keyakinan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Aziz selaku pedagang bawang merah di pasar bitingan Kudus, dalam menjalankan usaha perdagangan bawang merah dipasar bitingan Kudus, Beliau berusaha untuk menjalankan usah tersebut dengan bersungguh-sungguh.²²

²⁰ Sumber, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara transkrip

²¹ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, 26

²² Aziz, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara, transkrip

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Pemasar Bawang Merah Menurut Integrasi Pasar di Pasar Bitingan Kudus

a. Integrasi Pasar Pada Pemasaran Bawang Merah di Pasar Bitingan Kudus

Dalam pemasaran bawang merah tentunya tidak bisa terlepas dari adanya integrasi pasar. Integrasi atau keterpaduan pasar merupakan suatu penghubung yang memiliki efisiensi pemasaran. Khususnya efisien harga yaitu perhitungan yang menunjukkan seberapa besar perubahan terhadap harga yang sedang terjadi pada pasar acuan (pasar di tingkat yang lebih tinggi, misalnya ditingkat pedagang eceran) akan mengakibatkan terjadinya perubahan terhadap pasar pengikutnya (misalnya pasar di tingkat petani).²³ Integrasi pasar perlu dipelajari karena memberikan informasi mengenai kemampuan suatu produk untuk dapat menyesuaikan harga dari pasar yang satu dengan pasar yang lain, yang juga menunjukkan efisiensi pasar. Integrasi terhadap suatu harga dapat terjadi dipasar mana saja ketika suatu harga produk dilokasi pasar berbeda dapat dapat mengikuti pola yang sama terhadap pasar yang lain dengan waktu yang lama. integrasi pasar dapat terjadi karena disengaja, misal melalui upaya pemerintah dalam menerapkan suatu strategi untuk tujuan pengendalian ekonomi, juga dapat disebabkan karena faktor pergeseran penawaran dan permintaan yang kemudian memiliki efek yang melimpah pada beberapa pasar. Ketika terjadi adanya integrasi pasar, maka bisa saja akan timbul efek yang mendorong perubahan pergeseran yang serupa pada pasar lain dengan produk yang sama.²⁴

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah dipasar bitingan Kudus menyatakan bahwa terkadang pedagang harus melakukan pengurangan harga bawang merah jika terjadi perubahan harga pada pasar induk kearah penurunan dan barang masih belum terjual. Hal itu menyebabkan keuntungan yang berkurang drastis ataupun

²³ Nunung Kusnadi, Dkk, *Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*, 40

²⁴ Bambang Siswadi, Asnah, dan Dyanasari, *Integrasi Pasar dan Transmisi Harga Dalam Pasar Pertanian*, 3-4

kerugian.²⁵ berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa dalam melakukan pemasaran produk terutama produk bawang merah tentunya diperlukan sebuah pengetahuan mengenai informasi terhadap harga bawang merah tiap waktunya, pedagang harus selalu update terhadap harga bawang merah setiap waktu dan bagaimana cara untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha/ bisnis perdagangan tersebut yaitu dengan cara melakukan sebuah strategi pada pemasaran pada Usahanya.

b. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Pedagang Bawang Merah di Pasar Bitungan Kudus Dalam Menghadapi Integrasi Pasar

Seperti yang telah dijelaskan bahwa integrasi pasar memang sangat mempengaruhi terhadap usaha/ bisnis. Dalam menghadapi integrasi pasar tersebut tentunya memerlukan suatu strategi yang tepat. Secara umum suatu strategi mau tidak mau haruslah diterapkan dalam setiap usaha/ bisnis yang akan dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha/bisnis serta dapat memenangkan pasar, meskipun pada usaha sederhana sekalipun. Sebagaimana yang haruslah diterapkan pada usaha pemasaran bawang merah dipasar bitungan Kudus. Melihat dari wawancara yang telah dilakukan dengan para pedagang bawang merah dipasar bitungan Kudus, sebagian besar para pedagang bawang merah dipasar bitungan Kudus melakukan strategi pemasaran secara tidak langsung yaitu bauran pemasaran 4P (Product (*produk*), Price (*harga*), Place (*distribusi*), dan Promotion (*promosi*)).

1) Product (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang dapat ditawarkan dipasar untuk dapat meraih perhatian, permintaan, penggunaan atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen akan membeli produk tersebut jika dirasa cocok dengan keinginan atau kebutuhan mereka. Sebab itulah, produk haruslah dapat menyesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan dari konsumen, supaya pemasaran suatu produk dapat meraih hasil. Dengan demikian, dalam pembuatan atau penjualan suatu produk

²⁵ Azis, wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

sebaiknya lebih ditekankan pada permintaan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal kualitas mutu produk, kemasan produk, dan lain-lain. karena itulah tanggung jawab dari seseorang yang menjalankan pemasaran pastinya tidaklah mudah, harus dapat disesuaikan dengan kemampuan seseorang dengan keinginan pasar (konsumennya).²⁶

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah di Pasar Bitingan Kudus melakukan strategi terhadap produk yang mereka akan jual atau pasarkan, seperti memastikan kualitas terhadap produk bawang merah yang belum diproses dari supliyer agar nantinya setelah disortir maka produk tersebut dapat diterima oleh konsumen.²⁷ Dalam melakukan pemasaran produk, tentunya memastikan kualitas suatu produk yang akan dipasarkan atau ditawarkan kepada konsumen sangat penting karena memastikan kepuasan konsumen adalah hal yang paling utama dilakukan agar suatu usaha itu dapat bertahan dan berkembang nantinya. Dalam hal ini, pedagang bawang merah berusaha menawarkan produk dengan kualitas yang baik dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen terhadap produk bawang merah yang mereka pasarkan dan mempertahankannya.

2) Price (Harga)

Penentuan harga merupakan bagian dari hal yang penting dalam menjalankan usaha. Harga yang ditetapkan haruslah mampu menutupi seluruh biaya yang sudah keluar untuk proses produksi ditambah dengan besarnya persentase keuntungan/laba yang diinginkan. Jika suatu harga yang telah ditetapkan itu diatas harga pasar, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pastinya konsumen dan volume penjualan akan mengalami penurunan. Akibat dari hal tersebut adalah semua biaya yang telah dikeluarkan tidak mampu tertutupi, dan pedagang/pemasar akan mengalami kerugian. maka, salah satu prinsip dalam menentukan suatu harga adalah berpijak pada

²⁶ M. Fuad, DKK, *Pengantar Bisnis*, 128-129

²⁷ Yanti, wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

kemampuan konsumen terhadap harga yang telah ditetapkan dengan jumlah yang mencukupi untuk dapat menutupi seluruh biaya yang sudah dikeluarkan serta persentase keuntungan/laba yang diinginkan.²⁸

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah di Pasar Bitingan Kudus berusaha untuk memberikan harga sesuai sedang pasar dan sesuai dengan kualitas dari produk yang dipasarkan. Seperti bekerja sama dengan supliyer untuk mendapatkan harga yang tidak terlalu tinggi dan dengan kualitas yang dapat bersaing dengan harga bawang merah dari pedagang yang lain.²⁹ Dalam melakukan pemasaran suatu produk tentunya memastikan tetepatan dalam menetapkan harga yang sesuai dengan pasar sangatlah penting agar konsumen tidak beralih kepada pedagang lain yang dapat menimbulkan penurunan pendapatan. Dalam hali ini, pedagang bawang merah berusaha untuk mendapatkan harga dapat dijangkau dan sesuai dengan harga pasar dan tentunya dengan kualitas produk yang baik.

3) Place (Distribusi)

Penempatan suatu barang atau jasa ditempat yang tepat, kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, dan harga yang tepat, serta waktu yang tepat pula, tentunya butuh saluran distribusi yang haruslah tepat pula. kekeliruan dalam pemilihan sebuah saluran distribusi akan mengganggu jalannya suatu transaksi barang dari pemasar ke tangan konsumennya. Oleh sebab itu, dalam pemilihan saluran distribusi yang tepat akan membantu dalam mencapai sebuah target penjualan yang diharapkan.³⁰

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, para pedagang/ pemasar bawang merah memasarkan produk/ barang dagangan kepada konsumen di sekitar gedung pasar bitingan Kudus pada malam sampai pagi hari. Para pedagang/ pemasar bawang merah biasa

²⁸M. Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, 129

²⁹ Sumber, wawancara dengan penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

³⁰Saida zainurussalamia, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*,

berjualan di pinggir jalan ataupun di teras-teras toko yang tertutup disekitar gedung pasar bitingan Kudus. Dapat dilihat bahwa para pedagang bawang merah tidak memiliki kios untuk berjualan.³¹ Menurut wawancara yang telah dilakukan, pedagang lebih memilih untuk berjualan disekitar gedung pasasr bitingan kudus, karena selain sewa ruko yang terbilang mahal, juga karna pembeli atau konsumen bawang merah lebih banyak pada malam sampai pagi hari.³² Hal itu sebenarnya sangat berisiko terhadap para pedagang/ pemasar, karena suatu waktu bisa saja mengalami pengusiran/ penggusuran tempat jualan mereka karena ketidakpastian hukum terhadap tempat distribusi tersebut. Akan tetapi jika dilihat dari omzet penjualannya, pemasaran bawang merah dipasar bitingan Kudus yang berjualan disekitar gedung pasar termasuk cukup memberi keuntungan jika dibandingkan dengan berjualan pada kios- kios karna bisa dibilang para calon konsumen/ pembeli bawang merah lebih banyak pada saat malam hari dan lebih memermudah bagi para calon konsumen untuk menjangkau tempat jualannya.

4) **Promotion (Promosi)**

Dalam memasarkan suatu produk/ barang dagangan dapat dilakukan dengan melakukan sebuah promosi. Promosi dapat dilakukan melalui pembicaraan mulut ke mulut secara langsung yaitu dengan menggunakan komunikasi non formal tentang keunggulan/kegunaan suatu produk tersebut kepada konsumennya. Pemasar memerankan peran yang sangat penting dalam bersosialisasi dengan masyarakat dari mulut ke mulut. Sangat penting untuk tidak memikirkan ini secara harfiah. Dari mulut ke mulut ini juga dapat beredar melalui internet. Memanfaatkan sosial media secara efektif dan memungkinkan untuk dapat menjadi salah satu aset yang dipunyai dalam menaikkan keuntungan secara online.³³

³¹ Hasil Observasi di Pasar Bitingan, Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, 24 Oktober 2021

³² Azis, wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

³³Tengku Firly Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran...*, 17-18

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, promosi yang dilakukan oleh para pedagang/ pemasar bawang merah dipasar bitingan Kudus yaitu secara langsung (tatap muka). Hal itu untuk mempermudah konsumen mengetahui kondisi dan jenis bawang merah kita secara langsung. Selain itu, juga disebabkan karena sifat bawang merah yang tidak tahan lama (mudah membusuk) apalagi jika cuaca tidak mendukung maka bawang merah akan gampang busuk sehingga promosi secara langsung adalah hal yang tepat agar pedagang/ pemasar bawang merah dapat langsung menjual/ menawarkannya kepada konsumen. Ada juga yang lewat sosial media seperti whatsapp akan tetapi dikirim keluar pulau jawa.³⁴ Dalam hal ini, berarti dalam penjualan bawang merah di pasar bitingan Kudus dilakukan secara langsung (tatap muka), karena promosi yang dilakukan dengan sosial media hanya untuk mempromosikan ke luar pulau jawa. Dalam memasarkan produk tentunya memerlukan ketepatan dalam melakukan promosi produk. Karena sifat bawang merah sendiri yang mudah membusuk serta terjadinya integrasi pasar sehingga tidak disarankan untuk menjualnya secara online karena tentunya akan menyulitkan bagi pedagang bawang merah sendiri dalam menetapkan harga dan tentunya risiko mengalami kerugian yang semakin besar.

2. Analisis Data Penerapan Manajemen Bisnis Syariah Pada Strategi Pemasaran Bawang Merah Menurut Integrasi Pasar Di Pasar Bitingan Kudus

Dalam setiap kegiatan usaha tentunya memerlukan adanya sebuah manajemen usaha/ bisnis yang tepat untuk mengatur agar usaha/ bisnis itu dapat berjalan seperti yang diharapkan dan untuk menangani risiko yang mungkin akan dihadapi dalam usaha/ bisnis.

manajemen merupakan suatu struktur kerja yang dapat memberikan bimbingan atau pengarahan terhadap suatu kelompok/individu untuk meraih tujuan usaha secara nyata.³⁵ Sedangkan strategi sebagai rencana yang menggambarkan arah suatu usaha yang diikuti dengan lingkungan yang dipilih dan

³⁴ Sumber , wawancara oleh penulis, 24 Oktober 2021, wawancara, transkrip

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 75

merupakan suatu pedoman untuk dapat mengaplikasikan sumber daya yang ada.³⁶ Adanya manajemen didalam strategi usaha/ bisnis adalah untuk dapat menentukan tujuan dari usaha, sumber daya yang ada, dan memanfaatkan sumber daya itu agar dapat digunakan secara efektif untuk terpenuhinya tujuan dari strategi usaha tersebut.³⁷ Dalam usaha pemasaran bawang merah dipasar bitingan Kudus juga tentunya memerlukan adanya manajemen dalam strategi pemasaran usaha/ bisnis perdagangan tersebut. Manajemen tidak hanya berlaku untuk sebuah instansi usaha/ perusahaan, akan tetapi juga pada kegiatan yang sederhana sekalipun. Berikut adalah penerapan manajemen bisnis syariah dalam strategi pemasaran usaha/ bisnis dalam pemasaran bawang merah di pasar bitingan Kudus:

a. Planning (Perencanaan)

Perencanaan merupakan suatu hal pasti untuk dapat menjalankan sebuah manajemen yang tepat. Untuk membuat sebuah perencanaan yang tepat seseorang harus berpandangan jauh kedepan dan memikirkan jauh-jauh sebelum dilakukannya suatu tindakan. Dengan adanya sebuah perencanaan diharapkan untuk tidak terjadinya suatu kesalahan.³⁸ Perencanaan sangat penting untuk dilakukan karena kita tidak akan tahu apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, sehingga sebuah perencanaan haruslah dibuat secara matang. Banyak faktor yang mempengaruhi pentingnya sebuah perencanaan, seperti perubahan ekonomi yang terjadi karena naik turunnya harga, harga barang yang terus meningkat, pendapatan masyarakat mengalami fluktuasi, perkembangan teknologi dan informasi yang semakin meningkat, peraturan pemerintah, perubahan iklim, perubahan gaya hidup masyarakat, dan lain- lain. dengan itu semua maka pentingnya dalam membuat sebuah perencanaan yang benar-benar matang dalam sebuah usaha.³⁹

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada usaha/ bismis pemasaran bawang merah dipasar bitingan

³⁶ Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, 21

³⁷ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 3

³⁸ M. Ihsan Said Ahmad, Dkk, *Pengantar Manajemen*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 11

³⁹ Rochmatullailiy, *Pengantar Manajemen Bisnis*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), 57- 58

Kudus, pedagang bawang merah dipasar bitingan kudus melakukan perencanaan untuk menjalankan usaha perdagangannya, seperti merencanakan pemasaran produk, merencanakan promosi produk, merencanakan harga yang tepat, merencanakan saluran distribusi bawang merah, dan lain- lain. selain itu juga tidak lupa mereka melakukan kewajiban sebagai umat muslim demi untuk mendapat ridho Allah SWT.⁴⁰ Dalam usaha pemasaran/ perdagangang perlu perencanaan yang tepat dan matang agar dapat menjalankan usaha tersebut. Melakukan perencanaan termasuk kedalam usaha mencari rizki yang halal. Seperti dalam firman Allah SWT pada Q.S. An- Najm [27] 3:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya: “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya,”⁴¹

Berdasarkan pada ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa apa yang didapatkan manusia tentunya sesuai dengan apa yang diusahakannya bgitupun dalam menjalankan usaha pemasaran haruslah dilakukan dengan cara yang baik dan benar agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam wawancara yang telah dilakukan dengan pedagang bawang merah dipasar bitingan Kudus yang menyatakan bahwa terkadang mereka melakukan sebuah kesalahan perencanaan harga pasar sehingga menyebabkan kerugian.⁴² berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa dalam penetapan harga pasar sangat berpengaruh terhadap kegiatan pemasaran yang lain seperti dalam penjualan dan promosi terhadap produk, karena pastinya konsumen akan lebih memilih yang lebih murah dengan kualitas yang baik. Hal ini berarti dalam melakukan perencanaan usaha/ bisnis kurang matang dan tepat yang dapat menyebabkan kerugian pada usaha. Seperti halnya dalam melakukan sebuah strategi pemasaran pada produk/ barang dagangan tentunya memerlukan perencanaan yang tepat agar sebuah tujuan dari

⁴⁰ Yanti, wawancara oleh penulis, 12 mei 2022, wawancara, transkrip

⁴¹ Kementerian Agama RI, Al- Qur’an...526

⁴² Karminah, wawancara dengan penulis, 12 Mei 2022, wawancara,

usaha tersebut dapat berhasil dan berjalan dengan yang diharapkan.

b. Organizing (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan suatu proses yang berkaitan dengan bagaimana strategi yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang telah disusun didalam sebuah struktur organisasi yang tepat, tangguh, dan kondusif sehingga tujuan usaha dapat dicapai secara efektif dan efisien.⁴³ Bagi setiap muslim, percaya bahwa organanisasi usaha/ bisnis bertujuan selain untuk dapat bekerjasama untuk mencapai suatu keuntungan bisnis juga sebagai silaturahmi antar individu maupun tim (kelompok). Allah SWT berfirman didalam Q.S. As- Shaf ayat [28] 4 :

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَأَنَّهُمْ بُنْيَانٌ مَّرصُومٌ

Artinya : “Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”⁴⁴

Dalam menjalankan sebuah usaha/ bisnis yang terdapat sebuah tim/kelompok didalamnya tentunya memerlukan pengorganisasian yang bertujuan untuk agar orang yang ada didalam sebuah organisasi itu dapat mengetahui tugas dan tanggung jawabnya.

Berdasarkan wawancara dengan pedagang bawang merah di pasar bitingan Kudus, dalam memasarkan produk/ barang dagangannya seperti dalam menjalankan sebuah strategi dalam pemasaran usaha adalah bersifat individu (sendiri) dan tidak memiliki suatu tim/ kelompok. Akan tetapi para pedagang bekerjasama dengan para supliyer bawang merah untuk mendapatkan kualitas serta harga produk bawang merah yang diinginkan.⁴⁵ Melakukan kerjasama dalam menjalankan usaha sangatlah penting untuk kelangsungan sebuah usaha. dalam menjalankan usaha kerjasama itu

⁴³ Saifudin, *Manajemen Bisnis di Era Disrupsi*, (Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2022), 7

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an...551*

⁴⁵ Karminah, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara transkrip

tentunya memerlukan usaha kejujuran antara pedagang dan supliyer bawang merah karna kejujuran adalah suatu hal yang paling utama dalam menjalankan sebuah usaha.

c. Actuating (Penggerak)

Dalam sebuah manajemen bisnis, actuating merupakan usaha untuk menggerakkan seseorang dengan sedemikian rupa sehingga mereka dapat mempunyai keinginan dan berupaya untuk dapat meraih tujuan usaha.⁴⁶ Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah dalam memasarkan bawang merah di pasar bitingan Kudus terdorong karena adanya tuntutan hidup dan keinginan untuk mencari rizki yang halal.⁴⁷ Bagi setiap muslim diharuskan dalam menjalankan suatu hal tentunya haruslah selalu dibarengi dengan rasa bertanggung jawab atas apa yang dikerjakannya. Sebagaimana didalam firman Allah SWT pada Q.S. At- Taubah [9] 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۗ

Artinya: “Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”⁴⁸

Berdasarkan ayat diatas dapat dilihat bahwa dalam setiap muslim diharuskan untuk bekerja dan melakukan kebaikan agar apa yang telah dikerjakannya sebagai ladang untuk di upun akhirat kelak. Begitupun dalam menjalankan usaha/ bisnis pemasaran bawang merah, tentunya harus dengan kejujuran. Menjalankan usaha tidak hanya untuk mencari keuntungan semata, akan tetapi juga dibarengi dengan niat untuk mencari rizki yang halal. Penggerak/ dorongan dalam melakukan usah yang sesuai dengan prinsip-

⁴⁶ Vina Novela, *Dasar- Dasar Manajemen Kesehatan*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 32

⁴⁷ Yanti, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara, transkrip

⁴⁸ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an...*187

prinsip agama islam tentulah sangat diperlukan untuk agar supaya seseorang itu tidak terjerumus dengan kenikmatan duniawi tanpa memikirkan halal tidaknya rizki tersebut.

d. Controlling (Pengawasan)

Dalam melakukan pemasaran produk tentunya melakukan pengawasan terhadap usaha sangatlah penting guna untuk menjamin agar usaha/ bisnis itu berjalan sesuai yang diharapkan sehingga sebuah tujuan usaha itu akan tercapai dengan baik. Melakukan pengawasan bertujuan untuk dapat membuat sebuah penilaian, bila perlukan mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan agar usaha perdagangan/ pemasaran tersebut berjalan sesuai dengan tujuan semula dalam menjalankan usaha.⁴⁹ Bagi setiap muslim melakukan pengawasan kerja sangatlah penting karna setiap yang diperbuat maka akan ada pertanggung jawabannya. Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT didalam Q.S. Al- Hasyr ayat [28] 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”⁵⁰

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah dipasar bitingan Kudus melakukan pengawasan dalam usahanya seperti mengecek kualitas produk yang akan ditawarkan kepasar, dan mengecek harga yang sesuai dengan pasar.⁵¹

Berdasarkan observasi yang dilakukan secara langsung, terdapat beberapa yang kurang tepat dalam memasarkan

⁴⁹ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Grobogan: CV. Sarnu Untung, 2020), 25

⁵⁰ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an...545*

⁵¹ Sumber, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara transkrip

produk dagangannya, seperti kelalaian dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen agar konsumen semakin percaya kepada kita dan produk yang dijual, melakukan memperhitungkan harga yang kurang tepat sehingga terkadang malah mengalami kerugian karna tidak menetapkan harga yang tidak tepat, dan juga terlambat dalam mengetahui informasi tentang harga pasar yang dimana itu sangat penting dilakukan agar kita bisa dapat sesegera mungkin mengatasi integrasi pasar yang terjadi⁵² Berdasarkan hal tersebut, Perlu adanya pengawasan yang matang dalam menjalankan usaha/ bisnis pemasaran bawang merah untuk memastikan usaha/ bisnis pemasaran tersebut berjalan dengan tepat dan lancar sesuai tujuan dari usaha itu sendiri. Dalam memasarkan bawang merah tentunya tidak hanya dengan melakukan strategi pemasaran saja, akan tetapi juga harus mampu untuk menjalankan usaha/ bisnis tersebut dapat berjalan sesuai tujuan awal usaha. Pedagang/pemasar bawang merah tentunya harus selalu melakukan pengawasan dalam usahanya agar usaha itu tetap bertahan dan berkembang sesuai tujuan yang diharapkan.

e. **Leading (Kepemimpinan)**

Dalam menjalankan sebuah usaha/ bisnis yang dilakukan, tentunya peran seorang pemimpin/ orang yang menjalankan usaha itu dengan tepat sangatlah penting. Kepemimpinan merupakan kesanggupan seseorang untuk dapat memberi pengaruh, memberi motivasi, dan memberi arahan kepada orang lain untuk mencapai tujuan tertentu.⁵³ Dalam islam, seorang khalifah/pemimpin haruslah dapat menggerakkan setiap pekerjaannya untuk selalu mengingat Allah SWT dan bahwa setiap pekerjaan yang dikerjakan merupakan ibadah dan harus selalu menanamkan rasa bahwa Allah SWT selalu melihat setiap apa yang dikerjakan dalam usaha/ bisnis yang dilakukan, sehingga selalu mengikuti apa yang diinstruksikan dalam Al-Qur'an dan Hadits.⁵⁴ Allah SWT Berfirman dalam Q. S. An- Nisa [5] 59:

⁵² Hasil Observasi di Pasar Bitingan, Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, 12 Mei 2022

⁵³ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, 26

⁵⁴ Iddris Prakakkasi, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bogor: Linda Bestari, 2021), 79

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ۖ
 فَإِن تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ
 وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁵⁵

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pedagang bawang merah berusaha menjalankan usahanya dengan sebaik mungkin. Mereka berusaha untuk melakukan berbagai strategi pemasaran untuk menjalankan usaha/ bisnis mereka.⁵⁶ Akan tetapi berdasarkan observasi yang telah dilakukan dalam memasarkan produk/ barang dagangan mereka, kurang adanya ketransparanan dalam memasarkan produknya seperti tidak adanya penjelasan terhadap kualitas bawang merah dan tidak adanya penjelasan terhadap jenis bawang merah yang dijual (kekurangan dan kelebihan).⁵⁷ Ketidak transparan terhadap jenis bawang merah menyebabkan kerugian dari pihak konsumennya serta dapat menyebabkan ketidakpercayaan konsumen terhadap kita lagi. Dalam menjalankan usaha tentunya kejujuran sangatlah penting dilakukan untuk mencegah timbulnya kekecewaan konsumen. Seorang khalifah atau seseorang yang menjalankan usaha tentunya harus mampu untuk menjalankan usaha tersebut dengan sebaik mungkin dan sesuai dengan prinsip- prinsip bisnis islam. ketidakstransparanan dalam hal pemasaran produk kepada konsumen tentunya tidak termasuk kedalam prinsip bisnis islam yaitu bersikap jujur dan terpercaya (amanah). Hendaknya hal tersebut segera

⁵⁵ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an...*, 87

⁵⁶ Aziz, wawancara oleh penulis, 12 Mei 2022, wawancara, transkrip

⁵⁷ Hasil Observasi di Pasar Bitingan, Jalan Mayor Basuno, Cobowo, Ploso, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, 12 Mei 2022

diperbaiki agar usaha/bisnis yang dijalankan menjadi ladang pahala bagi pedagang/pemasar itu sendiri selain untuk mencari keuntungan.

