

## **MARKETING STRATEGY TO MAINTAIN THE EXISTENCE AND SUSTAINABILITY OF PAYUNGI BASED ON SHARIA MANAGEMENT**

**Situ Parida Nur Aziza<sup>1</sup>, Rina Elmaza<sup>2</sup>**

IAIN Metro Lampung<sup>1,2</sup>

[faridaazizah705@gmail.com](mailto:faridaazizah705@gmail.com)<sup>1</sup>, [rinaelmaza2024@gmail.com](mailto:rinaelmaza2024@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dan kontribusinya terhadap keberlanjutan pasar. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam transaksi jual beli, serta dampaknya terhadap ekonomi dan sosial masyarakat sekitar. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Payungi menerapkan prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi harga, kualitas produk yang terjamin, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung keberlanjutan pasar, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar, terutama dalam hal pemberdayaan ekonomi lokal, pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan, dan dukungan terhadap kegiatan sosial seperti zakat dan infak. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pasar yang mengintegrasikan prinsip syariah dapat menjadi model bagi pasar tradisional lainnya, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

**Kata Kunci** : Prinsip Syariah, Pasar Tradisional, Keberlanjutan Ekonomi Syariah, Tanggung Jawab Sosial

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the implementation of Islamic principles in the operational activities of the Yosomulyo Pelangi Market (Payungi) and its contribution to the market's sustainability. The primary focus is to analyze how Islamic principles are applied in transactions and their impacts on the local economy and society. The research uses a qualitative approach with a case study method, where data is collected through in-depth interviews, direct observation, and document study. The results show that Payungi Market applies Islamic principles such as justice, honesty, price transparency, guaranteed product quality, as well as social and environmental responsibility. The implementation of these principles not only supports the market's sustainability but also contributes positively to the well-being of the surrounding community, especially in terms of local economic empowerment, reducing negative environmental impacts, and supporting social activities such as zakat and infak. The implications of this research show that markets integrating Islamic principles can serve as a model for other traditional markets, which focus not only on economic profit but also on social and environmental sustainability.*

**Keywords:** *Islamic Principles, Traditional Market, Sustainability Islamic Economy, Social Responsibility*

## **A. PENDAHULUAN**

Pemasaran merupakan aspek penting dalam dunia bisnis yang memiliki peran besar dalam kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Seiring dengan perkembangan zaman, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor penentu dalam kesuksesan produk atau jasa di pasar. Dalam dunia yang semakin kompetitif dan terhubung secara global, pemasaran tradisional tidak bisa hanya mengandalkan teknik yang lama, melainkan harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. Salah satu konsep yang penting dalam pemasaran adalah bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (7P) yang harus dikelola secara cermat untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan daya saing yang tinggi (Kotler & Keller, 2020).

Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), yang terletak di Kota Metro, Lampung, adalah contoh menarik dari penerapan strategi pemasaran di pasar tradisional. Payungi menawarkan berbagai produk tradisional, mulai dari makanan olahan singkong hingga kerajinan tangan lokal yang menggambarkan kekayaan budaya setempat. Keberhasilan pasar ini bukan hanya diukur dari keuntungan ekonomi, tetapi juga dari perannya dalam melestarikan budaya lokal dan memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar. Meskipun demikian, dengan persaingan pasar yang semakin ketat dan munculnya pasar digital, Payungi perlu menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan berkelanjutan untuk dapat bertahan dan berkembang (Harahap & Sihombing, 2021).

Strategi pemasaran yang diterapkan di pasar tradisional ini tidak hanya bergantung pada elemen-elemen marketing mix yang sudah dikenal, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen syariah, yang mengedepankan nilai keadilan, kejujuran, dan keberlanjutan (Khan & Ahmed, 2019). Penerapan prinsip manajemen syariah dalam bisnis dapat menciptakan pendekatan yang lebih etis dan adil, yang menjadi salah satu pilar dalam menjalankan pasar berbasis komunitas seperti Payungi (Bakar & Hasan, 2019). Prinsip-prinsip seperti keadilan dalam harga, transparansi dalam transaksi, serta kemitraan yang saling menguntungkan antara pengelola pasar dan pedagang, sangat penting untuk membangun pasar yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkah (Syafrizal & Ali, 2019).

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena meskipun banyak studi yang mengkaji pemasaran di pasar modern atau digital, penerapan bauran pemasaran dalam pasar tradisional yang mengintegrasikan prinsip manajemen syariah masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dan bagaimana penerapan manajemen syariah dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan dan eksistensi pasar tersebut. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran di pasar tradisional bergantung pada kemampuan mengelola elemen-elemen bauran pemasaran dan memahami karakteristik lokal yang unik, termasuk memanfaatkan budaya dan sosial ekonomi setempat (Alwi & Nazeer, 2020; Rizki & Al-Qassimi, 2021).

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip manajemen syariah dan bauran pemasaran dapat diterapkan dalam konteks pasar tradisional yang berfokus pada keberlanjutan, baik dari sisi ekonomi maupun sosial. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada, mengingat masih sedikit penelitian yang menghubungkan pemasaran tradisional dengan prinsip syariah dalam konteks pasar lokal seperti Payungi (Zuhdi & Munir, 2021).

Keadaan terkini mengenai penerapan bauran pemasaran dalam pasar tradisional telah banyak dibahas dalam literatur, namun banyak studi yang lebih fokus pada pasar modern atau digital. Beberapa artikel terkini, seperti yang dibahas oleh Teece (2018) dan Sulaiman & Yahya (2020), menunjukkan pentingnya adopsi strategi yang menggabungkan pemasaran konvensional dengan prinsip keberlanjutan untuk pasar yang berbasis budaya dan komunitas. Namun, penerapan teori manajemen syariah dalam konteks pasar tradisional masih sangat terbatas dan membutuhkan penelitian lebih lanjut.

Sebagai bagian dari pengumpulan data untuk penelitian ini, dilakukan survei melalui wawancara mendalam dengan Bapak Darma, sebagai Founder Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai latar belakang dan perkembangan pasar tersebut, serta strategi pemasaran yang diterapkan di dalamnya. Bapak Darma menjelaskan bahwa Payungi berawal dari gagasan mengenai pembangunan desa yang melibatkan konsep mural pada dinding jalan dan rumah-rumah warga. Secara tidak sengaja, karya mural ini menarik perhatian banyak orang, terutama di media sosial, sehingga semakin banyak pengunjung yang datang untuk

berfoto selfie. Melihat potensi pengunjung yang besar, muncul ide untuk mengembangkan konsep pasar yang lebih terstruktur, dan akhirnya terwujudlah Pasar Yosomulyo Pelangi. Selain itu, dalam wawancara tersebut juga dibahas mengenai sumber permodalan awal pasar yang berasal dari kas mushola yang kemudian dipinjamkan kepada calon pedagang dengan jumlah yang bervariasi sesuai kebutuhan. Survei ini memberikan gambaran tentang bagaimana Payungi tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang untuk melestarikan budaya lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Dengan adanya wawancara ini, penulis dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mendukung keberhasilan dan tantangan yang dihadapi Payungi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis prinsip syariah dan nilai-nilai keberlanjutan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan strategi pemasaran yang efektif di pasar tradisional dengan menambahkan dimensi etis dan berkelanjutan melalui prinsip-prinsip manajemen syariah. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran dalam konteks pasar tradisional di Indonesia, serta membuka peluang untuk pengembangan model bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan dalam pasar lokal.

## **B. KAJIAN LITERATURE**

Kajian literatur dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian mengenai strategi pemasaran dan manajemen syariah, serta penerapannya dalam konteks pasar tradisional, khususnya pada Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Berdasarkan tinjauan literatur yang telah ada, berbagai teori dan konsep terkait strategi pemasaran, marketing mix, serta manajemen syariah dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan hipotesis dan proposisi dalam penelitian ini.

### **1. Strategi Pemasaran dan Marketing Mix**

Dalam bidang pemasaran, strategi pemasaran adalah suatu proses yang dirancang untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis (Kotler & Keller, 2016). Salah satu konsep penting yang sering digunakan dalam merancang strategi pemasaran adalah marketing mix atau bauran pemasaran. Marketing mix ini terdiri dari 4P, yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Pada

beberapa penelitian terbaru, konsep ini telah berkembang menjadi 7P, dengan penambahan tiga elemen: People, Process, dan Physical Evidence (Booms & Bitner, 1981). Penerapan konsep ini dalam pemasaran dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (Sweeney & Soutar, 2001).

**Hipotesis 1:** Penerapan bauran pemasaran 7P di Pasar Yosomulyo Pelangi dapat meningkatkan eksistensi dan keberlanjutan pasar.

2. Manajemen Syariah dalam Bisnis

Manajemen syariah adalah pendekatan dalam pengelolaan usaha yang berbasis pada prinsip-prinsip ajaran Islam, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan sosial. Prinsip-prinsip utama dalam manajemen syariah meliputi keadilan, kejujuran, keseimbangan, berbagi risiko, dan tanggung jawab sosial (Hasan, 2017). Dalam konteks pasar tradisional seperti Pasar Yosomulyo Pelangi, penerapan manajemen syariah dapat menciptakan lingkungan usaha yang lebih etis dan adil, dengan melibatkan pedagang dan konsumen dalam hubungan yang saling menguntungkan dan transparan (Abdullah, 2020).

**Hipotesis 2:** Penerapan prinsip-prinsip manajemen syariah dapat meningkatkan keberlanjutan usaha di Pasar Yosomulyo Pelangi.

3. Penerapan Strategi Pemasaran dan Manajemen Syariah di Pasar Tradisional

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang berbasis pada teori marketing mix di pasar tradisional dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar (Hidayat & Zainal, 2018). Selain itu, keberhasilan pasar tradisional juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti keberlanjutan sosial dan penerapan prinsip-prinsip manajemen syariah yang menjunjung tinggi keadilan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh pelaku pasar (Rina & Syamsuddin, 2019). Oleh karena itu, Pasar Yosomulyo Pelangi, yang menggabungkan kedua konsep ini, dapat menjadi model yang relevan dalam pengembangan pasar tradisional berbasis syariah.

**Hipotesis 3:** Kombinasi antara penerapan strategi pemasaran berbasis marketing mix 7P dan prinsip manajemen syariah dapat meningkatkan eksistensi serta kontribusi ekonomi Pasar Yosomulyo Pelangi terhadap masyarakat sekitar.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), yang berfokus pada strategi pemasaran dan penerapan prinsip manajemen syariah dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutannya. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman dan persepsi para pelaku yang terlibat dalam penelitian, seperti pedagang, pengunjung, dan pengelola pasar. Pendekatan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Creswell (2014), yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan atau memahami fenomena yang terjadi melalui pandangan orang yang terlibat dalam fenomena tersebut. Menurut Patton (2002), pendekatan ini memberikan kebebasan bagi peneliti untuk mengumpulkan data secara mendalam dan kemudian mengidentifikasi tema atau pola yang muncul.

Penelitian ini memilih sample analisis berupa Pasar Yosomulyo Pelangi, dan informan kunci terdiri dari pedagang, pengelola pasar, pengunjung, serta ahli manajemen syariah. Pemilihan informan kunci berdasarkan prinsip purposive sampling yang dijelaskan oleh Etikan, Musa, & Alkassim (2016), di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam atau pengalaman langsung dengan fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi lebih rinci mengenai perspektif dan pengalaman informan (Rubin & Rubin, 2012). Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati langsung interaksi sosial di pasar, yang menurut Spradley (1980), memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika kelompok dan struktur sosial dalam suatu konteks tertentu. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder seperti laporan pasar atau kebijakan yang relevan dengan penelitian ini.

1. Validasi Data dengan Triangulasi

Untuk memastikan validitas dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang menurut Denzin (1978), adalah penggunaan lebih dari satu sumber data atau metode untuk memverifikasi temuan penelitian. Dengan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dari berbagai sumber—seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi—memiliki konsistensi dan relevansi yang kuat.

2. Analisis Data Tematik

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis tematik, seperti yang dijelaskan oleh Braun & Clarke (2006), yang melibatkan pengkodean data untuk mengidentifikasi tema-tema utama dan sub-tema yang muncul dalam wawancara dan observasi. Proses ini membantu peneliti untuk mengorganisir dan menginterpretasikan data dengan cara yang bermakna, serta menghasilkan narasi yang menggambarkan fenomena yang terjadi secara keseluruhan.

Dengan demikian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teori dan prosedur yang telah mapan dalam metodologi penelitian kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang penerapan strategi pemasaran dan manajemen syariah di Pasar Yosomulyo Pelangi, serta memberikan wawasan yang berguna untuk keberlanjutan pasar tradisional dalam konteks sosial-ekonomi yang berkembang.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Payungi, yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam transaksi jual beli antara pedagang dan konsumen. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi, ditemukan bahwa Pasar Payungi mengimplementasikan berbagai prinsip syariah yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis sekaligus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Pasar Payungi beroperasi setiap minggu, dengan berbagai jenis pedagang yang menawarkan produk makanan tradisional dan kekinian kepada pengunjung.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data mengenai omset penjualan para pedagang untuk mengetahui kontribusi mereka dalam mencapai total omset pasar serta faktor-faktor yang mempengaruhi perolehan tersebut. Berikut adalah data mengenai omset penjualan yang diperoleh oleh para pedagang selama gelaran Pasar Payungi.

**Tabel 1. Data Penjualan Pedagang di Pasar PAYUNGI**

No.	Uraian	Jumlah	Persentase
1	Ibu Rosmiyati, Penjual Nasi Goreng	Rp. 1.800.000	20%
2	Ibu Ari Suswati, Penjual Gudeg	Rp. 5.000.000	30%
3	Ibu Sunarni, Penjual Getuk	Rp. 2.000.000	25%
4	Mas Edi Susilo, Penjual Telur Congkel	Rp. 1.300.000	25%
5	Ibu Mariati, Penjual Nasi Liwet	Rp. 1.900.000	20%

*Sumber: Olahan data Penelitian 2025*

Tabel 1 menyajikan data mengenai omset penjualan yang diperoleh oleh para pedagang selama gelaran Pasar Payungi. Data tersebut mencakup jenis usaha yang dijalankan, jumlah omset yang diperoleh dalam satu minggu, serta persentase kontribusi terhadap total omset pasar. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya keselarasan antara implementasi prinsip syariah dengan tujuan untuk menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Berikut adalah tabel hasil wawancara dengan para pedagang yang menunjukkan penerapan prinsip-prinsip syariah yang digunakan.

**Tabel 2. Hasil Wawancara Mengenai Prinsip Syariah di Pasar PAYUNGI**

No	Pedagang	Prinsip Syariah	Pernyataan Pedagang	Relevansi dengan Prinsip Syariah
1	Ibu Rosmiyati	Keadilan dan Amanah	"Saya selalu memastikan harga yang saya tetapkan adil dan tidak memberatkan pembeli, serta menjaga amanah."	Prinsip ini mencerminkan keadilan dalam transaksi serta tanggung jawab dalam berjualan.
2	Ibu Ari Suswati	Halal dan Haram	"Saya pastikan semua bahan yang saya gunakan halal, dan saya selalu memberi informasi yang jujur tentang produk."	Menjaga produk halal sesuai dengan ajaran Islam dan prinsip transparansi dalam berjualan.
3	Ibu Sunarni	Keamanan dan Kemaslahatan	"Saya selalu menjaga kebersihan makanan dan tempat, serta memberi yang terbaik untuk pelanggan."	Prinsip ini terkait dengan menjaga keamanan konsumen dan memberikan manfaat bagi mereka.
4	Mas Edi Susilo	Sidiq dan Tabligh	"Saya jujur dalam memberitahukan bahan-	Prinsip Sidiq (kejujuran) dan Tabligh

			bahan yang saya gunakan, dan selalu menyampaikan informasi yang benar."	(menyampaikan kebenaran) tercermin dalam sikap ini.
5	Ibu Mariati	Mu'amalat dan Amanah	"Dalam bertransaksi, saya selalu menjaga agar pembayaran dilakukan dengan jujur, dan barang yang diterima sesuai."	Prinsip ini menunjukkan pentingnya transaksi yang adil dan sesuai dengan ketentuan syariah.
6	Ibu Rus	Zakat dan Infak	"Setiap hasil keuntungan yang saya dapatkan, sebagian saya sisihkan untuk membantu yang membutuhkan."	Prinsip Zakat dan Infak, membantu mereka yang membutuhkan dengan sebagian keuntungan.

*Sumber: Hasil Wawancara dengan Pedagang Payungi, 2025*

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang di Pasar Payungi, dapat ditemukan penerapan prinsip-prinsip syariah yang dijalankan dalam aktivitas perdagangan mereka. Ibu Rosmiyati, sebagai salah satu pedagang, menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi dan amanah dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Ia memastikan harga yang ditawarkan kepada pembeli tetap adil dan tidak memberatkan, serta menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip syariah yang berkaitan dengan keadilan dan amanah dalam berbisnis.

Sementara itu, Ibu Ari Suswati, yang berjualan Gudeg, mengutamakan prinsip halal dan haram dalam memastikan bahwa semua bahan makanan yang digunakan untuk dagangannya adalah halal. Ia selalu memberikan informasi yang jujur kepada pembeli mengenai kehalalan produk yang dijual, sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kehalalan dalam segala aspek kehidupan. Selain itu, Ibu Sunarni, yang menjual getuk dan jenang jagung, lebih menekankan pada prinsip keamanan dan kemaslahatan. Ia menjaga kebersihan makanan dan tempat jualannya agar tetap aman bagi konsumennya, sekaligus memberikan manfaat bagi para pelanggan yang datang. Prinsip sidiq (kejujuran) juga terlihat pada diri Mas Edi Susilo, yang berjualan telur congkel. Ia selalu memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada pembeli adalah benar, sehingga tidak ada kesalahpahaman dalam transaksi. Selain itu, Ibu Mariati, yang menjual nasi liwet, juga menerapkan prinsip mu'amalat dan amanah dengan menjaga agar transaksi dilakukan dengan jujur dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tak kalah penting, Ibu Rus, yang menjual soto babat, mempraktikkan prinsip zakat dan infak. Sebagian dari keuntungan yang diperolehnya ia sisihkan untuk membantu mereka yang membutuhkan, sesuai dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk memberi sedekah dan infak. Dari hasil wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Payungi tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga berusaha menjaga prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek usaha mereka, baik dalam transaksi, produk, maupun kontribusi sosial mereka kepada masyarakat.

Penelitian ini menemukan empat temuan utama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan di Pasar Payungi, yaitu transaksi yang jujur dan adil, transparansi harga, kualitas produk yang terjamin, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Masing-masing prinsip ini tidak hanya tercermin dalam kebijakan pengelolaan pasar, tetapi juga dalam praktik sehari-hari yang dilakukan oleh para pedagang. Sebagai contoh, dalam aspek transaksi yang jujur dan adil, hasil wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa mereka selalu menjaga kesepakatan harga dengan konsumen tanpa ada praktik penipuan, serta berusaha memberi informasi yang jujur tentang kualitas barang yang mereka jual. Hal ini sesuai dengan prinsip keadilan dalam syariah, yang mengedepankan fairness dalam setiap transaksi.

### **Penerapan Prinsip Syariah dalam Operasional Pasar Payungi**

- 1. Transaksi Jujur dan Adil (Prinsip Keadilan dan Kejujuran)** Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah penerapan prinsip kejujuran dalam setiap transaksi jual beli di Pasar Payungi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola pasar dan pedagang, transaksi di Pasar Payungi selalu dilakukan dengan terbuka dan transparan. Misalnya, harga produk yang dijual sudah dicantumkan dengan jelas oleh para pedagang, dan tidak ada praktik penipuan dalam menentukan harga barang. Pedagang seperti Ibu Rusmiyati, penjual Soto Babat, menjelaskan bahwa harga jual selalu disesuaikan dengan bahan baku yang digunakan, dan jika ada perubahan harga karena faktor eksternal (misalnya kenaikan harga bahan baku), mereka akan memberitahukan kepada konsumen terlebih dahulu. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip adil (keadilan) dalam transaksi, yang juga sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan kejujuran dalam mu'amalat.
- 2. Transparansi Harga dan Keterbukaan (Prinsip Tabligh dan Amanah)** Dalam hal transparansi harga, hasil penelitian menunjukkan bahwa di Pasar Payungi harga

produk dijelaskan secara terbuka kepada konsumen. Para pedagang di pasar ini tidak hanya mencantumkan harga, tetapi juga memberikan informasi mengenai kualitas produk mereka, yang menjadi bagian dari prinsip tabligh (penyampaian informasi dengan jelas dan benar). Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ari Suswati, penjual Gudeg, harga menu makanan sudah tercantum di papan pengumuman, dan mereka juga memberikan pilihan kepada konsumen untuk menyesuaikan dengan anggaran mereka. Selain itu, prinsip amanah juga diterapkan oleh para pedagang dengan menjaga kualitas produk yang dijual agar tidak mengecewakan konsumen.

3. **Kualitas Produk yang Terjamin (Prinsip Kemaslahatan)** Kualitas produk menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh para pedagang di Pasar Payungi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang, mereka selalu berusaha untuk menjamin kualitas produk mereka dengan memilih bahan baku yang baik dan menjaga proses produksi dengan hati-hati. Misalnya, Ibu Sunarni, yang menjual Getuk dan Jenang Jagung, memastikan bahwa singkong dan jagung yang digunakan berasal dari petani lokal yang dapat dipercaya dan terjamin kualitasnya.
4. **Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Prinsip Zakat dan Infak)** Salah satu nilai syariah yang diterapkan dengan baik di Pasar Payungi adalah tanggung jawab sosial dan lingkungan. Para pengelola pasar dan pedagang berkomitmen untuk menjaga kebersihan pasar dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa setiap hari pedagang secara bergotong-royong membersihkan area pasar, dan pengelola pasar juga menyediakan tempat sampah yang memadai. Selain itu, Pasar Payungi juga memiliki program untuk mendukung kegiatan sosial, seperti memberikan zakat dan sedekah kepada masyarakat yang membutuhkan.

### **Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya**

Hasil penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang telah mengkaji penerapan prinsip syariah dalam pasar tradisional. Penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya transparansi harga dan kejujuran dalam transaksi sebagai elemen utama dalam menciptakan keadilan dan kepercayaan di pasar. Namun, Pasar Payungi juga menonjolkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang membedakannya dari pasar-pasar tradisional lainnya yang lebih fokus pada transaksi jual beli saja.

Secara umum, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur mengenai ekonomi syariah, khususnya dalam konteks pasar tradisional. Temuan yang menunjukkan adanya integrasi antara prinsip-prinsip syariah dan tanggung jawab sosial serta keberlanjutan lingkungan memberi nilai tambah bagi pemahaman bagaimana pasar tradisional berbasis syariah dapat berkontribusi dalam pengembangan sosial dan lingkungan di sekitarnya.

#### **E. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional Pasar Payungi, khususnya dalam konteks transaksi jual beli antara pedagang dan konsumen. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta studi dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa Pasar Payungi berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai aspek operasionalnya. Hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis pasar, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Penelitian ini menyoroti beberapa temuan utama yang terkait dengan penerapan prinsip syariah di Pasar Payungi, seperti prinsip keadilan, kejujuran, transparansi harga, dan kemaslahatan. Para pedagang di pasar ini secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam transaksi mereka dengan konsumen, termasuk dalam menetapkan harga yang adil, menjaga kehalalan produk, dan menjaga kualitas serta kebersihan barang yang dijual. Selain itu, mereka juga berkomitmen untuk menyisihkan sebagian keuntungan mereka untuk kegiatan sosial, seperti zakat dan infak, yang mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kebaruan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah integrasi antara prinsip-prinsip syariah dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pasar Payungi tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga berusaha memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan, yang tercermin dalam program zakat, infak, serta pengelolaan kebersihan pasar yang dikelola dengan prinsip gotong royong. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pengembangan ekonomi syariah, di mana pasar tradisional berbasis syariah bisa lebih dari sekadar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi pusat pemberdayaan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur mengenai ekonomi syariah, khususnya dalam konteks pasar tradisional yang menerapkan prinsip syariah secara komprehensif. Penelitian ini juga memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana pasar tradisional dapat berperan lebih besar dalam mendukung keberlanjutan sosial, lingkungan, dan ekonomi di masyarakat. Dengan demikian, Pasar Payungi dapat dijadikan sebagai model bagi pasar-pasar tradisional lainnya yang ingin mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah, sekaligus menjadi referensi untuk pengembangan kebijakan ekonomi syariah di Indonesia.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

**Kotler, P., & Keller, K. L.** (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Buku ini adalah referensi utama dalam pemasaran dan membahas secara mendalam konsep bauran pemasaran 7P yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

**Teece, D. J.** (2018). *Business Models and Dynamic Capabilities*. Long Range Planning, 51(1), 40-49.

**Alwi, S. F., & Nazeer, B.** (2020). *A Study of Marketing Strategies in Traditional Markets*. Journal of Business Research, 72(4), 1-10.

**Harahap, M. Z., & Sihombing, S.** (2021). *Sharia-Based Marketing: Principles and Practices*. International Journal of Islamic Marketing, 7(2), 44-55.

**Khan, M. M., & Ahmed, R.** (2019). *The Role of Sharia Compliance in Marketing Strategies: A Study on Small Enterprises*. Journal of Marketing, 45(2), 60-68.

**Ahmed, H., & Jalaluddin, A.** (2020). *Marketing Mix and Customer Satisfaction in Traditional Markets: Evidence from Indonesia*. Asian Journal of Business and Marketing, 10(3), 33-42.

**Sulaiman, M., & Yahya, M.** (2021). *Sustainability and Ethical Marketing Practices in Shariah-Compliant Markets*. International Journal of Marketing and Business Strategy, 9(2), 77-89.

**Bakar, A., & Hasan, S.** (2019). *Shariah-Compliant Business Practices in Modern and Traditional Markets: A Comparative Study*. Journal of Islamic Business, 12(1), 23-35.

**Rizki, I., & Al-Qassimi, A.** (2021). *Empowering Local Economies through Sustainable Market Practices: A Case of Traditional Markets in Indonesia*. Journal of Economic Studies, 48(6), 1015-1027.

- Ismail, N., & Abdullah, N.** (2020). *Marketing Strategies for Enhancing Business Growth in Local Communities: The Case of Rural Markets in Southeast Asia*. *Business Strategy and Development*, 3(4), 128-137.
- Soleh, R., & Wijaya, S.** (2018). *Traditional Markets and Digital Transformation: A Study on the Integration of Traditional Marketing in the Digital Era*. *Journal of Business and Technology*, 14(5), 89-98.
- Aziz, A., & Siddique, A.** (2020). *Impact of Marketing Mix on Consumer Behavior in Traditional Markets*. *Journal of Consumer Behavior*, 17(3), 240-253.
- Syafrizal, M., & Ali, F.** (2019). *The Role of Cultural Preservation in Shariah-Compliant Marketing*. *Journal of Islamic Business and Management*, 4(2), 45-55.
- Nasution, S., & Perwira, A.** (2020). *Strategic Marketing and Community Engagement: A Study on Local Markets*. *Journal of Strategic Marketing*, 24(1), 112-124.
- Zuhdi, S., & Munir, M.** (2021). *Shariah Marketing Mix: An Innovative Approach for Sustainable Business*. *Journal of Marketing Innovation*, 11(4), 56-67.