

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI
MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS**

JAWA BARAT



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM BIDANG ILMU HUKUM ISLAM**

DISUSUN OLEH:

ANIS MAISAROH

10380020

PEMBIMBING:

YASIN BAIDI, S.Ag., M.Ag

MUAMALAT

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2014

ABSTRAK

Pasar Banjarsari adalah salah satu pasar terbesar di kota Banjar Ciamis Jawa Barat, terbukti sektor perdagangan di Pasar Banjarsari relatif berkembang karena secara tidak langsung wilayah Kecamatan Banjarsari adalah sebagai hinterland dari kota Banjar dan merupakan transit barang dan jasa dari dan ke wilayah perbatasan seperti Kabupaten Pangandaran, bahkan sampai Provinsi Jawa Tengah.

Persaingan antara para pedagang merupakan hal yang wajar dan tak bisa dihindari dalam dunia perdagangan, maka persaingan dalam strateginya harus menuntut para pedagang untuk lebih kreatif dan inovatif. Di Pasar Banjarsari strategi bersaing yang dilakukan oleh para pedagang sangat bervariasi seperti memberikan fasilitas kredit, diskon, bonus dan juga menyediakan harga paket atau sering dikenal dengan paket super hemat. Namun sering tidak disadari oleh pedagang adanya sebuah kebebasan dalam mengatur strategi, meliputi strategi terhadap produk, harga, tempat maupun promosi. Dalam pandangan Islam berdagang bukan hanya tentang mencari keuntungan, namun keberkahan. Hendaknya para pedagang dalam usahanya harus memiliki keseimbangan antara keuntungan yang didapat dengan keberkahan untuk masadepannya. Perdagangan yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan (*garar*), yang karena itu ada pihak yang dirugikan jelas merupakan hal-hal yang dilarang di dalam Islam.

Dengan melihat realita di atas, penyusun tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan objek penelitian di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat dengan rumusan pokok masalah: Strategi marketing apa saja yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat? dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan strategi marketing yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat tersebut?

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*). Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitik, yakni dengan penelitian ini penyusun mengevaluasi lalu memberikan penilaian terhadap realita yang ada di lapangan dengan menggunakan pendekatan normatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis hukum yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat khususnya pedagang sembako belum sepenuhnya melaksanakan aturan dan etika yang ada dalam hukum Islam. Strategi yang belum sesuai adalah kerap terjadi aksi mencampurkan produk (barang) antara yang berkualitas bagus dengan yang berkualitas biasa/buruk tanpa bersiap jujur menerangkan terlebih dahulu perihal dagangannya, kemudian terjadinya aksi menimbun barang dan menaikkan harga menjelang Ramadhan sampai Idul Fitri dengan tujuan memanfaatkan situasi untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anis Maisaroh
NIM : 10380020
Jurusan/Prodi : Muamalat
Fakultas : Syari'ah dan Hukum
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Strategi
Marketing Pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 18 September 2014 M
23 Dzulqa'dah 1435 H

Yang menyatakan,



Anis Maisaroh
10380020



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudari Anis Maisaroh

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi dan menyarankan perbaikan seperlunya, maka menurut kami skripsi Saudara:

Nama : Anis Maisaroh

NIM : 10380020

Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG
PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT**

Sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Muamalat pada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga.

Bersama ini kami ajukan skripsi tersebut untuk diterima selayaknya dan mengharap agar segera dimunaqasyahkan, untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Oktober 2014

Pembimbing

Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag

NIP. 19700302 199803 1 003



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/K. MU-SKR/PP.00.9/ 050 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI
MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA
BARAT**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
Nama : Anis Maisaroh
NIM : 10380020
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 21 Oktober 2014
Nilai Munaqasyah : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan
Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Penguji I

Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag
NIP. 19700302 199803 1 003

Penguji II

Dr. H. Hamim Ilyas, M. Ag
NIP. 19610401 199803 1 002

Penguji III

Drs. Riyanta, M.Hum
NIP. 19660415 199303 1 002

Yogyakarta, 28 Oktober 2014

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum



Dekan

Prof. Noorhaidi, MA., M.Phil., Ph.D
NIP. 19711207 199503 1 002

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf-huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	be
ت	Tâ'	t	te
ث	Sâ'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jîm	j	je
ح	Hâ'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	de
ذ	Zâl	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sâd	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dâd	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tâ'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zâ'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fâ'	f	ef
ق	qâf	q	qi
ك	kâf	k	ka
ل	lâm	l	`el
م	mîm	m	`em

ن و هـ ي	nûn	n	`en
	wâwû	w	w
	hâ'	h	ha
	hamzah	'	apostrof
	yâ'	Y	ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة عدة	ditulis	Muta'addidah
	ditulis	'iddah

C. Ta' marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة علة	ditulis	Hikmah
	ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	ditulis	Karāmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	ditulis	Zakāh al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal pendek

فَعَلَ	fathah	Ditulis ditulis	A fa'ala
ذَكَرَ	kasrah	ditulis ditulis	i żukira
يَذْهَبُ	dammah	ditulis ditulis	u yażhabu

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّة	Ditulis ditulis	Ā jāhiliyyah
2	fathah + ya' mati تَنْسَى	ditulis ditulis	ā tansā
3	kasrah + ya' mati كَرِيم	ditulis ditulis	ī karīm
4	dammah + wawu mati فُرُوض	ditulis ditulis	ū furūd}

F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis ditulis	Ai bainakum
2	fathah + wawu mati قَوْل	ditulis ditulis	au qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	A'antum
أَعَدْتِ	ditulis	U'iddat
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	La'in syakartum

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

القرآن القياس	ditulis ditulis	Al-Qur’ān Al-Qiyās
------------------	--------------------	-----------------------

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء الشمس	ditulis ditulis	As-Samā’ Asy-Syams
-----------------	--------------------	-----------------------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض أهل السنة	ditulis ditulis	Żawī al-furūd Ahl as-Sunnah
-------------------------	--------------------	--------------------------------

MOTTO

“Tak ada yang mudah, tapi tak ada yang tidak mungkin”

(Napoleon Bonaparte)

يُرِيدُ اللهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ...

“...Sesungguhnya Allah menghendaki kemudahan bagimu,

dan Allah tidak menghendaki kesukaran bagimu...”

(QS. Al-Baqarah: 185)

PERSEMBAHAN

❖ Yang Utama Dari Segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

❖ Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembarnya kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,

Terima Kasih Ibu.... Terima Kasih Ayah...

❖ Kakak-kakakku yang selalu memberikan motivasi dan dukungan

❖ abanxQ "AB"

Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

❖ Segenap rekan-rekan satu atap-Q, dan sahabat seperjuanganku "Mutan 2010" yang selalu membantuku selama ini

❖ Dosen-dosen yang selama ini telah membimbingku

❖ Dan almamaterku tercinta yang telah memberikanku segudang ilmu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله. أشهد أن لا إله إلا الله

و أشهد أن محمدا رسول الله. اللهم صل وسلم على سيدنا محمد وعلى اله

وصحبه أجمعين, أما بعد.

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga bisa menghirup segarnya udara di kota Yogyakarta ini, sehingga bisa menyelesaikan tugas belajar serta bisa menyatu dan bertukar pikiran di tempat penelitian bersama para pelaku usaha (pedagang) di Pasar Banjarsari. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada baginda Rasul kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan cahaya Islam. tak lupa kepada semua keluarga dan para sahabatnya. semoga mendapat syafaatnya kelak di *yaumul Qiyamah*, Amin.

Skripsi ini disusun berdasarkan pada hasil penelitian di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat yang menjadi wilayah penelitian penulis. Data yang diperoleh berdasarkan data hasil observasi, wawancara, dan interaksi secara langsung dengan para pedagang yang menginformasikan berbagai keterangan dari pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan.

Dalam penyusunan skripsi dengan judul **“TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT”** ini penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berperan memberikan data-data dan membantu dalam pengerjaan skripsi yang telah penulis susun, sehingga pada saat pengerjaannya berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana. Ucapan terima penulis, penulis haturkan terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa asy'arie selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan. M.A., M.Phil., Ph.D., selaku dekan fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Abdul Mujib S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Muamalat fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Saifuddin S.HI., M.SI., selaku sekretaris jurusan Muamalat fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag., Selaku dosen Pembimbing Akademik sekaligus pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah sudi dan meluangkan waktu disela kesibukan untuk mengarahkan, membimbing serta memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen Jurusan Muamalat yang telah memberikan ilmunya dan memperlancar studi penyusun. Serta seluruh staf dan karyawan Fakultas Syari'ah pada umumnya, dan khususnya Staf TU muamalah yang telah memberikan kemudahan-kemudahan administrative dalam penyusunan skripsi ini.

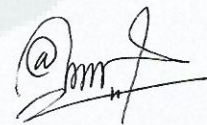
7. Kepada pedagang dan pengurus UPTD Pasar Banjarsari, terimakasih telah memberikan informasi-informasi yang penulis butuhkan sehingga skripsi ini terselesaikan.
8. Rasa hormat dan terima kasih penyusun haturkan kepada Ayahanda Kusaeri yang tak pernah kenal lelah memberikan dukungan moral dan materiil, dan Ibunda Penulis Siti Maryamah yang selama ini telah mendidik dan mengasuh dengan segenap cinta kasih yang telah diberikan.
9. Kepada saudara-Saudara penulis, Mas Imam solihudin beserta Istrinya mbak Fajri, Mas Nur Hamidin beserta Istrinya mbak Empi yang telah memberikan motivasi dan dukungannya. Serta tak lupa keponakan-keponakan tercinta Fatir Imam Fitriansyah dan De Nazwa yang telah memberikan semangat penuh kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
10. Tak terlupa sahabat sejatiku Abanx Bais yang tetap selalu setia. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dukungan dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman satu atap “Mega Indah Kozt” Mba Fiyy, Mba Asya, Mba Yani, Fika, Putri, Nana Cantik, Irma, Lia, Eka, Ayu yang telah menemani dan hidup bersama serta banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi sampai saat ini.

12. Kepada teman-teman Mutan 2010 Yeni, Erin, Ai, Siti, Fahma, Fitri, Amel, Zenal, Muti, Agus, Hilman, Andre dan Semuanya yang tak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya selama Ini.
13. Kepada keluarga cemara“KKN 80 kota 28” Indah, Wahyu, mbak Dwi, Icha, Faiz, Nail, Cholil, Mas Rozikin dan semuanya yang tak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas kebersamaannya, semoga tetap menjadi “We are One.”
14. Kepada pihak yang tidak mungkin penyusun sebutkan satu persatu. Penyusun ucapkan banyak terima kasih atas segala sesuatu yang telah diberikan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penyusun hanya dapat berharap, semoga semua yang telah dilakukan menjadi amal shaleh serta mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penyusun sendiri khususnya, dan para pembaca pada umumnya. Amin

Yogyakarta, 18 September 2014 M
23 Dzulqa'dah 1435 H

Penyusun



Anis Maisaroh
10380020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Kerangka Teoretik	9
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG STRATEGI MARKETING DAN ETIKA BISNIS ISLAM	20
A. Hubungan antara Strategi dengan Marketing	20

1. Definisi Strategi	20
2. Definisi Marketing	21
3. Definisi dan Aplikasi Strategi Marketing	22
B. Tipe-tipe Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	26
1. Orientasi	26
2. Strategi Umum	27
C. Pemasaran dalam Hukum Islam	28
D. Kebijakan Penetapan Harga	31
1. Sistem Harga dalam Mekanisme Pasar	31
2. Penetapan Harga menurut Hukum Islam	35
3. Peran Pemerintah dalam Penetapan Harga Pasar	39
E. Etika Bisnis Islam	41

BAB III GAMBARAN UMUM DAN PELAKSANAAN STRATEGI

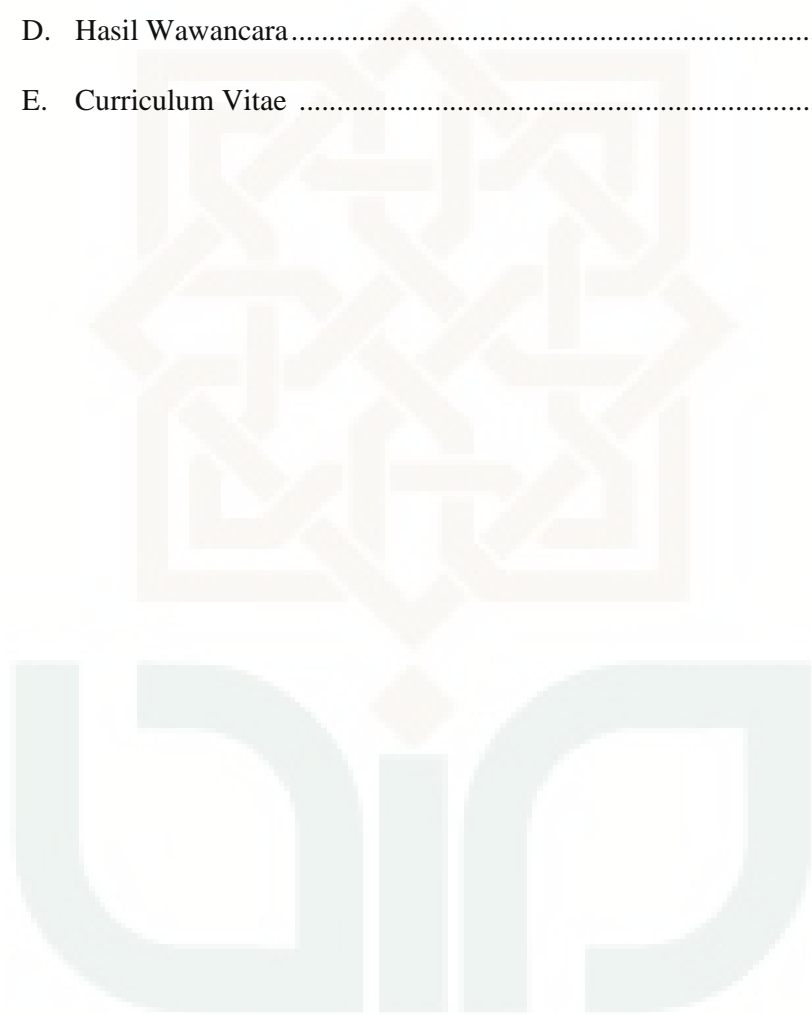
MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS

JAWA BARAT

A. Gambaran Umum Kabupaten Ciamis Jawa Barat	48
1. Sejarah Kabupaten Ciamis	48
2. Keadaan Geografis dan Demografis	52
3. Iklim	53
4. Sarana Pendidikan	53
5. Keadaan Sosial Keagamaan	55
6. Mata pencaharian	55

B.	Gambaran Umum Pasar Banjarsari	56
1.	Sejarah Singkat Pasar banjarsari	56
2.	Letak dan Kondisi Pasar Banjarsari	57
3.	Struktur Organisasi Pasar Banjarsari	60
C.	Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari	61
1.	Strategi terhadap Produk (Barang)	62
2.	Strategi Harga	65
3.	Strategi Promosi	67
4.	Suasana Tata Toko	69
BAB IV	ANALISIS TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI	
	MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS	
	JAWA BARAT	70
A.	Analisis dari Segi Produk (Barang)	72
1.	Objek Produk (Barang).....	72
2.	Perjanjian kepada Distributor	75
3.	Praktek Menimbun Barang.....	76
B.	Analisis dari Segi Harga	79
C.	Analisis dari Segi Promosi	82
BAB V	PENUTUP	86
A.	Kesimpulan	86
B.	Saran-Saran	89
	DAFTAR PUSTAKA	90

LAMPIRAN-LAMPIRAN	I
A. Terjemahan	I
B. Biografi Ulama dan Tokoh.....	IV
C. Pedoman Wawancara	VI
D. Hasil Wawancara.....	VIII
E. Curriculum Vitae	XVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang mengurus semua hal dalam kehidupan manusia. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara hablum minallah (hubungan dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan sesama manusia).

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari hubungannya dengan orang lain. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain disebut mu'amalah (Perdagangan).¹ Dalam agama Islam selain ajarannya yang pokok tentang keimanan dan ibadah kepada Allah, ajaran muamalah untuk mengatur hubungan sesama manusia tidak kalah pentingnya. Ukuran keimanan seorang muslim tidaklah cukup dengan ibadahnya belaka, tetapi soal muamalah, sosial ekonomi dijadikan pula oleh Nabi sebagai ukuran bagi keimanan seseorang.²

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalah (hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm, 11.

² Abdullah Zaky Al Kafaar, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2002), hlm. 15.

berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh sebab itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.³

Salah satu pusat aktifitas ekonomi dalam perdagangan adalah pasar. Baik pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Monzer Kafh menggambarkan sebuah pasar itu terbentuk dari produsen-produsen kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah tidak tertentu.⁴

Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik intern maupun ektern menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda, mulai dari mempromosikan barang, memberikan harga diskon, ataupun menjual barang-barang dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pedagang lainnya. Mereka saling beradu strategi untuk menarik perhatian para pembeli.

Berkaitan dengan strategi tersebut, dalam pandangan Islam bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, namun keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariat Islam. Ketentuan syariat baik dalam modal, strategi, proses, maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat

³ Johan Arifin, *Etika bisnis Islam*, (Semarang : Walisongo Press 2009), hlm. 81.

⁴ Monzer Kafh, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem ekonomi Islam)*, alih bahasa Macmud Husein (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), hlm, 49.

syari'at yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis.⁵

Kecenderungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan masalah etika. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya bahkan saling “membunuh”. Kondisi ini menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya yang kecil makin tertindas. Kondisi yang kacau ini relatif mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis. Menghadapi kecenderungan tersebut, Al-Qur'an relatif banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas.⁶

Dalam hal ini, yang akan penyusun teliti terkait dengan pelaksanaan strategi marketing pedagang yang terletak di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat. Pasar Banjarsari adalah salah satu Pasar induk di Kota Banjar Ciamis Jawa Barat, terbukti sektor perdagangan di Pasar Banjarsari relatif berkembang karena secara tidak langsung wilayah Kecamatan Banjarsari adalah sebagai hinterland dari Kota Banjar Ciamis Jawa Barat dan merupakan transit barang dan jasa dari dan menuju ke wilayah selatan yaitu Pangandaran dan sekitarnya. Hal ini terbukti dengan eksistensi Pasar Banjarsari yang mampu mewadahi barang dan jasa dari dan ke wilayah perbatasan seperti Kecamatan Lakbok, Padaherang, Kalipucang, dan Kabupaten Pangandaran.

⁵<http://syaghafan.wordpress.com/2007/12/06/konsep-Islam-tentang-etika-bisnis.html>

⁶ Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an*, dalam *Ulumul Qur'an* No. 3 VII/1997

Bahkan sampai Provinsi Jawa Tengah seperti Kabupaten Banyumas dan sekitarnya.⁷

Dalam observasi awal peneliti sedikitnya telah memperoleh informasi tentang strategi-strategi apa yang dilakukan oleh beberapa pedagang. Seperti memberikan harga di bawah harga pasar pada beberapa jenis barang dagangannya, memberikan fasilitas kredit, bonus, diskon, dan juga menyediakan harga paket atau sering dikenal dengan paket super hemat, harga paket dibuat dengan memberikan harga tertentu pada pembelian bermacam produk sembako. Maksudnya menjual beberapa produk sembako sekaligus dengan satu harga. Ini akan memberikan kesan murah dan positif.⁸

Adapun strategi antara pedagang dengan distributor yaitu dengan cara jika mereka mampu menjualkan barang semisal 800 karton mie dalam kurun waktu 3 bulan maka akan mendapatkan bonus sebesar RP.750.000,- dari pihak distributor. Dari keuntungan tersebut pedagang dapat memberikan diskon kepada pembeli agar dagangannya laris diburu pembeli.⁹

Namun menurut penyusun, terdapat penyimpangan terhadap hukum Islam dalam strategi dagang yang dilakukan beberapa pedagang Pasar Banjarsari. Yaitu mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas biasa/buruk, yang kemudian tidak bersikap jujur untuk

⁷ http://id.wikipedia.org/wiki/Banjarsari,_Ciamis

⁸ Wawancara dengan Bapak mamat (pedagang) di Pasar Banjarsari pada tanggal 22 Mei 2014.

⁹ Wawancara dengan Bapak Imam (pedagang) di Pasar Banjarsari pada tanggal 20 Mei 2014.

menerangkan terlebih dahulu perihal dagangannya, terjadinya aksi menimbun barang dan menaikkan harga menjelang Ramadhan sampai Idul Fitri. Menjelang Ramadhan dan Idul Fitri sangat rawan terjadi aksi menimbun barang dan menaikkan harga karena kebutuhan barang seperti sembako dan sandang cukup meningkat. Situasi inilah yang dimanfaatkan pedagang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dibanding hari-hari biasanya.

Seperti bulan Ramadhan 2014 lalu, pada harga tepung terigu mengalami peningkatan dari Rp 7.000,- jadi Rp 9.000,- per kilogramnya. Bahkan hal serupa juga dialami pada harga minyak goreng. Harga minyak goreng curah per kilogramnya mengalami peningkatan sebesar Rp 2.000,- dari harga normal Rp 12.000,-. Harga minyak goreng berkualitas bagus atau super sebelumnya Rp 12.000,- kini jadi Rp 16.000,- per kilogramnya.

Islam menghalalkan jual beli yang termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara Islam, harus menggunakan tatanan atau aturan main bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan bagaimana etika yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.¹⁰

¹⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 153.

Seorang pedagang harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang diputuskan dalam menjual barang dagangannya. Sering pedagang mengabaikan apakah strategi tersebut menggunakan cara yang halal atau haram. Hal ini dimaksudkan agar seorang pedagang dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga strategi yang digunakan tidak merugikan pihak lain.

Dari latar belakang sebagaimana dikemukakan di atas, maka penyusun merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penyusun paparkan, maka peneliti mengangkat pokok masalah sebagai berikut :

1. Strategi marketing apa saja yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat?
 2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan strategi marketing yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat tersebut?
-

C. Tujuan dan Kegunaan

Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan, agar aspek-aspek yang ingin diperoleh dalam melakukan penelitian tidak menyimpang dari apa yang dikehendaki oleh peneliti.

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mendeskripsikan strategi marketing yang dilakukan pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat.
 - b. Untuk memberikan penilaian dan kejelasan hukum terkait dengan pelaksanaan strategi marketing yang dilakukan pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat ditinjau dari hukum Islam.
2. Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah:
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan pencerahan pemikiran bagi pengembangan ilmu syari'ah di bidang mua'malah.
 - b. Untuk memberikan gambaran kepada para pedagang mengenai pelaksanaan strategi penjualan suatu barang yang sesuai dengan hukum Islam dan diharapkan dengan strategi tersebut, para pedagang akan menyesuaikan diri secara nyata dengan adanya hukum yang telah ditetapkan.
 - c. Dapat menjadi bahan studi komperatif ataupun studi lanjutan bagi pihak-pihak yang ingin mendalami lebih jauh mengenai permasalahan yang berkaitan dengan obyek pembahasan ini.

D. Telaah Pustaka

Penelitian ini mencoba melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang terkait atau serupa dengan penelitian yang akan penulis kaji yaitu diantaranya :

Karya ilmiah yang memberikan bahasan tentang strategi marketing yaitu Fikriyah Asmawati dengan judul “Strategi Marketing Public Relation Rasulullah SAW dalam Perdagangan” yang berisi tentang bagaimana strategi marketing *public relations* Rosulullah SAW., dalam berdagang sehingga mengalami kesuksesan yang luar biasa walaupun tanpa memiliki banyak modal dan tanpa tipu daya. Menjadi contoh konkrit bagi para pedagang, pengusaha, maupun pebisnis agar kembali melakukan praktek bisnis yang sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW.¹¹

Kemudian Karya ilmiah yang disusun oleh Taufiq Hidayat berjudul “Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Roti dan Kue pada Tahun 2007 di Pasar Ngawen Gunungkidul”. Dalam penelitian tersebut menjelaskan tentang sejauh mana strategi yang digunakan oleh para pedagang roti dan kue dipasar Ngawen, memungkinkan adanya strategi yang tidak jujur yang diterapkan oleh para pedagang roti dan kue.¹²

¹¹fikriyah asmawati, “Strategi Marketing Public Relation Rasulullah SAW dalam perdagangan”, (Skripsi Mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2011).

¹² Taufiq Hidayat, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Roti dan Kue pada Tahun 2007 di Pasar Ngawen Gunungkidul”, (Skripsi Mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007).

Masih dari jurusan yang sama, karya ilmiah yang disusun oleh Rudi Pradoko dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penetapan Harga Tiket Pesawat pada Maskapai Penerbangan di Yogyakarta”, dalam skripsi tersebut penulis menggambarkan dan menganalisa tentang strategi penetapan harga tiket pesawat pada maskapai penerbangan di Yogyakarta. yaitu dengan menggunakan pendekatan yang didasarkan pada kaedah peraturan pemerintah tentang tarif penjualan tiket pesawat menurut hukum positif kemudian dicari berdasarkan kaedah hukum Islam.¹³

Dari pengkajian yang telah dilakukan, penyusun belum menemukan jenis penelitian yang mengkaji tentang pelaksanaan strategi marketing pedagang yang dilakukan di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat, dimana penelitian yang akan penyusun teliti ini lebih menekankan pada bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan strategi yang digunakan para pedagang khususnya pedagang sembako, dan apakah strategi yang digunakan merugikan para konsumen ataupun pedagang lain yang sejenis atau tidak. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik meneliti permasalahan ini, karena permasalahan ini dekat sekali dengan kehidupan kita sehari-hari.

E. Kerangka Teoretik

Strategi adalah penetapan arah keseluruhan dari bisnis. Kenneth R. Andrews menyatakan bahwa strategi perusahaan adalah pola keputusan

¹³ Rudi Pradoko, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penetapan Harga Tiket Pesawat pada Maskapai Penerbangan di Yogyakarta” (Skripsi Mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007).

dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.¹⁴

Sedangkan yang dimaksud dengan marketing adalah sebuah sistem total aktivitas-aktivitas bisnis yang didesain untuk merencanakan, menetapkan serta mendistribusikan produk-produk serta jasa-jasa yang memuaskan kebutuhan kepada pelanggan-pelanggan potensial.¹⁵ Dalam bukunya Soehardi Sigit, marketing adalah semua kegiatan-kegiatan atau usaha yang diperlukan untuk mengakibatkan terjadinya pemindahan kepemilikan jasa atau barang dan untuk melakukan distribusi sejak dari prosedur awal sampai ketangan konsumen terakhir.¹⁶

Strategi marketing (pemasaran) merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi marketing merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut W.Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.¹⁷

¹⁴ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: PT. Alfabeta. 2000), hlm. 201.

¹⁵ Winardi, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), hlm. 2.

¹⁶ Soehardi Sigit, *Pemasaran Praktis* (Yogyakarta: BPFE. 1992), hlm. 6.

¹⁷ Agung Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), hlm. 33.

Strategi marketing (pemasaran) akan tertuang dalam empat posisi *marketing mix* (Bauran pemasaran) atau sering dikenal dengan konsep 4-P yaitu :¹⁸

- a. Strategi produk (*product*)
- b. Strategi harga (*price*)
- c. Strategi tempat (*place*)
- d. Strategi promosi (*promotion*)

Karena pemasaran bukanlah ilmu pasti seperti keuangan, teori bauran pemasaran juga terus berkembang. Dalam perkembangannya, dikenal juga istilah 7P di mana 3P yang selanjutnya adalah orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

Sedangkan pemasaran dalam Islam tidak lain adalah perubahan aktivitas seseorang dalam menyampaikan komunikasi (informasi) kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip yang terkandung dalam hukum Islam. Yaitu dilakukan atas dasar prinsip kejujuran, yang didasarkan pada sistem nilai yang bersumber dari agama Islam, dan karenanya didalamnya tidak dikenal apa yang disebut *zero sum game*, dalam pengertian keuntungan seseorang diperoleh atas kerugian orang lain. Perdagangan yang dilakukan dengan cara yang tidak jujur, mengandung unsur penipuan (*garar*), yang karena itu ada pihak yang dirugikan, dan praktek-praktek lain sejenis jelas merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.

¹⁸ Winardi, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, hlm. 6-8.

Al-Quran telah menerangkan bahwa dalam melakukan bisnis dilarang melakukan usahanya dengan cara yang bathil atau kecurangan. Sebagaimana disebutkan dalam surat An-nisā ayat 29:

يا أيهاالذين آمنوا لا تأكلوا اموالكم بينكم بالباطل إلا ان تكون تجارة عن تراض منكم
ولا تقتلوا أنفسكم إن الله كان بكم رحيمًا¹⁹

Ayat ini dengan tegas melarang orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Memakan hartanya sendiri dengan jalan yang bathil adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara bathil ada bermacam cara seperti : memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, ataupun menganiaya. Termasuk juga dalam berdagang, hendaknya seorang muslim dalam berdagang selalu menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan, seperti menentukan harga yang sesuai, jujur terhadap kualitas produk yang diperdagangkan, dan juga jujur terhadap jumlah timbangannya.

Dalam konteks penerapan konsep ekonomi Islam, hendaknya pedagang memperhatikan hukum mu'amalah Islam yang mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut.²⁰

- a. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah kecuali yang ditentukan lain dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.

¹⁹ An-Nisā (4): 29

²⁰ Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, hlm. 16.

- b. Muamalah (perdagangan) dilakukan atas dasar kejujuran, suka rela, serta tanpa ada unsur paksaan.
- c. Muamalah (perdagangan) dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari muqarat (bahaya) dalam hidup masyarakat.
- d. Muamalah (perdagangan) dilakukan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur penganiayaan untuk pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

Ekonomi Islam menyetujui harga terbentuk dari harga pasar (dari permintaan dan penawaran), namun meskipun demikian jika perubahan harga terjadi bukan karena akibat keseimbangan dari permintaan dan penawaran tetapi akibat dari distorsi pasar (penimbunan, kolusi, monopoli, spekulasi) intervensi pemerintah tetap dibutuhkan.²¹

Menurut Philip Kotler, harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sementara unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan yang mencakup ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi yang membutuhkan lebih banyak waktu.²²

Ibnu Taimiyah menemukan dua tema mengenai harga yaitu kompensasi yang adil dan harga yang adil. Kompensasi yang adil dan harga

²¹ Ahim Abdurrahim, *Dalil-Dalil Naqli Seri Ekonomi Islam*, cet. Ke-1 (Yogyakarta: UPFE, 2001), hlm. 25.

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (edisi kesebelas) jilid 2, (Jakarta: Gramedia, 2005), hlm. 139.

yang adil tidaklah sama. Kompensasi berkaitan dengan moral atau kewajiban hukum, sedangkan harga yang adil berkaitan dengan masalah ekonomi, maka pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak.²³

Realisasi terhadap berbagai aturan transaksi yang telah ada, diharapkan terbentuk sebuah pasar yang ideal, yaitu sebuah pasar yang mendatangkan kemaslahatan bagi para pelaku pasar itu sendiri. Karena kemaslahatan merupakan faktor yang paling krusial dalam penetapan sah dan tidaknya intervensi harga. Seperti yang telah diketahui, intervensi harga oleh pemerintah dalam kerangka mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat. Ketika pemerintah memandang hal tersebut sebagai suatu kemaslahatan maka saat itu pula intervensi dapat dijalankan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, ada beberapa point yang harus dipahami, yaitu²⁴:

- a. Pada dasarnya, penetapan harga sebuah komoditas berdasarkan atas asas kebebasan. Harga yang terbentuk merupakan hasil atas pertemuan antara permintaan dan penawaran, dengan asumsi pasar berjalan secara normal.
- b. Dalam kondisi tertentu, pemerintah boleh melakukan intervensi harga. Intervensi hanya boleh dilakukan dalam kondisi tertentu (darurat),

²³ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah* (Surabaya : Bina Ilmu, 1997), hlm. 93-44.

²⁴ Said saad Marthon, *Ekonomi Islam*, alih bahasa Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin, cet. Ke-1 (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), hlm.87-88.

seperti: terjadinya penimbunan, adanya kolusi diantara penjual ataupun pembeli, dan distorsi pasar.

- c. Intervensi yang dilakukan bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan masyarakat.
- d. Harga yang ditetapkan harus berdasarkan prinsip keadilan bagi semua pihak dan tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan.

Prinsip keadilan juga dilakukan dengan tegas terhadap perdagangan yang dijalankan oleh Rasulullah SAW., beliau menjaga semua perdagangan yang mempunyai ciri-ciri keadilan dan kesama rataan bagi semua pihak dan melarang bentuk perdagangan yang tidak adil, ataupun yang mendorong pada bentuk pertengkaran dan keributan perdagangan atau mengandung unsur riba atau tipu muslihat, ataupun bentuk perdagangan yang menyebabkan keuntungan bagi seseorang tetapi merugikan orang lain.²⁵

Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, Seharusnya para pelaku bisnis memiliki kerangka etika bisnis sehingga dapat mengantarkan aktifitas bisnis yang berkah.²⁶

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara atau prosedur ilmiah yang digunakan dalam mengumpulkan, mengolah dan menyajikan serta menganalisis data guna menemukan atau menguji kebenaran suatu

²⁵ Afzalur rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid ke-1 (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995), hal. 88

²⁶ Muhammad, *Etika bisnis Islami*, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 95.

pengetahuan yang dilaksanakan dengan menggunakan metode-metode ilmiah²⁷.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian yang data dan informasinya diperoleh langsung dari kegiatan lapangan tentang pelaksanaan strategi marketing pedagang yang berada di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat dengan mengambil sample dari beberapa pedagang sembako.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-analitik yaitu dilakukan dengan cara menggambarkan fakta yang ada, sehingga lebih mudah untuk dipahami, kemudian dianalisis lalu disimpulkan.²⁸ Penulis menggambarkan dan menganalisis data tentang pelaksanaan strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat yang kemudian dianalisis menggunakan hukum Islam.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penyusunan skripsi ini adalah pendekatan normatif, yaitu suatu pendekatan hukum yang digunakan untuk mengkaji data dengan menggunakan kaidah-kaidah hukum Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an, hadis ataupun pendapat para ulama.

²⁷ Lexy J Moeloleng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993), hal. 3

²⁸ Saifuddin Azwar, *metode Penelitian*, cet. Ke-1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 6.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, untuk memperoleh data yang *valid* penyusun menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan datanya, adapun teknik tersebut adalah :

- a. Menggunakan cara *observasi* yaitu pengamatan langsung terhadap gejala yang sedang diteliti dan mencatat secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang akan penyusun teliti. dalam hal ini pengamatan terhadap pelaksanaan strategi marketing dagang yang diterapkan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat.
- b. Karena penelitian lapangan maka untuk memperoleh data primernya (pokok) menggunakan cara *interview* yaitu salah satu metode pengumpulan data dengan bentuk komunikasi secara langsung yang dapat diwakili dalam pengambilan data, melalui kontak pribadi antara pewawancara dengan responden, dalam hal ini wawancara dengan pedagang, dengan mengambil sampel pedagang sembako yang ada di Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat.
- c. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

5. Analisis Data

Setelah memperoleh data-data di lapangan melalui penelitian yang dilakukan maka diperlukan suatu analisis data yang valid untuk

mengambil kesimpulan dari data-data yang diperoleh. Adapun metode analisis yang penulis gunakan adalah analisis kualitatif dengan teknik deduktif, yaitu sebuah analisis yang berangkat dari kaidah-kaidah hukum Islam untuk menilai perilaku-perilaku pedagang dalam pelaksanaan strategi marketing di Pasar Banjarsari Cimis Jawa Barat, sehingga disimpulkan pelaksanaan strategi marketing tersebut sesuai atau tidak dengan hukum Islam.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam penyusunan sekaligus memahami penelitian tersebut maka penyusun membuat sistematika sebagai berikut :

Bab pertama, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi pokok dalam perumusan masalah yang akan diteliti, kemudian pokok masalah merupakan penegasan masalah yang akan diteliti lebih detail yang dipaparkan pada latar belakang, tujuan dan kegunaan penelitian yaitu sesuatu yang akan dicapai dari penelitian agar memberikan manfaat bagi peneliti atau penyusun sendiri maupun obyek yang diteliti, telaah pustaka sebagai penelusuran terhadap literatur yang telah ada dan berkaitan dengan penelitian ini, kerangka teoritik merupakan kerangka berfikir yang digunakan penyusun untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, metode penelitian yang berisi tentang penjelasan langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mengumpulkan data dan menganalisis

data, dan yang terakhir sistematika pembahasan yaitu upaya mensistematisasikan dalam penyusunan skripsi ini.

Bab kedua, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum strategi marketing dan etika bisnis Islam, terbagi atas: Pertama, menguraikan tentang hubungan antara strategi dan marketing. Kedua, tipe-tipe strategi pemasaran (*marketing strategy*). Ketiga, pemasaran dalam hukum Islam. Keempat, tentang kebijakan penetapan harga. Dan kelima, membahas tentang etika bisnis Islam.

Bab ketiga, dalam bab ini penyusun menjelaskan secara gamblang tentang obyek penelitian. Pertama menjelaskan gambaran umum obyek penelitian baik dari tingkat Kabupaten Ciamis dan Pasar Banjarsari meliputi sejarah, keadaan geografis dan demografis dari obyek penelitian yang diteliti. kedua menjelaskan tentang pelaksanaan strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari meliputi: strategi terhadap produk, harga, promosi, dan susunan tata toko.

Bab keempat, pada bab ini membahas mengenai analisis terhadap pelaksanaan strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat. Pertama dari segi produk meliputi objek produk, perjanjian kepada distributor, dan praktek menimbun barang, kedua dari segi harga, dan ketiga dari segi promosi yang ditinjau dari hukum Islam.

Bab kelima, penutup merupakan bab terakhir dalam skripsi ini, berisi tentang kesimpulan hasil analisis serta penilaian yang dilakukan penyusun dan saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penyusun lakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Model strategi marketing yang diterapkan oleh pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat khususnya pedagang sembako adalah sebagai berikut:

- a) Dari segi produk, strategi yang digunakan bervariasi seperti menunjukkan mana produk yang berkualitas super dan mana produk yang berkualitas standar. Adapun pedagang yang menjual barang dagangannya dengan mencampurkan barang dagangannya. Antara barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas biasa/buruk dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Salah satu Strategi yang digunakan antara pedagang dengan distributor yaitu ketika pembelian semakin banyak maka potongan yang dikenakan akan semakin besar. Sistem penjanjian yang dibuat kepada pihak distributor dalam pemesanan barang berbeda-beda antara pembelian secara tunai maupun kredit. Namun kerap terjadi praktek menimbun barang yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari yang sangat rawan ketika menjelang Ramadhan sampai Idul Fitri dikarenakan kebutuhan barang seperti sembako dan sandang cukup meningkat.

- b) Dari segi harga, naik turunnya harga di Pasar Banjarsari tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa pelaku yang bertransaksi. Terkadang penyebabnya adalah defisit atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar. Secara umum, produsen atau penjual dalam menentukan harga dari barang-barang yang akan ditawarkan (dijual) berpedoman pada dua hal yaitu biaya produksi yang dikeluarkan (ongkos bahan dan alat, upah tenaga kerja, banyaknya waktu atau keahlian yang dicurahkan) dan berpedoman pada laba yang diinginkan, yang merupakan sumber penghasilan.
 - c) Dari segi promosi, kegiatan promosi para pedagang sembako di Pasar Banjarsari pada umumnya memberikan fasilitas kredit, diskon, bonus dan juga menyediakan harga paket atau sering dikenal dengan paket super hemat.
2. Bahwa strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat dengan tinjauan hukum Islam, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :
- a) Produk yang diperdagangkan oleh pedagang Pasar Banjarsari sudah memenuhi aspek kehalalan dan boleh diperdagangkan sebagaimana pandangan hukum Islam sepanjang komoditas yang diperdagangkan itu tidak mengandung *muharat*, maka sepanjang itu pula transaksi perdagangan di perbolehkan.
 - b) Pedagang yang menjual barang dagangannya dengan mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas biasa/buruk, kemudian tidak bersikap jujur untuk menerangkan terlebih dahulu perihal

dagangannya. Maka hal tersebut tidak diperbolehkan karena Islam mengharamkan segala bentuk penipuan baik dalam masalah jual beli maupun dalam transaksi muamalah lainnya.

- c) Potongan harga yang diberikan oleh pihak distributor kepada pedagang merupakan sebuah strategi bisnis dan *service* terhadap pelanggan, tidak adanya unsur pemaksaan karena adanya asas saling menguntungkan serta kerelaan kedua belah pihak. Maka hal seperti ini diperbolehkan di dalam Islam.
- d) Pedagang yang menimbun barang dengan tujuan spekulasi, sehingga ia mendapatkan keuntungan yang besar di atas keuntungan normal atau dia menjual hanya sedikit barang untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi. Maka hal tersebut sangat bertentangan dengan hukum Islam.
- e) Terjadinya kenaikan harga yang dipengaruhi oleh adanya permintaan dan didasarkan pada kenaikan harga yang berlandaskan metode penetapan harga berbasis permintaan dan laba, diperbolehkan dan halal hukumnya.
- f) Adapun kenaikan harga telalu tinggi yang dilakukan oleh pedagang Pasar Banjarsari seperti pemanfaatan situasi menjelang bulan Ramadhan sampai Lebaran dengan maksud untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak maka hal tersebut dilarang dalam hukum Islam karena tidak sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah.
- g) Strategi dalam memberikan fasilitas kredit, bonus, diskon, ataupun harga paket menurut penyusun halal dan diperbolehkan, karena hal tersebut merupakan suatu perbuatan terpuji yang dianjurkan Rasulullah SAW.,

dengan memberikan fasilitas tersebut kita dapat membantu orang lain dari kesusahannya, dan dari sanalah akan timbul rasa kasih sayang, menghormati dan menghargai.

B. Saran-Saran

1. Persaingan merupakan hal yang wajar dan tak bisa dihindari dalam dunia bisnis, maka persaingan dalam strateginya harus menuntut para pedagang untuk lebih kreatif dan inovatif dalam kompetisi yang sehat.
2. Setiap melakukan perdagangan hendaknya didasari dengan itikad baik untuk saling bekerjasama dan menguntungkan antara para pihak yang bersangkutan baik dari pedagang, pembeli maupun distributor, sehingga dalam transaksinya tidak ada pihak yang merasa dirugikan.
3. Untuk pemerintah setempat hendaknya selalu memantau kondisi pasar, guna melihat kemungkinan diperlukannya pengaturan harga, dan juga untuk menghindari oknum-oknum yang sengaja memperlmainkan harga dan penimbunan barang.

Demikian hasil dari penyusunan skripsi ini khilaf dan kesalahan merupakan suatu yang melekat pada manusia. Oleh karena itu kewajiban bagi sesama manusia untuk saling mengingatkan dalam memperbaiki diri dalam kebenaran.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Hikmah (Al-Qur'an dan Terjemahnya)*, Bandung: Diponegoro, 2007.

Imam Ahmad Musthafá *Tafsír al Maraghí*, terjemahan oleh Bahrun Abū Bakar dkk, cet I, Semarang : Thoha Putra, Juz. V.

B. Kitab/Al-Hadis

Abi Abdilláh Muhammad Ibn Ismáil, *Matan a Bukhári*, (Beirut : Dár Fikr, t.t.) II : 7, Bab As-Samahá fí As-Syara'I wa al-Bai'I hadis no. 1980, dari Muhammad bin al munkadir dari Jabir bin Abdilláh

Asy-syekh Muhammad bin Qasim Al-Ghazy, *Fat-Hul Qarib*, (Surabaya: Al-Hidayah), hlm. 30.

C. Fikih/Ushul Fikih

Abdurrahim, Ahim. *Dalil-Dalil Naqli Seri Ekonomi Islam*, cet. Ke-1, Yogyakarta: UPFE, 2001.

Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.

Arifin, Johan. *Etika bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press 2009.

Asmawati, fikriyah. "Strategi Marketing Public Relation Rasulullah SAW dalam perdagangan", Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011.

Azhar Basyir, Ahmad. *Asas-asas Hukum Muamalah (hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007.

Harapan, Sofyan S. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 20011.

- Hidayat, Taufiq. “Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Roti dan Kue pada Tahun 2007 di Pasar Ngawen Gunungkidul”, Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.
- Islahi, A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Surabaya: Bina Ilmu, 1997.
- Kafh, Monzer. *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem ekonomi Islam)*, alih bahasa Macmud Husein, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Marthon, Said saad. *Ekonomi Islam*, alih bahasa Ahmad Ikhrom dan Dimyauddin, cet. Ke-1, Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.
- Muhammad, *Aspek Hukum dalam muamalat*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007.
- Muhammad, *Etika bisnis Islami*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004.
- Nasution, *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, Jakarta : Penada Media, 2006.
- Nejatullah siddiqi, Muhammad. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, alih bahasa Anas Sidiq, cet. Ke-1, Yogyakarta: Bumi Aksari, 1991.
- Pradoko, Rudi. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penetapan Harga Tiket Pesawat pada Maskapai Penerbangan di Yogyakarta”, Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.
- Qordhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, alih bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, cet. Ke-4, Jakarta:Gema Insani Press, 2001.
- Rahman, Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid ke-1, Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995.
- Shihab, Quraish. *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur’an*, dalam *Ulumul Qur’an* No. 3 VII/1997.
- Siddik, Abdullah. *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, Jakarta : Balai Pustaka, 1993.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*, cet. 3, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Sumar’in, *Ekonomi Islam (Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam)*, cet. ke-1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Triwulansih, titik dan Indri. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Jakarta: Lintas Pustaka, 2008.

Suyanto, Muhammad, *Muhammad Bussiness Strategy and Ethics*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008.

Zaky Al Kafaar, Abdullah. *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.

D. Lain-lain

Adiwarman A, Karim. *Mikro Islami* edisi ke-3, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007.

Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: PT. Alfabeta. 2000.

Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing*, Jakarta: Rajawali pre, 2012.

Azwar, Saifuddin. *metode Penelitian*, cet. Ke-1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.

Cummin, Julian dan Roddy, *Sales Promotion : Menciptakan, Mengimplementasikan, dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*, Penerjemah : Andreas Haryono, cet. I, Jakarta : PPM, 2004.

Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis (Teori dan Aplikasi)*, Bandung : Alvabeta, 2013.

Hermawan, Agung. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

John Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta : Gramedia, 1990.

Kamus Ilmiah Populer Lengkap Dengan EYD dan Pembentukan Istilah Serta Akronim Bahasa Indonesia, Achmad Maulana, cet. Ke-1, Yogyakarta : Absolut, 2003.

Keraf, Sonny. *Pasar Bebas keadilan Dan Peran Pemerintah*, Yogyakarta: Kanisius, 1996.

Kotler, Philip dan kellen, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi kedua Belas, Jakarta : indeks, 2009, (terjemahan).

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (edisi kesebelas) jilid 2, Jakarta: Gramedia, 2005.

Mustopo, Ali. *Strategi Kebudayaan*, Jakarta : CSIS. 1971.

Moeloleng, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993.

Rosidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

Sigit, Soehardi. *Pemasaran Praktis*, Yogyakarta: BPF. 1992.

Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.

Tjiptono, Frandi. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2001.

Winardi, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, Bandung: Mandar Maju, 1989.

<file:///C:/Users/User/Friendly/Documents/Pengertian Marketing Mix Adalah.html>

<http://syaghafan.wordpress.com/2007/12/06/konsep-Islam-tentang-etika-bisnis.html>.

http://id.wikipedia.org/wiki/Banjarsari,_Ciamis

TERJEMAHAN KUTIPAN AYAT AL-QUR'AN DAN HADIS

NO	HLM	F.N	TERJEMAHAN
BAB I			
1	12	19	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu.
BAB II			
2	30	21	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu.
3	36	32	Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka al-kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan.
4	37	33	Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula).
5	42	42	Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya. Kemudian kami kembalikan dia ke tempat yang serendah-rendahnya (neraka).
6	47	53	Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu.

BAB IV			
7	71		Hukum asal dari jual beli diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.
8	71	5	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu.
9	73	9	Menjual barang yang tidak ada dan tidak dapat dilihat mata oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli), maka jual beli yang semacam ini hukumnya tidak boleh.
10	74		Dari Nabi SAW,. Beliau bersabda: penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama belum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapatkan berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka berbohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuskan keberkahan jual beli mereka.
11	78	11	Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.
12	78	12	Shahih Muslim 3012: Telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Maslamah bin Qa'nab telah menceritakan kepada kami Sulaiman yaitu Ibnu Bilal dari Yahyayaitu Ibnu Sa'id dia berkata, "Sa'id bin Musayyab menceritakan bahwa Ma'mar berkata," Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: " <i>Barangsiapa menimbun barang, maka dia berdosa.</i> "
13	78	13	Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu.
14	81	15	Dari Jabir ra. Sungguh Rasulullah saw. Bersabda, Allah mengasihi seseorang yang menjual, mudah

			dalam membeli, dan lapang dada dalam menagih hutang
15	84	21	Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa.
16	84	22	Bukanlah menghadapkan wajahmu kearah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi; dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan), dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya.

BIOGRAFI ULAMA DAN TOKOH

1. IBNU TAIMIYAH

Nama lengkapnya adalah Taqi ad-Din Abu al-Abbas ahmad Ibn Abdul Halim Ibn Abdu as-Salam Ibnu Abdullah Ibnu Muhammad Taimiyah al-Harrani al-Hanbali. Beliau lahir pada hari senin 10 Rabi' al-Awal 66 H atau 22 Januari 1262 M. Bertempat di Harran, sebuah kota kecil di bagian utara Mesopotamia dekat Urfa di bagian tenggara negara Turki sekarang. Beliau melimpahkan minatnya untuk belajar berbagai ilmu keislaman. Pada saat itu tidak ada tokoh yang sanggup menandingi pribadi Ibnu Taimiyah, seorang penulis sejarah Islam telah mengungkapkan, “ sesungguhnya Ibnu Taimiyah telah mengenali dan menghasilkan, dan ia merupakan seorang sarjana ahli hadis dan ahli fiqh selagi ia masih berumur 17 tahun.” Beliau terkemuka dalam bidang Ilmu Tafsir, Ilmu Ushul, dan semua ilmu Islam. Dalam berjuang ia menggunakan mata pedang pada satu waktu dan dengan menggunakan mata pena pada waktu yang lain. Ibnu taimiyah wafat pada tanggal 20 Dzulqa'dah 728 H. Adapun karya-karyanya adalah *Majmu' al-Fatawa Syaikh al-Islam*, *Risalat fi Sujud al-Qur'an*, *Ushul al-Fiqh*, *al-Mujawwadah fi al-Ushul*, dan lain-lain.

2. YUSUF AL-QARADHAWI

Nama lengkapnya adalah Yusuf Abdullah al-Qaradhawi. Lahir pada tanggal 9 September 1926 di desa Safar Tirab di bagian barat Mesir. Pada tahun 1953 menyelesaikan pendidikannya di Fakultas Syari'ah al-Azhar. Pada tahun 1957 melanjutkan ke lembaga tinggi riset dan penelitian masalah-masalah Islam. Tahun 1976 lulus Doktor dengan dengan disertasinya yang sekarang cukup fenomenal sebagai kitab zakat terlengkap yang berjudul Fikih Zakat.

Karya-karyanya meliputi bidang Fiqh, hadist serta puluhan buku tentang pemikirannya dalam bidang politik dan agama sangat diwarnai dengan corak pemikiran Hasan al-Banna. Hingga akhir hayatnya beliau menjabat sebagai guru besar dalam Ilmu Tafsir dan Hukum Islam.

3. AHMAD AZHAR BASYIR

Beliau lahir pada tanggal 25 November 1928, beliau adalah alumnus perguruan tinggi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 1956.

Beliau memperdalam bahasa arab di Universitas Baghdad pada tahun 1957-1958. Memperoleh gelar Magister pada tahun 1965 di Universitas Kairo dalam bidang *Dirisah Islamiyah*. Beliau juga mengikuti pendidikan purna sarjana Filsafat di Universitas Gajah Mada pada tahun 1971-1972. Dan menjadi dosen luar biasa di UGM, UMY, UII dan IAIN sunan kalijaga Yogyakarta. Beliau juga pernah menjabat sebagai anggota tim pengkaji hukum Islam dan pembinaan hukum nasional Departemen Kehakiman.

Hasil karyanya antara lain adalah : *Falsafah Ibadah dalam Islam, Hukum Waris Islam, Hukum Perkawinan Islam, Garis Besar System Ekonomi Islam, Asas-Asas Mu'amalah* dan lain sebagainya.

4. PHILIP KOTLER

Beliau adalah salah satu otoritas terkemuka di dunia dalam pemasaran. Salah satu bukunya yang menjadi best seller yaitu *Principles of Marketing* dan *Marketing An Introduction*. Selain itu buku-buku Kotler yang lain adalah *The New Competition, Marketing Professional Servies, Marketing for Health Care, High Visibility, Social Marketing* dan lain sebagainya. Beliau juga satu-satunya pemenang tiga kali penghargaan populer *Alpha Kappa Psi* untuk artikel terbaik yang diterbitkan dalam *Journal of Marketing*. Kotler juga menjadi pengurus di beberapa lembaga, diantaranya sebagai ketua *College on Marketing of The Institute of Chicago*, direktur the MAC Group (Gemini) dan anggota penasehat *the Peter Drucker Foundation* dan *Copernicus*. Pada tahun 1978 Dr. Kotler menerima *paul D. Converse Award* yang diberikan oleh *American Marketing Association* untuk menghormati “kontribusi yang luar biasa bagi ilmu pengetahuan dalam pemasaran.”

PEDOMAN WAWANCARA
KEPALA UPTD BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

1. Kapan berdirinya Pasar Banjarsari?
2. Berapa luas Pasar Banjarsari?
3. Bagaimana sejarah dan perkembangan Pasar Banjarsari sejak berdirinya hingga sekarang?
4. Apa saja upaya yang telah dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan Pasar Banjarsari?
5. Berasal dari mana saja pedagang yang masuk ke Pasar Banjarsari?
6. Agama apa yang dianut oleh mayoritas pedagang Pasar Banjarsari?
7. Apa tanda-tanda jika harga sewaktu-waktu mengalami kenaikan?
8. Bagaimana tanggapan Pemerintah jika terjadi kenaikan harga?
9. Bagaimana upaya Pemerintah dalam menstabilkan harga?

PEDOMAN WAWANCARA

PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

1. Sejak kapan berdagang di Pasar Banjarsari?
2. Jenis barang apa saja yang diperdagangkan?
3. Berapa banyak pelanggan saat ini?
4. Bagaimana strategi dalam mencari dan mempertahankan pelanggan?
5. Strategi apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran?
6. Apakah membedakan pelayanan terhadap pembeli eceran dan grosiran?
Kenapa!
7. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menetapkan harga?
8. Berapa banyak keuntungan yang diambil pada setiap produk?
9. Bagaimana cara mencari distributor?
10. Berasal dari mana saja distributor?
11. Bagaimana perjanjian yang dibuat kepada pihak distributor?
12. Apakah berpengaruh harga suatu barang apabila pembelian semakin banyak baik kepada pembeli maupun kepada distributor?
13. Bagaimana jika terjadi kerusakan barang?
14. Apa tanda-tanda jika harga sewaktu-waktu mengalami kenaikan?
15. Faktor apa yang mempengaruhi kenaikan harga barang?
16. Bagaimana cara mengatasi suatu kenaikan harga?

HASIL WAWANCARA

Nama : Istiyach Nurhayati S.SE., MM

Pekerjaan : Pegawai UPTD Pasar Banjarsari

Jawaban

1. Pasar Banjarsari berdiri pada tahun 1992
2. Pasar Banjarsari memiliki luas 71201,65 m²
3. Dimulai dari pasar ceplak di daerah Asem Banjarsari pada tahun 1970, kemudian dibangun pasar di desa Banjarsari tetapi terbakar dan dibangun pasar kembali pada tahun 1992 di Desa Cibadak sampai dengan sekarang.
4. Memperbaiki dan mengembangkan kegiatan perdagangan agar lebih tertata dan berkembang.
5. Kebanyakan pedagang berasal dari Kec.Banjarsari, Kec.Padaherang dan Kec.kalipucang.
6. Mayoritas beragama Islam.
7. Kelangkaan barang, sedangkan permintaan banyak.
8. Mencari sebabnya dan membantu mencari solusi supaya harga turun.
9. Membantu konsumen dan pedagang dengan mengadakan operasi pasar terutama terhadap harga-harga barang sembako.

HASIL WAWANCARA

Nama : Maryono

Pekerjaan : Pedagang

Jawaban

1. 1998
2. Kebutuhan pokok sehari-hari, makanan ringan.
3. Pedagang grosiran, pedagang eceran, pegawai negeri, ibu rumah tangga. Dll
4. Mempromosikan dan selalu bersikap jujur.
5. Memberikan potongan harga, Memberikan bonus.
6. Pasti berbeda, sebab jika disamakan maka toko semi grosir tidak mau berbelanja ketoko ini.
7. Mengambil keuntungan sesuai harga pasar, diatas harga pasar dan ada yang dibawah harga pasar.
8. Menetapkan harga antara barang yang cepat laku dipasaran dengan jenis barang yang lakunya lama, jenis barang yang cepat laku dengan mengambil keuntungan dikisaran 10% dan untuk jenis barang yang lakunya lama dengan mengambil keuntungan antara 20% - 25%.
9. Datang dengan sendirinya.
10. Bandung, Tasik, Ciamis, Banjar, Pangandaran, purwokerto.
11. Order, dicek, ditandatangani/cap toko dan dibayar sesuai jatuh tempo. Ada yang dibayar secara cas dan ada juga yang dibayar secara kredit.

12. Iya berpengaruh karena ini termasuk dari bagian pemasaran. Untuk pembelian barang kepada pihak distributor umumnya akan dikenakan potongan jumlah harga barang pada barang-barang unilever.
13. Ada yang diganti ada yang tidak, tergantung dari pihak distributor.
14. Pengurangan pengiriman barang dari pihak distributor.
15. Dikarenakan permintaan semakin banyak sedangkan jumlah barang terbatas.
16. Menaikan harga / Menjual harga lebih tinggi sebab jika menjual barang dengan harga normal akan cepat habis diborong.

HASIL WAWANCARA

Nama : Imam

Pekerjaan : Pedagang

Jawaban

1. 2008
2. Semua jenis barang sembako.
3. Banyak, mulai dari pedagang eceran sampai dengan ibu rumah tangga.
4. Datang dengan sendirinya dan mempromosikan. Selalu bersikap ramah kepada para pembeli.
5. Memberikan fasilitas kredit, Memberikan potongan harga, Memberikan bonus.
6. Tidak, semuanya sama.
7. Mengambil keuntungan sesuai harga pasar dan ada yang dibawah harga pasar.
8. Tergantung jenis barang antara : Rp.50,00- – Rp.500,00- pr pcs
Rp.500,00- - Rp.2500,00- per bag/karung
9. Bertanya kepada sesama pedagang dan datang dengan sendirinya.
10. Tasik, Ciamis, Banjar, Pangandaran, purwokerto.
11. Order, dicek, ditandatangani/cap toko dan dibayar sesuai jatuh tempo.
12. Untuk pembeli hanya sesekali saja sebagai bagian dari strategi pemasaran, dan pembelian kepada pihak distributor tergantung dari jenis barangnya.

13. Tergantung distributor, ada yang diganti ada yang tidak.
14. Kelangkaan barang.
15. Musim dan kenaikan BBM
16. Menambah stok barang



HASIL WAWANCARA

Nama : H. Mamat R

Pekerjaan : Pedagang

Jawaban

1. 1992
2. Berbagai macam kebutuhan pokok.
3. Banyak, mulai dari pedagang eceran sampai dengan ibu rumah tangga.
4. Mempromosikan dan bersikap jujur.
5. Menyediakan harga paket atau sering dikenal dengan paket super hemat, Menawarkan barang-barang sembako dengan beragam kualitas untuk semua kalangan, menunjukkan mana produk yang berkualitas super dan mana yang berkualitas standar.
6. Dibedakan, supaya pembeli grosiran (pedagang eceran) dapat menjual kembali kepada konsumen.
7. Mengambil keuntungan sesuai harga pasar dan ada yang dibawah/di atas harga pasar.
8. Bervariasi, mulai dari 1% - 10%.
9. Bertanya kepada sesama pedagang dan datang dengan sendirinya.
10. Tasik, Ciamis, Banjar, Pangandaran.
11. Order, dicek, ditandatangani/cap toko dan dibayar sesuai jatuh tempo.

12. Untuk pembeli semuanya sama, dan pembelian barang kepada distributor tergantung dari pihak distributornya ada yang dikenakan potongan jumlah barang dan ada yang tidak.
13. ada yang diganti ada yang tidak.
14. Barang langka sedangkan permintaan banyak.
15. Musim dan kenaikan BBM.
16. Diperbanyak stok barang.



HASIL WAWANCARA

Nama : M Ghufron

Pekerjaan : Pedagang

Jawaban

1. 2007
2. Barang sembako dan makanan ringan.
3. Banyak, seperti pedagang eceran, para pegawai negeri, ibu rumah tangga.
4. Promosikan, bersikap ramah seperti menanyakan kabar dan bersikap jujur.
5. Memajang barang semenarik mungkin agar terlihat rapih dan toko terlihat penuh koleksi barang. Kemudian memberikan layanan antar (*Delivery services*) bagi pembeli yang berbelanja sembako dalam jumlah yang cukup banyak.
6. Dibedakan, supaya pembeli yang akan menjual kembali barangnya dapat menjual dengan harga pasaran.
7. Mengambil keuntungan sesuai harga pasar.
8. Tergantung jenis barang antara Rp.100,00- - Rp.3000,00-.
9. Bertanya kepada sesama pedagang dan datang dengan sendirinya.
10. Tasik, Ciamis, Banjar, Pangandaran, purwokerto.
11. Penjanjian yang dibuat kepada pihak distributor berbeda-beda seperti pembelian secara tunai atau kredit. Harga yang dikenakan antara pembelian

secara tunai dan kredit berbeda, pembayaran secara tunai biasanya akan diberikan potongan dari 0,5% - 1%.

12. Jika sedang terjadi sistem promo dari pihak distributor maka untuk pembelipun akan dikenakan potongan harga. Tapi jika tidak ada maka tidak diberikan potongan harga.
13. Ada yang diganti ada yang tidak, tergantung dari pihak distributor.
14. Kelangkaan barang, bahan baku, permintaan banyak.
15. Kenaikan BBM, dolar meningkat.
16. Diperbanyak untuk menurunkan harga, supaya barang lancar.



CURRICULUM VITAE

Nama : Anis Maisaroh
Nim : 10380020
Tempat, tanggal lahir : Ciamis, 26 Mei 1992
Alamat Asal : Dusun Sukajadi, Rt. 003 Rw. 001, Desa Sukajadi, Kec.
Pamarican, Kab. Ciamis, Jawa Barat.
Alamat Yogyakarta : Perum Griya Timoho Estate no. 17, Baciro Rt. 85 Rw.
20, Gondokusuman, Yogyakarta, 55225.

Nama Orang Tua :

Ayah : Kusaeri
Ibu : Siti Maryamah

Riwayat Pendidikan :

TK : TK Kartika Banjarsari
SD : SD Negeri 1 Sukajadi
MTs : MTs AL-HUDA Sukajadi
MA : MA Sabbilil Muttaqien
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Muamalat

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ISTIJACH MURHAJATI - S.I.E.M.M.
Alamat : Banjarsari
Pekerjaan : Prts (pegawai Negri Spt)

Telah melakukan wawancara berkaitan dengan :

Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:


TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

Nama : Anis Maisaroh
Pekerjaan : Mahasiswa
Nim : 10380020
Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Jurusan/Smt : Muamalat/VIII

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarsari, 9 Mei 2014

Tertanda


Istijach M. S. E. M. M.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maryono Arsyad
Alamat : Kertahayu, Pamarican
Pekerjaan : Pedagang

Telah melakukan wawancara berkaitan dengan :

Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

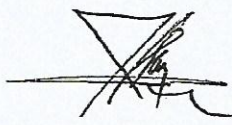
TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

Nama : Anis Maisaroh
Pekerjaan : Mahasiswa
Nim : 10380020
Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Jurusan/Smt : Muamalat/VIII

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarsari, 10 Mei 2014

Tertanda


(Maryono Arsyad)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam . S
Alamat : Sukajadi
Pekerjaan : Pedagang

Telah melakukan wawancara berkaitan dengan :

Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI
MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT**

Nama : Anis Maisaroh

Pekerjaan : Mahasiswa

Nim : 10380020

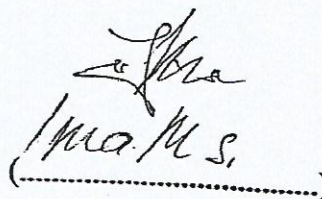
Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Jurusan/Smt : Muamalat/VIII

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarsari, 20 Mei 2014

Tertanda


(Imam M. S.)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Ghufron

Alamat : Banjarsari

Pekerjaan : Pedagang

Telah melakukan wawancara berkaitan dengan :

Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

Nama : Anis Maisaroh

Pekerjaan : Mahasiswa

Nim : 10380020

Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Jurusan/Smt : Muamalat/VIII

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarsari, 22 Mei 2014

Tertanda


M. GHUFRON - ETI, R
BANJARSARI - HP. 085 235 025 020
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Mamat . R
Alamat : Sirelang Jaya , Banjarsari
Pekerjaan : Pedagang

Telah melakukan wawancara berkaitan dengan :

Pelaksanaan Strategi Marketing Pedagang Pasar Banjarsari

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

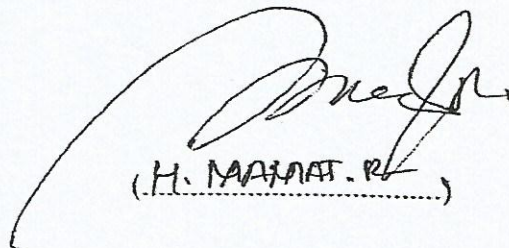
TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

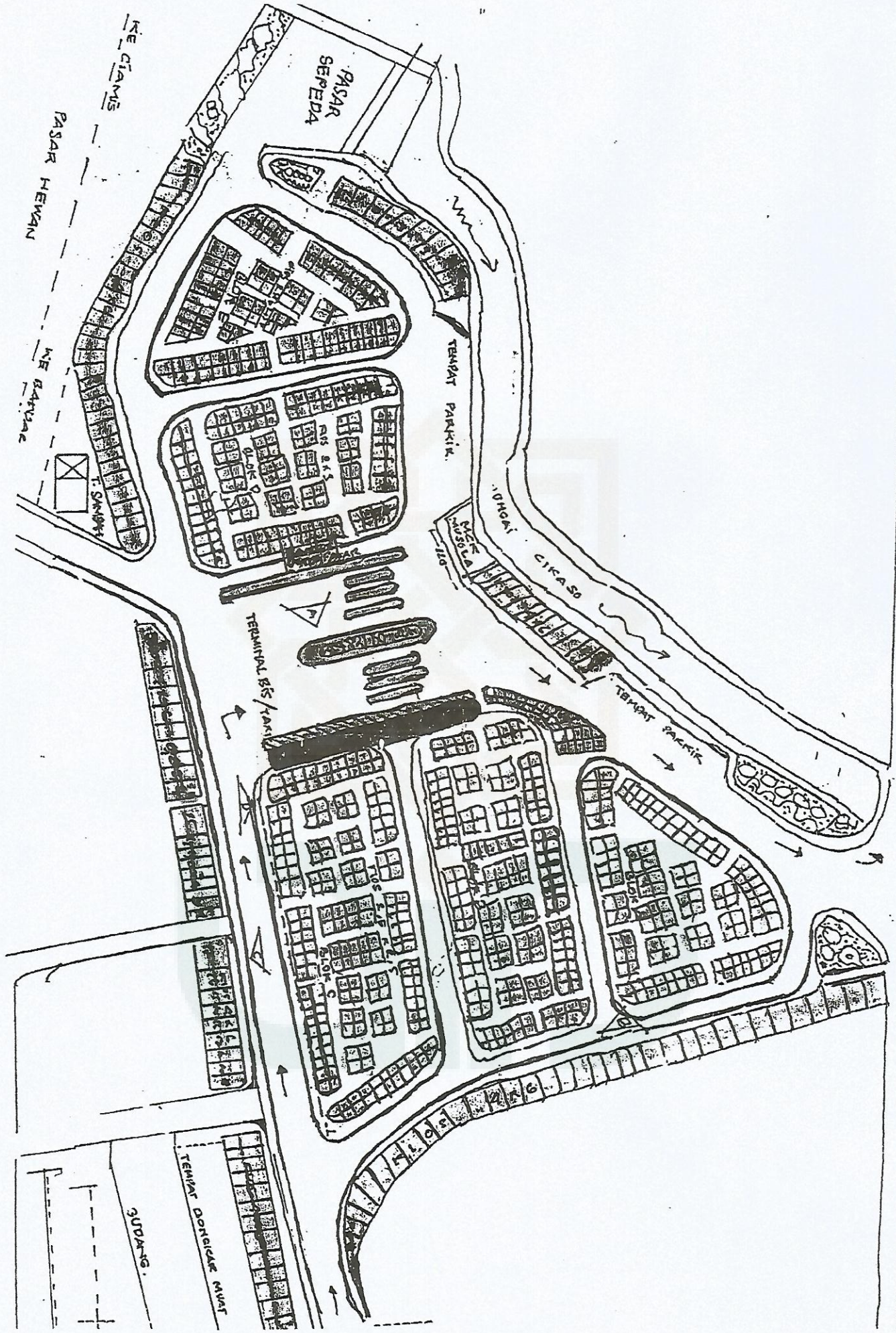
Nama : Anis Maisaroh
Pekerjaan : Mahasiswa
Nim : 10380020
Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Jurusan/Smt : Muamalat/VIII

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarsari, 22 Mei..... 2014

Tertanda


(H. MAMAT . R)





No. : UIN.02/DS.1/PP.00.9/ 1077 / 2014
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 8 Mei 2014

Kepada
Yth. Bupati Ciamis Jawa Barat
Cq. Kesbanglinmas Ciamis
Di Ciamis

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memohonkan kepada Bapak/Ibu memberikan izin kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagaimana yang tersebut di bawah ini :

No	N a m a	NIM	JURUSAN / PRODI
1	Anis Maisaroh	10380020	MU

untuk mengadakan penelitian di Kesbanglinmas Ciamis yang bapak/Ibu pimpin guna mendapatkan pengetahuan dan informasi dalam rangka Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) yang berjudul " TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr.wb.



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. H. Kamsi, MA.

NIP. 19570207 198703 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



No. : UIN.02/DS.1/PP.00.9/ 1077 / 2014
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 8 Mei 2014

Kepada
Yth. Kepala Kantor Pasar Banjarsari Ciamis
Di Ciamis

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memohonkan kepada Bapak/Ibu memberikan izin kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagaimana yang tersebut di bawah ini :

No	N a m a	NIM	JURUSAN / PRODI
1	Anis Maisaroh	10380020	MU

untuk mengadakan penelitian di Kantor Pasar Banjarsari Ciamis yang bapak/Ibu pimpin guna mendapatkan pengetahuan dan informasi dalam rangka Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) yang berjudul " **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT**

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Dekan,
Wakil Dekan/Bidang Akademik,

Dr. H. Kamsi, MA.
NIP. 19570207 198703 1 003

Tembusan :

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



PEMERINTAH KABUPATEN CIAMIS
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Tentara Pelajar No. 9 Telp (0265) 771101

FAXIMILE (0265) 771101

CIAMIS 46211

Ciamis, 16 Mei 2014

Kepada :

Nomor : 070.3/692-Kesbangpol
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Pemberitahuan Penelitian

Yth. 1. Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan
Perdagangan Kabupaten Ciamis
2. Kepala UPTD Koperasi, Perindustrian dan
Perdagangan Wilayah Banjarsari

di-

TEMPAT

- I. Memperhatikan : Surat Dekan Fakultas Syaria'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Nomor : UIN.02/DS.1/PP.00.9/ 1077 /2014 Tanggal 08 Mei 2014 Perihal Permohonan Ijin Penelitian.
- II. Mengingat : 1 Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis Nomor 14 Tahun 2013 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis nomor 17 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah;
2 Peraturan Daerah Kabupaten Ciamis Nomor 13 tahun 2008 Tentang Urusan Pemerintah yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Kabupaten Ciamis;
3 Keputusan Bupati Ciamis Nomor 61 Tahun 2012 Tentang Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Unsur Organisasi Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Ciamis.

**MAKA SETELAH KAMI MENGADAKAN WAWANCARA LANGSUNG
DENGAN YANG BERSANGKUTAN PADA PRINSIPNYA KAMI TIDAK BERKEBERATAN
DAN BERSAMA INI KAMI HADAPKAN :**

Nama : ANIS MAISAROH NIM 10380020
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Marsda Adisucpto Yogyakarta
Maksud : Mengadakan Penelitian
Lokasi : UPTD Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Wilayah Banjarsari Kab. Ciamis
Lamanya : 16 Mei s/d 16 Agustus 2014
Judul : "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT"
Penanggung Jawab : Dr. H. Kamsi, MA.

KETENTUAN-KETENTUAN YANG PERLU DITAATI :

1. Memperhatikan masalah ketertiban umum dan keamanan.
2. Tidak menyimpang dari ketentuan-ketentuan, sesuai prosedur/ rencana yang ditetapkan.
3. Yang bersangkutan terlebih dahulu melapor kepada Kepala Wilayah/Instansi yang dikunjungi.
4. Setelah selesai melaksanakan kegiatan agar melaporkan hasilnya kepada Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Ciamis.
5. Surat ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi apabila kegiatan tersebut menyimpang dari ketentuan yang berlaku.
Demikian untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN CIAMIS
Kasi Poldagri,



TEMBUSAN :

- Yth. 1. Kepala Badan Kesbangpol Prov. Jabar;
2. Asisten Pemerintahan Setda Kabupaten Ciamis;
3. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Ciamis;
4. Dekan Fakultas Syaria'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
5. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN CIAMIS
UPTD KOPERASI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
WILAYAH BANJARSARI
Kompleks Pasar Banjarsari Telp. (0265) 650327 Ciamis

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor :503 / 48 / UPTD / V/ 2014.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YAYAN HERYAN
Nip : 19591101 198103 1 012
Jabatan : Kepala UPTD KOPERINDAG
Wilayah Banjarsari

Berdasarkan Surat dari Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Ciamis Nomor: 070.3/692-Kesbangpol tanggal 16 Mei 2014 Perihal Pemberitahuan Penelitian, demi lancarnya proses penelitian Skripsi maka dengan ini kami memberikan izin kepada:

Nama : ANIS MAISAROH
Nim : 10380020
Pekerjaan : Mahasiswi
Nama Judul Penelitian : "TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
STRATEGI MARKETING PEDAGANG PASAR
BANJARSARI CIAMIS JAWA BARAT"

Lokasi : UPTD Koperasi Perindustrian Perdagangan
Wilayah Banjarsari

Untuk melaksanakan penelitian di Pasar Banjarsari sesuai dengan lokasi yang dipilih oleh peneliti.

Demikian Surat Izin ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Banjarsari, 19 Mei 2014

a/n. Kepala UPTD KOPERINDAG

Wilayah Banjarsari

ISTİYACH N.S, SE.MM

NIP. 19790614 200801 2 007

