

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Syariah

1. Pengertian Manajemen syariah

Secara harfiah manajemen berasal dari kata bahasa inggris yaitu *to management* artinya ialah mengatur, mengelola, melaksanakan, dan mengurus. Sedangkan menurut kamus besar bahasa indonesia pengertian manajemen adalah proses dalam penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan. Secara sederhananya manajemen merupakan suatu proses tindakan atau seni perencanaan, mengatur, mengarah dan pengawasan yang mana secara dinamis yang mana untuk menggerakkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.

Menurut Brantas, menyatakan manajemen ialah penting untuk kegiatan atau gerakan dari suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkannya. Sedangkan menurut *john D. Millett* manajemen adalah proses pembimbingan, pengarahan serta pemberian fasilitas kerja kepada orang-orang yang diorganisir dalam kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan .¹

Sedangkan menurut Malayu S.P. Hasibuan berpendapat bahwa manajemen merupakan suatu ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya yang lainnya yang secara efisien dan efektif untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.²

¹Prof. Dr. H. Bukhara Alma, Doni Juni Priasan, S.pd., S.E., M.M, " *Manajemen Bisnis Syariah*", Bnadung: Alfabet, 2021, hal. 113-114.

² Malayu S.P Hasibuan, " *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*", Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.hlm. 2

Sedangkan Syariah berasal dari kata syariat yang mana artinya adalah Hukum. Menurut Abdul Manan syariah adalah hukum. Ada pun yang dimaksudnya adalah hukum ialah suatu rangkaian peraturan yang menguasai tingkah laku atau perbuatan tertentu dari manusia dalam hidup bermasyarakat. Selain pengertian Syariah menurut Abdul manan, ada juga pengertian Syariah menurut Drs. Ahsin W. Al-Hafiz berarti peraturan atau undang-undang. Yang dimaksud adalah hukum-hukum (peraturan) atau undang-undang yang ditentukan Allah dan Hamba-Nya, sebagaimana yang terkandung dalam kitab Al-Qur'an yang di terapkan oleh Rasulullah SAW.³

Manajemen adalah bagian dari Syariah dalam Islam Rasulullah SAW. Mengajarkan umatnya untuk senantiasa untuk melakukan suatu pekerjaan yang mana sesuai dengan aturan. Didalam perkembangan ilmu pengetahuan moderen, pekerja mengelola sesuatu dengan teratur dan itu merupakan suatu bagian dari ilmu dan praktek manajemen.

Islam merupakan agama yang baik dan sempurna, dan begitulah halnya islam menganjurkan kepada pemeluknya untuk yang mana mereka harus melakukan pekerjaan dengan baik dan sempurna. Pasti dalam pekerjaan seseorang pasti ingin pekerjaan yang baik dan sempurna, maka pekerjaan haruslah dilakukan dengan rapi, tertip, teratur, dan benar. Begitupun dengan tujuandan arah pekerjaan tersebut haruslah jelas. Landasannya haruslah bagus, cara-cara untuk mencapai haruslah jelas dan transparan, manajemen

³ Panji Adam, S.Sy.,M.H., *"Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah"*, Jakarta: Amzah, 2018, hlm. 1-2

dalam artianya adalah aturan segala sesuatu agar dilakukan dengan benar, baik dan tepat dan harus sesuai dengan syariat islam. Jika seseorang melakukan pekerjaan dengan sesuai dengan apa yang disyariatkan oleh islam. Orang tersebut dapat dikatakan sudah melakukan suatu pekerjaan dengan berdasarkan manajemen syariah.⁴

Dari penjelasan yang diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen syariah menjelaskan setiap manusia (bukan hanya organisasi) untuk selalu melakukan perencanaan terhadap semua kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang agar mendapatkan hasil yang optimal.

2. Landasan manajemen syariah

Adapun landasan manajemen syariah diantaranya adalah firman Allah SWT. Yang mana tercantum dalam Al-Qur an surah *Ash-shaf* ayat 4 yang berbunyi;

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ
بُنِيَّةً رَّصُوصًا ۚ

Yang artinya:” Sesungguhnya allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”(QS.*Ash-Shaf* Ayat 4)⁵

Yang dimaksud arti sah yang diatas adalah suatu bangunan yang kokoh dikarenakan adanya senergi satu sama lain. Dan begitulah halnya sebuah organisasi, jika satu sama lain berkerja sama, maka

⁴ Hafinudin Didin, " Manajemen Syariah", Jakarta: Gema Insani.

⁵ Al-Qur'an Dan terjemahnya *Surah Ash-Shaf* Ayat 4

akan mnghasilkan sesuatu yang memekasimalkan. Suatu organisasi akan berjalan dengan lancar dan baik jika di kelola dengan benar dan juga apabila manajemen nya juga benar dan baik maka suatu organisasi juga akan baik dan sesuai dengan apa yang ingin dicapai di dalm suatu organisasi tersebut

3. Fungsi manajemen syariah

1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang patut dikerjakan, siapa yang mengerjakan dan gamapan di kerjakan. Di dalam perencanaan yang mana unsur yang terlibat bahwa didalam perencana yang akan tersirat untuk mengambil keputusan. Karena perencanaan dapat dilihat sebagai suatu proses dan kerangka untuk mengambil suatu keputusan dan juga menyusun rangkaian tindakan selanjutnya dimasa yang akan mendatang. Dalam islam aspek perencanaan merupakan hal yang penting dilakukan. Bahkan Allah SWT. Menyatakan dirinya sendiri bahwa Allah maha pemberi rencana, tercantup dalam surah *Al-Thariq*, Ayat : 16.

Artinya”Dan akupun membuat rencana (pula) dengan sebenar-benarnya”(*QS. Al-Thariq:16*)

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Tujuan pengorganisasian adalah untuk mengelompokkan kegiatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yng dimiliki agar pelaksanaan dari suatu rencana dapat dicapai secara efektif dan ekonomis.

3. Menggerakkan/ kepemimpinan (*Actuating*)

Kepemimpinan ialah suatu proses yang mana untk mempengaruhi satu aktivitas dari pada kelompok yang

terorganisir dalam usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam mencapai tujuan.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian yaitu suatu yang sistematis yang mana untuk menetapkan standar presentasi dengan sasaran perencanaan, merancang sistem umpan balik informasi sesungguhnya dengan standar terlebih dahulu ditetapkan, menentukan apakah ada pengukuran dan penyimpanan signifikansi penyimpanan tersebut dan mengambil tindakan perbaikan-perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa sumber daya organisasi yang digunakan sedapat mungkin dengan cara yang paling efektif dan efisien guna tercapainya sasaran organisasi.⁶

4. Unsur-unsur manajemen syariah.

1. *Man* (Sumber Daya Manusia)

Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja.

2. *Money* (uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar dalam perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu

⁶Prof. Dr. H. Buchari Alma, Doni Juni Priansa, S.pd., S.E., M.M, " *Manajemen Bisnis Syariah*", Bandung: Alfabet, 2021, hlm. 113

harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi.

3. *Materials* (bahan)

Material terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.

4. *Machines* (mesin)

Dalam kegiatan perusahaan, mesin sangat diperlukan. Penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.

5. *Methods* (metode)

Dalam pelaksanaan kerja diperlukan metode-metode kerja. Suatu tata cara kerja yang baik akan memperlancar jalannya pekerjaan. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Perlu diingat meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan. Dengan demikian, peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri.

6. *Market* (pasar)

Memasarkan produk sudah barang tentu sangat penting sebab bila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi barang akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh sebab itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen.

B. Pasar Tradisional

1. pengertian Pasar

Pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tempat orang untuk berjual beli. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu. Menurut istilah, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk bertukar barang-barang milik mereka dengan mata uang. Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar adalah terjadinya kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli dimanapun dan kapanpun berada.

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan penjual dengan pembeli yang melakukan tawar-menawar untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya. Secara fisik pasar adalah tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan baik terbuka, tertutup ataupun di sebagian bahu jalan. Kelompok para pedagang tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan kontemporer, semi permanen, ataupun permanen. Sedangkan secara sosiologis dan cultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya arena jual beli barang atau jasa, namun juga merupakan tempat pertemuan warga untuk saling berinteraksi sosial atau melakukan diskusi informal

atas permasalahan Kota.

Pada dasarnya pasar adalah tempat berlangsungnya transaksi barang antara pembeli dan penjual. Pasar juga terdiri dari dua tipe, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Dimana pasar tradisional merupakan tempat berjual beli dimana konsumen masih bisa melakukan tawar-menawar, dan salah satu contoh dari pasar tradisional yaitu pasar yang sering terlihat dipinggir jalan atau pemukiman penduduk yang biasa disebut pedagang kelontong. Sedangkan pasar modern adalah tempat tempat dimana konsumen dapat membeli barangbarang yang diinginkan tapi ditempat ini tidak lagi melakukan tawar-menawar seperti pasar tradisional karena harganya sudah terpatok. Salah satu contoh dari pasar modern ini adalah minimarket seperti indomart, alfamart, alfamidi dan sejenisnya

2. Fungsi Pasar

Menurut Miller dan Meiners mengatakan bahwa pasar memiliki dua fungsi yang sangat penting yaitu:

1. Pasar kompetitif menyediakan informasi atau pengetahuan yang harus dimiliki oleh konsumen dan produsen dalam rangka memperhitungkan peningkatan atau penurunan barang-barang langka atau sumber daya produksi melalui penyesuaian harga relatif yang mudah dipahami.
2. Pasar berfungsi memotivasi konsumen dan produsen untuk bereaksi atau memberi tanggapan secara layak terhadap informasi. Dengan memberi imbalan yang lebih tinggi baik itu berupa upah, laba, atau utilitas kepada produsen dan konsumen, dan juga produsen yang lebih baik reaksinya.

3. Jenis-jenis pasar

Pasar memiliki jenis tersendiri, hal ini karena setiap pasar di daerah tertentu terdapat kebutuhan yang berbeda-beda. Berikut jenis-jenis pasar beserta penjelasannya:

- a. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanan, pasar digolongkan menjadi lima jenis yaitu:
 1. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai luar kota, yang mana barang yang dijual pasar tersebut lengkap.
 2. Pasar kota, pasar yang terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang dijualnya lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk, dan pasar grosir.
 3. Pasar wilayah adalah pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang dijualnya cukup lengkap bagi masyarakat. Melayani sekitar 60.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar eceran, pasar induk, dan pasar khusus.
 4. Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi, dan mempunyai pelayanan yang mana meliputi lingkungan pemukiman saja. Yang dimaksud pasar ini adalah pasar eceran.
 5. Pasar khusus pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai

kemampuan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang dijual belikan hanya satu macam saja.

b. Berdasarkan waktu terjadinya pasar, menjadi tiga bagian di antaranya:

1. Pasar harian, merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap hari, misalnya pasar pagi, dan warung.
2. Pasar mingguan, ialah pasar yang melakukan aktivitas setiap satu minggu sekali. Seperti pasar minggu atau pasar senin.
3. Pasar temporer, merupakan pasar yang terjadi sewaktu-waktu dan tidak rutin. Pasar ini biasanya terjadi pada peristiwa tertentu.

c. Berdasarkan strukturnya(jumlah penjual dan pembeli)

1. Pasar persaingan sempurna, merupakan sebuah jenis pasar yang jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak dan produksi yang dijual bersifat homogen.
2. Pasar persaingan tidak sempurna, terdiri dari:
 - a. Pasar monopoli ialah pasar dimana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga dipasar ini adalah seorang penjual yang sering disebut monopolis.
 - b. Pasar oligopoli adalah pasar dimana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan.
 - c. Pasar pesaingn monopolistik adalah salah satu bentuk pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan di beberapa aspek.
 - d. Pasar monopsony adalah bentuk pasar yang terlihat dari segi permintaan atau pembelinya. Disini pembeli

memiliki kekuasaan untuk menentukan harga yang mana hanya satu perusahaan saja.

- e. Pasar oligopsoni adalah pasar yang mana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen.

Sedangkan menurut manajemen, pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Pasar tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan usaha milik daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios-kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, dan menengah. Proses jual beli dagangan melalui tawar-menawar.

2. Pasar moderen.

Pasar moderen adalah pasar yang bersifat moderen, dimana barang-barangnya di perjual belikan dengan harga pas dan layanan mandiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah mall, hypermart, plaza, supermarket, dan tempat moderen lainnya.

Ciri-ciri pasar moderen ini adalah:

- a. Tidak terikat pada tempat tertentu bisa dimana saja.
- b. Alat pembayarannya bisa non tunai.
- c. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- d. Harga sudah tertera di barang yang ingin dibeli.

- e. Barang yang di jual beranekaragam.
- f. Berada didalam bangunan dan pelayanan dilakukan sendiri.
- g. Ruang ber-AC dan nyaman tidak terkena trik matahari.
- h. Tempat berseioh.
- i. Tata tempat sangat diperhatikan untuk permudah dalam pencarian barang.
- j. Pembayaran dilakukan dengan membawa baranmg kekasir dan tawar menawar lagi.

4. Pasar Tradisional

Pasar tradisional ialah bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung, bangunan-bangunan pasarnya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dataran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Pasar tradisional sebagian besar menjual kebutuhan yang digunakan sehari-hari atau yang dibutuhkan di kehidupan masyarakat sekitar, seperti bahan-bahan makanan, ma kanan atau kuliner, da arau alat-alat rumah taggal lain nya. keberadaa pasar tradisional merupakan salah satu indikator paling nyata dalam kehidupan ekonomi masyarakat disuatu wilayah.

Perpres RI No. 112 tahun 2007 tentang penatan dan pembinaan pasar tradisional pusat pembelanjaan dan toko moderen ,menyatakan bawah pasar tradisional wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :

1. Menyediakan area parkir paling sedikit seluas dagan kebutuha parkir 1 buah kendaraan roda empat untuk setiap 100 m2 luasnya lantai pasar tradisional.

2. Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar tradisional yang bersih,sehat,aman,tertib, dan ruang publik yang nyaman.
3. Rasio perdandingan antara tempat terbuka (contoh : parkir ,fasilitas sosial, dan fasilitas umum lainnya dengan bangunan utama pasar apabila luas pasar memungkinkan diusahakan minial 30%,70%) artinya 30% dari luas lahan yang ada dipermukaan bagi tempat terbuka, dan 70% dari uas lahan yang dikhususkan untuk bangunan pasar.
4. Memiliki sarana jalan transportasi yang mudah dilalui oleh kendaraa dan mungkinan memiliki pasokan listrik yang memadai.⁷

5. konsep pasar tradisional

Menurut peraturan mentri perdagangan, dalam pengembangan pasar ada beberapa hal konsep yang harus diketahui yaitu sebagai berikut :

1. Konsep bangunan yaitu bangunan yang ramah lingkungan dan nyaman.
2. Konsep akses mudah dicapai oleh semua pengunjung.
3. Konsep lengkap tersedia akses angkutan umum dan peralan kaki.
4. Konsep parkir.
5. Konsep tata hijau.
6. Konsep utilitas berupa air bersih dan air buangan.

⁷Lumintan G.R. singgano, Lisbath Lasawengen Julian, "Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 di Kelurahanbulangi 1kecamatan bulangi kabupaten", *Kurnl Ilmiah Society*: Vol. 1. No. 1, 2021.

7. Konsep drainase dan zoning

6. Sarana dan Prasarana pasar tradisional

Menurut peraturan menteri perdagangan, sarana dan perasaranan pasar yang disediakan untuk kepentingan pelayanan umum dilingkungan pasar, sebagai berikut:

1. Bangunan kios,dibuat dengan ukuran ruang standar tertetu.
2. Los.
3. Tempat penjualan adalah penggunaannya terbagi berpetak-petak.
4. Area penghijauan.
5. Tempat ibadah.
6. Pelataran parkir.
7. Toilet\WC
8. Tempat sampah.
9. Penyediaan jaringan air bersih.
10. Jaringan listrik.
11. Alat komunikasi pasar.
12. Fasilitass keamanan.
13. Layanan kesehatan.
14. Tempat promosi atau tempat tunjangan lainnya.⁸

dapat disimpulkan dari penejelasan di atas bawah pasartradisional adalah tempat terjadinya transaksi pembeli dan penjual, bukan hanya sebagi tempat transaksi aja tapi juga memberi apa yang dibutuhkan masyarakat seperti kebutuhan sehari-hari, tidak hanya itu saja pasar tradisional juga tempat kalang bawah untuk

⁸Agus N.F., "Penggenalan Pasar Induk Pagar Dewa kota Bengkulu", *Jurnal Penelitian Dan Politik*, Vol. 7, No. 2, 2003.

mencari ekonomi yang lebih baik, tapi mereka harus lah beradaptasi dengan baik di suatu lingkungan yang baik,dari pada itu mereka harus berpikir agar bisa berdaptasi dengan lingkungan yang mereka tempatkan.

7. Fungsi Pasar Tradisional

Pasar memiliki fungsi sebagai penentuan nilai suatu barang, penentuan jumlah produk, mendistribusikan produk, melakukan perbatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi pasar juga menjadi barometer pagi tinklek pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun apa jadinya jika pembeli tidak nyaman dan malas untuk mengunjungi pasar, tentunya akan merugikan penjual, tidak hanya penjual yang rugi, pemerintah sebagai penarikan pajak juga akan merasa di rugikan dimana pajak tersebut merupakan penghasilan daerah secara optimal.

8. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah aktivitas jual beli yaitu bater barang dengan harga barang, baik berdagang dalam negeri yakni bater yang berlangsung didalam negeri serta tunduk pada tunduk pada kekuasaan nrgara. Perdagangan merupakan salah satu urat nadi terpenting dalam perekonomian. Perdagangan atau pertukaran dalam ekonomi di artikan sebagai proses transaksi yang didasarkan kehendak dan sukarela dari masing masing pihak.

Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keberuntungan kepada kedua belah pihak atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) pagi pihak-pihak yang

terlibat.dalam usaha dagang nabi selalu bersifat sopan dan baik hati. Juga menghindari sikap berlebihan dalam berdagang, seperti banyak bersumpah. Nabi sangat membenci orang-orang yang dalam dagangannya bersumpah palsu

C. Strategi Adaptasi Pedagang

1. Pengertian Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam.menurut *Chandle* strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dari usaha yang mana dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindakan lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.⁹Sedangkan menurut *porter* strategi ialah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing usaha. Dan menurut *stephanie K. Marrus* strategi adalah sebagai suatu prses penentuan rencana para pemimpin yang mana puncaknya berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan disebut dapat dicapai.selain itu juga ada definisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, *hamel dan prahalad*,yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting Mereka berdua mendefinisika strategi yang terjeremahnya sebagai berikut:strategi merupakan tindakan yang bersifat incemental(senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.terjadinya kecepatan inovasi pasar

⁹Ani Pinayani, "Strategi Pengembangan Jurnal Pendidikan Ekonomi Koperasi",

yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Para usaha perlu kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.¹⁰ Pemahaman yang baik mengenai tentang konsep-konsep lain yang berkaitan, yang mana menentukan suksesnya suatu strategi yang akan disusun, konsep-konsep tersebut adalah:

1. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang mana dilakukan oleh suatu usaha agar dapat melakukan lebih baik dibanding dengan pesaingnya. Suatu usaha yang memiliki kekuatan yang mana tidak mudah ditiru oleh usaha pesaing di pandang sebagai usaha *Distinctive Competence*, yang meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.
2. *Competitive Advantage* ialah kegiatan yang spesifik yang berkembang suatu usaha agar lebih unggul dengan pesaing yang lain. Keunggulan pesaing disebabkan karena pilihan strategi yang dilakukan pemilik usaha yang mana untuk merebutkan peluang pasar. Menurut Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan yaitu :
 - a. Cost Leadership
 - b. Diferensiasi
 - c. Fokus

2. Pengertian Adaptasi

¹⁰ Dr. Husen Umar, "Desain Penelitian Manajemen Strategi ", Jakarta: PT. Rajadgrafin Indonesia, 2010

Adaptasi secara umum adalah lingkungan yang mana dibentuk dari tindakan yang diulang-ulang dan bentuk dalam penyesuaian lingkungan. Menurut *Bennet* tindakan yang diulang-ulangkan tersebut akan membentuk dua, kemungkinan ialah tindakan yang penyesuaian yang berhasil sebagaimana diharapkan atau sebagaimana tindakan yang tidak memberi harapan. Gagalnya suatu tindakan akan menyebabkan stress yang berlanjut, yang mana mempengaruhi dalam respon atau tanggapan individu terhadap lingkungan sekitar yang ditempati atau yang dihuni.

Menurut zakiah derajat ada tiga faktor yang harus diketahui dalam penyesuaian diri (adaptasi) dilingkungan sekitar.(Suhel, 2017)

Berikut faktor yang harus diketahui dalam beradaptasi dilingkungan sebagai berikut :

1. Frustrasi (tekanan perasaan) adalah sesuai proses yang menyebabkan orang akan merakam adanya hambatan terhadap terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan atau menyangka akan terjadinya suatu hal yang mengalihnya keinginan.
2. Konflik (pertantangan batin) yaitu terhadap dua macam atau lebih yang berlawanan atau tantangan satu sama lain dan tindakan akan dipenuhi dalam waktu yang sama. Konflik di bagi beberapa macam yaitu :
 1. Pertantangan dua hal yang diinginkan adalah adanya dua hal yang sama-sama diinginkan,tetapi tidak mungkin diambil kedua nya.
 2. Pertantangan dual hal, yang mana yang pertama diinginkan dan sedangkan yang kedua tidak diinginkan.

3. Pertantangan dual hal yang ditak diinginkan ialah orang yang mana menghadapi setuasi yang menimbulkan Hal-hal yang mana tidak diinginkan.

Jadi strategi Adaptasi secara umum dapat diartikan sebagai rencana tindakan yang mana dilakukan oleh manusia baik dilakukan secara sadar maupun tidak secara sadar, secara implisi atau eksplisit diimana dalam merespon berbagi konflik internal maupun eksternal. Sementara itu didalam buku *marzali* menjelaskan secara luas strategi adaptasi adalah merupakan perilaku manusia dalam mengalokasikan dilakukan manusia baik secara sadar maupun tidak sadar, secara implisi atau eksplisit dalam merespon sumber daya yang mereka miliki dalam menghadapi masalah-masalah dalam berbagai pilihan. Pilihan yang tepat dalam guna sesuai dengan lingkungan sosial, kultur, ekonomi dan ekologis yang dimana mereka hidup.

Edi Suharto menyatakan strategi bertahan hidup dalam menghadapi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan berbagai cara (Izazudin, 2021).

Ada beberapa cara yang dilakukan diantaranya yaitu

1. Strategi aktif adalah yang mengoptimalkan seluruh potensi keluarga, seperti melibatkan anak dalam usahanya meskipun kurang dapat dibenarkan, tetapi dikaitkan dengan ekonomi keluarga anak-anak tersebut memiliki nilai ekonomi tersendiri.
2. Strategi pasif ialah dengan mengurangi pengeluaran keluarga.
3. Strategi jaringan adalah menjalin relasi baik formal maupun informal dan lingkungan kelembagaan.

2. Tujuan Strategi

Disadari atau tidak strategi memiliki jembatan yang penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan dalam usaha atau pedagang, berikut tujuan penting dalam membuat strategi :

1. Sebagai saranan evaluasi
2. Memberikan gambaran tujuan.
3. Memperbarui strategi yang lalu.
4. Lebih efisien dan efektif.
5. Mengembangkan kreativitas dan inovasi.
6. Mempersiapkan perubahan.

3. Langkah-langkah adaptasi

Ada beberapa langkah yang harus diketahui untuk melakukan adaptasi dilingkuang, yaitu:

1. Jangan langsung berpresepsi bawah lingkungan bahwa lingkungan baru akan sulit untuk semua dan semua berawal dari pikiran. Ketika kita berfikir bahwa suatu hal itu sulit, memulainya pun akan terasa berat.
2. Persiapkan diri dan mental.
3. Menghargai setiap perbedaan termaksud budaya dan kebiasaan ditempat baru.
4. Jangan ragu untuk bertanya dan meminta bantuan, jika mendapatkan kesulitan atau masalah, bertanyalah. Interaksi akan membangun hubungan interpersonal yang baik.
5. Jadilah diri sendiri.

4. Macam-macam Staregi

Strategi menjadi beberapa jenis atau beberapa macam, di antaranya :

1. Strategi intergrasi, adalah strategi yang lebih sering digunakan oleh para perusahaan untuk mengontrol masalah distributor, pasokan hingga dalam perencanaan pesaing.
2. Strategi intensif, adalah strategi yang lebih cocok untuk penetrasi pasar ataupun untuk melihat pengembangan produk yang bergkemang.
3. Strategi diversitas, yaitu strategi yang lebih sering digunakan untuk upaya menambah produk baru atau jasa baru di dalam perusahaan tanpa harus merusak atau mengganggu selera pelanggan yang.

5. Macam-macam Adaptasi

Adaptasi menjadi beberapa jenis dan beberapa macam, antaranya:

1. Adaptasi perilaku, adaptasi adalah sebuah pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia agar dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkan oleh mereka sebagai upaya mereka dalam memecahkan permasalahan yang mereka hadapi, pola-pola tersebut adalah perilaku atau tindakan.
2. Adaptasi siasat, ialah dilakukan oleh masyarakat untuk memanfaatkan segala sumber daya untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.
3. Adaptasi proses, adaptasi proses di lakukan dengan memerlukan sebuah proses yang panjang cara menyesuaikan strtaegi yang telah dipilih.