

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil menengah atau UMKM merupakan milik badan usaha keluarga maupun perorangan yang memiliki kriteria kecil, yang mana biasanya usaha-usaha tersebut memiliki pembiayaan yang sangat terbatas padahal sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) inilah yang memiliki kontribusi dalam produk domestik bruto (PDB), sehingga dengan itu dapat menopang atau mendorong perekonomian Indonesia.¹ Pada zaman sekarang ini perkembangan teknologi semakin cepat hampir semua kegiatan dalam kehidupan sangat dimudahkan oleh teknologi, begitu juga dalam hal perdagangan atau penjualan barang dengan demikian hal tersebut membuat cara masyarakat dalam mendapatkan barang yang diinginkan pun sudah sangat mudah dengan adanya platform media penjualan atau *e-commerce* yang ada pada zaman sekarang.

Dengan adanya *e-commerce* pada zaman sekarang ini maka Media penjualan pun semakin maju, platform media sosial seperti tiktok Shop yang menyediakan tempat bagi para pedagang untuk menjual barang dagangannya melalui tiktok shop tersebut. Maka dengan keadaan ini pelaku usaha mikro

¹ Airlangga Hartarto, *Pembiayaan UMKM* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021).h.1

kecil menengah atau UMKM ada yang memutuskan untuk menyesuaikan diri terlibat dalam menjual produknya pada media tiktok shop tersebut dan ada juga para pelaku UMKM yang tetap berjualan secara offline pada kios atau lapaknya yang ada di pasar tradisional dengan menunggu pembeli yang datang menghampiri

Adanya tiktok shop ini tidak lantas membuat para pelaku UMKM utamanya yang ada di pasar tradisional menjadi terbantu justru dengan adanya media penjualan tersebut membuat pro dan kontra diantara para pelaku usaha yang ada di pasar-pasar seperti Tanah Abang Jakarta dan pasar Asemka Jakarta justru merasa terancam dengan adanya tiktok shop ini, salah satu contoh kasus tentang bagaimana keberlangsungan UMKM itu terancam dengan adanya Tiktok shop ada pada situs web "memorandum, co.id Bekerja dan membela Tanah air" di sana dikatakan bahwasanya dampak *e-commerce* seperti contoh tiktok tidak hanya dirasakan oleh pedagang pasar tradisional saja tetapi juga berimbas pada kuli panggul, pedagang makanan, tukang becak serta aktivitas lainnya yang menyertai pasar tradisional di sana mereka sudah mewawancarai seseorang yang bernama Yohanes, yang mana Yohanes itu tersebut adalah salah seorang pedagang pakaian muslimah, Yohanes mengaku sejak pandemi *covid 19* memang sudah mulai terasa penurunan omzet bahkan disana dikatakan

bahwanya dampak yang dirasakan tersebut bahkan semakin para dibandingkan pada saat *covid* melanda.

Pada situs web tersebut juga dikatakan bahwasannya apabila mereka berjualan *online* juga tidak segampang yang dibayangkan karena yang dilihat sekarang adalah yang mempunyai *follower* atau pengikut yang banyak, contohnya saja artis-artis yang berjualan di tiktok shop tersebut mereka berhasil dalam melakukan penjualan karena mereka punya kekuatan *follower* sedangkan para pedagang yang pelaku UMKM yang ada di pasar tradisional tersebut kalau mau memulai *follower* dari nol tidak ada yang mau melihat promosi yang mereka lakukan disana semua itu tergantung dari *platform* tersebut itulah monopoli *platform* jadi mereka yang melakukan penjualan disana bukan karena produk yang mereka miliki tapi karena *viewer* yang mereka miliki.²

Dengan adanya permasalahan ini tidak membuat pemerintahan indonesia diam begitu saja menanggapi keluhan yang diadukan oleh para pelaku UMKM yang ada di pasar tradisional tersebut, akhirnya pada 4 Oktober 2023 tepatnya pukul 17:00 WIB pemerintah akhirnya resmi menutup tiktok shop tersebut. Akan tetapi dengan ditutupnya tiktok shop juga tidak membuat semua pelaku UMKM itu merasa senang ada juga para pelaku UMKM yang justru menyayangkan

² Aziz Alfin, 'TikTok Shop Hancurkan Pasar Tradisional, UMKM Menjerit', *Memorandum.co.id Bekerja dan Membela Tanah Air*, 2023 <<https://memorandum.disway.id/read/74613/tiktok-shop-hancurkan-pasar-tradisional-umkm-menjerit>> [Diakses, 27 October 2023].

ditutupnya tiktok shop, ada diantara mereka yang mengeluhkan bahwasanya dengan ditutupnya tiktok shop tersebut justru membuat turunya produksi penjualan serta turunya omzet para pelaku UMKM yang sudah mengikuti penjualan melalui aplikasi tiktok shop tersebut Seperti contoh pada situs web “detikfinance” disana mereka mewawancarai salah satu pedagang keripik pisang yang aktif di tiktok shop yang bernama Andre disana dikatakan bahwasanya tidak adanya tiktok shop sangat berpengaruh terhadap omzet pelaku UMKM yang berjualan di tiktok shop hal tersebut dikarenakan pesanan produk yang terbanyak itu mereka dapatkan melalui tiktok shop bahkan disana dikatakan bahwasanya dalam 1,5 tahun terakhir 80% penjualan mereka itu dari tiktok shop³ namun pada akhirnya tidak lama kemudian pada Selasa pagi tepatnya 12 Desember 2023, fitur belanja yang ada di aplikasi tiktok tersebut kembali muncul namun bekerjasama dengan salah satu *e-commerce* yaitu tokopedia hingga saat ini fitur belanja online pada aplikasi tiktok tersebut terus beroperasi dengan nama shop tokopedia.

Sebagaimana contoh diatas permasalahan yang dikeluhkan bukanlah permasalahan yang sepele bagaimana tidak, tantangan yang harus mereka hadapi diantaranya untuk bisa melakukan *live* dalam mempromosikan dagangan mereka di

³ Retno Ayuningrum, 'Sedihnya Pedagang Saat TikTok Shop Ditutup Besok', *Detikfinance*, 2023 <<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6963437/sedihnya-pedagang-saat-tiktok-shop-ditutup-besok>> [Diakses, 27 October 2023] Pukul 21.22.

tiktok shop maka mereka dituntut harus memiliki *followers* atau pengikut minimal seribu orang seperti yang dikeluhkan yohanes diatas tadi, selain itu mereka harus bersaing dengan para penjual lain atau bahkan para artis yang ikut berjualan di tiktok shop tersebut juga menjadi tantangan bagi UMKM terutama UMKM pasar tradisional apabila hendak beralih melakukan penjualan barang dagangnya di tiktok shop tersebut, dimana para artis yang ikut berjualan di tiktok shop memilik follower yang tidak sedikit, sedangkan berhasil atau tidaknya penjualan barang itu tergantung dengan banyaknya jumlah penonton pada vidio promosi yang dilakukan baik itu secara *live* atau vidio promosi biasa yang jelas faktor utama berhasilnya penjualan barang yang dilakukan itu faktor utamanya ialah *followers*, akan tetapi melihat studi kasus diatas juga tidak bisa kita katakan bahwasannya dengan adanya tiktok shop, itu membuat keberlangsungan usaha mikro kecil menengah atau UMKM itu jadi terganggu yang mana dari contoh kasus diatas justru ada para pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM itu justru mendapatkan keuntungan dengan adanya tiktok shop shingga ketika tiktok shop ditutup hal tersebut justru membuat penjualan ataupun omzet mereka menurun dengan kata lain dengan sempat ditutupnya tiktok shop itu membuat keberlangsungan usaha mereka justru menjadi terganggu.

Dengan adanya persaingan antara para pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang ada di pasar tradisional dengan tiktok shop maka tentunya perlu dilihat bagaimana persaingan tersebut menurut prespektif persaingan pasar secara syariah, untuk itulah islam sebenarnya juga telah mengatur tentang etika dalam berbisnis, salah satunya etika bisnis dalam islam yaitu free will (kebebasan berkehendak) akan tetapi kebebasan berkehendak yang dimaksud kebebasan dengan tetap mematuhi etika yang telah diatur oleh islam seperti yang disebutkan didalam firman allah QS. Al-Kahf Ayat 29 yang berbunyi:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّا أَعْتَدْنَا
نَارًا أَحَاطَ بِهَا مَنْ سُرِدُهَا وَإِنْ يَسْتَعِثُّوا يُعَاثُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ لِلظَّالِمِينَ
يَشْوَى الْوُجُوهُ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا

Artinya: “Dan katakanlah (Muhamad) kebenaran itu datangnya dari tuhanmu, barang siapa menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa menghendaki (kafir) biarlah ia kafir” (QS. Al-Kahf:29).

Maka dari itu jika menjadi seorang muslim hendaklah ia menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Bila diaplikasikan kedalam dunia bisnis konsep kebebasan bisnis dalam islam itu lebih menekankan kepada asas kerjasama bukan malah mematikan usaha orang lain, walaupun ada persaingan dalam

usaha maka buatlah persaingan itu menjadi persaingan dalam kebaikan *fastabiq alkhairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).⁴ Bila dihubungkan dengan permasalahan pada penelitian ini maka seharusnya dengan adanya tiktok shop juga jangan sampai mematikan usaha para pelaku UMKM yang ada di pasar tradisional yang mana hal tersebut mengakibatkan adanya persaingan tidak sehat yang terjadi di pasar *e-commerce* ataupun pasar tradisional.

Pada kota Bengkulu terdapat sebuah pasar tradisional yang bernama pasar panorama, yang mana para pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang ada di pasar tradisional tersebut mungkin terkena imbas persaingan pasar sewaktu ada dan tidaknya tiktok shop, salah satu contoh kasus yang ada di pasar panorama kota Bengkulu diantaranya adalah pengakuan salah satu pedagang pakaian jadi yang bernama Mawarni ia mengaku bahwaanya pada saat tidak adanya tiktok shop banyak orang yang datang ke lapaknya bahkan banyak orang yang datang dari daerah atau desa ke lapak dagang mereka yang ada di pasar panoramah untuk membeli barang dagang dalam jumlah yang lumayan banyak karena untuk dijual kembali di daerahnya masing-masing akan tetapi pada saat adanya tiktok shop cenderung tidak ada sama sekali pembeli yang datang ke pasar yang lebih mengejutkan lagi berdasarkan

⁴ Desi Efilianti, Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam : Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil', ESA: Jurnal Nasional Ekonomi Syariah, 1.2, (2018), 172-203 (h 180).

pengakuanya pengunjung atau pembeli yang datang ke lepak dagangnya yang ada di pasar itu setelah bertanya harga barang langsung cek harga barang yang sama yang ada di tiktok shop lalu berkata di tiktok shop lebih murah kamu sedangkan harga barang kalian yang ada di pasar ini terlalu mahal begitu pengakuan salah seorang pedagang pakaian jadi yang ada di pasar panorama kota bengkulu yaitu Mawarni maka dari itulah hal ini menjadi dasar pertanyaan tentang bagaimana keberlangsungan usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang ada di prasar tradisional Panorama kota Bengkulu tersebut pada saat ada dan tidaknya tiktok shop kemudian bagaimana pandangan islam terkait persaingan pasar yang terjadi saat ada dan tidaknya tiktok shop sehingga munculah sebuah penelitian yang berjudul **“Keberlangsungan UMKM Saat Ada dan tidaknya Tiktok Shop Perspektif persaingan pasar Syariah”** (Studi Pada Pasar Panorama Kota Bengkulu).

B. Rumusan Maslah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah pada penelitan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana keberlangsungan UMKM di pasar panorama kota Bengkulu pada saat ada dan tidaknya tiktok shop berdasarkan perspektif persaingan pasar syariah?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan para pelaku UMKM yang ada di pasar panorama kota Bengkulu dalam menghadapi

persaingan pasar pada saat ada dan tidaknya tiktok shop berdasarkan perspektif persaingan pasar syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui keberlangsungan UMKM di pasar panorama kota Bengkulu pada saat ada dan tidaknya tiktok shop berdasarkan persektif persaingan pasar syariah!
3. Untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu dalam menghadapi persaingan pasar pada saat ada dan tidaknya tiktok shop berdasarkan perspektif persaingan pasar syariah!

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti, untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana keberlangsungan UMKM saat ada dan tidaknya tiktok shop jika ditinjau dari perspektif persaingan pasar secara syariah.
2. Bagi pemerintah, bisa dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengabil kebijakan terkait media promosi sehingga akan melestarikan keberlangsungan UMKM lokal utamanya UMKM yang ada di pasar tradisional.
3. Bagi Akademisi, dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan informasi bagi penelitian yang ingin dilakukan berikutnya.

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal nasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bintang Priyono dan Dian Permata Sari dalam sebuah jurnal ilmiah wahana pendidikan yang berjudul **“Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia”** pada tahun 2023 yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak aplikasi tiktok dan fitur yang dimilikinya yaitu tiktok shop terhadap usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Indonesia. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif, metode dalam penelitian ini yaitu tinjauan pustaka adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya tiktok shop menyediakan informasi usaha dengan harga yang terjangkau, belanja di tiktok shop tanpa harus berpindah ke *website e-commerce* lainnya serta tiktok shop memiliki berbagai *fitur-fitur* serta bisa melakukan video promosi maka akan meningkatkan penjualan dan branding.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas dampak aplikasi Tiktok shop terhadap UMKM. Adapun perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu bahwasanya Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bintang Priyono dan Dian Permata Sari membahas dampak aplikasi Tiktok dan Tiktok shop terhadap UMKM secara umum di Indonesia adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode tinjauan pustaka, sedangkan Penelitian yang sekarang itu berfokus pada

keberlangsungan UMKM pada saat ada dan tidaknya tiktok shop ditinjau dari prespektif persaingan pasar syariah penelitian yang dilakukan yaitu penelithan lapangan dengan teknik wawancara. ⁵

2. Jurnal nasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ayu Candra Kusuma dalam sebuah jurnal spirit edukasi, yang berjudul **“Analisis Keberlangsungan Usaha Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pasar Tradisional Ngawen, Kabupaten Blora)”** Pada tahun 2021 yang bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor yang mendukung keberlangsungan usaha di pasar tradisional Ngawen pada saat masa pandemi covid 19, serta mengetahui cara apa saja yang dilakukan para pelaku usaha di pasar tradisional tersebut dalam mempertahankan usaha serta menaikan pendapatannya pada masa covid 19, jenis penelitian ini yaitu penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif adapun hasil dari penelitian ini diapati faktor yang mendukung keberlangsungan usaha antara lain permodalanya menggunakan akumulasi awal atau tabungan, cara yang dilakukan dalam mempertahankan usahanya yaitu dengan cara kompetensi khusus.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas Keberlangsungan usaha pedagang yang ada di

⁵ Muhammad Bintang Priyono and Dian Permata Sari, ‘Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia’, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan', 9. 17, (2023), 497-506, (h.497-506).

pasar tradisional dalam mempertahankan usahanya dan kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif adapun perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu bahwasanya penelitian yang dilakukan oleh Ayu Candra Kusuma itu menganalisis usaha pedagang kasus penelitiannya pun dilakukan pada saat kondisi covid-19 sedangkan penelitian yang sekarang itu letak permasalahannya yaitu ada dan tidaknya tiktok shop pengaruhnya bagi keberlangsungan usaha mikro kecil menengah yang ada di pasar tradisional lalu ditinjau dari prespektif persaingan pasar syariah.⁶

3. Jurnal nasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anton Priyo Nugroho, Abd Rahman, dalam sebuah jurnal ilmiah ekonomi islam yang berjudul **"Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19"** pada tahun 2022 bertujuan untuk mengetahui bagaimana digitalisasi menjaga menjaga keberlangsungan UMKM di masa pandemi covid 19, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan metode wawancara hasil penelitian antara lain penggunaan aplikasi digital pada UMKM di sektor kuliner memberi pengaruh dari segi

⁶ Ayu Candra Kusuma, Jurnal Nasional, 'Analisis Keberlangsungan Usaha Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pasar Tradisional Ngawen, Kabupaten Blora)', Jurnal Spirit Edukasia, , 1.1, (2021), 42-53 (h.42-53).

pesanan dan pendapatan, aplikasi yang paling banyak menambah pendapatan yaitu Grab dan Gojek.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang keberlangsungan UMKM adapun perbedaan dari kedua penelitian yaitu bahwasanya Penelitian yang dilakukan oleh Anto Priyo Nugroho dan Abd Rahman itu lebih berfokus pada penggunaan digitalisasi atau *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner halal dan dilakukan pada masa pandemi covid-19 sedangkan penelitian yang sekarang itu hanya berfokus pada keberlangsungan UMKM pada pasar tradisional dan permasalahannya yaitu ada dan tidaknya tiktok shop.⁷

4. Jurnal nasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Moh. Ubaidillah dalam sebuah jurnal akuntansi yang berjudul **"Menjaga Keberlangsungan Umkm Pada Masa Wabah Covid-19"** pada tahun 2020 yang bertujuan Untuk mengetahui serta memperoleh bukti nyata tentang bagaimana tata kelola serta sumber daya manusia itu berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM, jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan data primer, hasil penelitian antara lain Yang berpengaruh positif terhadap keberlangsungan

⁷ Anto Priyo Nugroho and Abd Rahman, 'Digitalisasi Dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19', *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8. 2,(2022) 1654-1660 (h. 1654-1660).

UMKM yaitu tata kelola dan sumber daya manusia yang mengelolanya sendiri.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang keberlangsungan UMKM serta sama-sama menggunakan teknik wawancara dalam memperoleh data penelitian. Adapun perbedaan dari kedua penelitian yaitu bahwasanya Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Ubaidillah membahas keberlangsungan UMKM lebih berfokus pada tata kelola serta sumber daya yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM sedangkan penelitian yang sekarang ini berfokus pada keberlangsungan UMKM pada pasar tradisional dan permasalahannya yaitu ada dan tidaknya tiktok shop kemudian ditinjau dari perspektif persaingan pasar syariah.⁸

5. Jurnal internasional, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Syahmardi Yacob, Urip Sulistiyo, Erida Erida dan Ade Perdana Siregar, dalam sebuah Jurnal Development Studies Research yang berjudul **“The Importance Of E-commerce Adoption and Entrepreneurship Orientation For Sustainable Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia”** pada tahun 2021 yang bertujuan untuk mengetahui seberapa pentingnya penggunaan *e-commerce* dan orientasi kewirausahaan bagi keberlanjutan UMKM di

⁸ Moh. Ubaidillah, 'Menjaga Keberlangsungan Umkm Pada Masa Wabah Covid-19', INVENTORY: Jurnal Akuntansi, 4. 2, (2020) 166-174 (h.166174) .

Indonesia, jenis pendekatan penelitian ini yaitu kuantitatif dan juga kualitatif dengan metode survey melalui kuesioner dan wawancara, hasil penelitian ini antara lain Penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan bagi keberlanjutan, adapun orientasi kewirausahaan cenderung memoderasi kedua variabel penelitian.

Persamaan dari penelitian sekarang ini dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahmardi Yacob, Urip Sulistiyo, Erida Erida dan Ade Perdana Siregar yaitu bahwasanya penelitian yang dilakukan sama-sama bersifat kualitatif dengan proses wawancara adapun Perbedaan pada kedua penelitian ini yaitu bahwasanya penelitian terdahulu menggunakan metode survei dan menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data yang bersifat kuantitatif dan melakukan wawancara untuk memperoleh data yang bersifat kualitatif *purposive sampling* selain itu penelitian terdahulu bertujuan untuk menguji seberapa penting adopsi *e-commerce* serta orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM sedangkan penelitian yang dilakukan pada saat ini yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif Dan hanya berfokus pada metode survei melalui wawancara tidak menggunakan kuesioner adapun tujuannya yaitu mencari tau tentang keberlangsungan UMKM serta usaha yang dilakukan oleh UMKM saat ada dan tidaknya *e-commerce*

tiktok shop ditinjau dari prespektif persaingan pasar secara syariah.⁹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a). Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*field Research*). Alasan penelitian ini digolongkan dalam penelitian lapangan dikarenakan proses penelitian langsung berhubungan dengan objek penelitian yang dalam hal ini adalah para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu serta para pembeli produk yang ada di tiktok shop maupun di pasar tradisional. Jenis penelitian ini juga digolongkan pada penelitian yang berjenis Deskriptif Kualitatif yaitu suatu masalah yang tersusun dalam rumusan yang mana hal tersebut memandu peneliti untuk memotret dan mengeksplorasi permasalahan yang langsung pada tempat permasalahan, yang mana nantinya akan dijabarkan secara luas, menyeluruh dan mendalam.¹⁰

⁹ Syahmardi Yacob and others, 'The Importance of E-Commerce Adoption and Entrepreneurship Orientation for Sustainable Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia', *Jurnal Development Studies Research*, 8.1 (2021) 244-252 (h.244-252)..

¹⁰ Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 14-15.

b). Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan Penelitian yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif karena hasil yang disimpulkan dari penelitian ini berupa data yang menggambarkan secara rinci bukan data yang berupa angka-angka serta tidak menggunakan hitung-hitungan dalam membuat kesimpulan pada penelitian ini, sehingga dengan itulah dapat dikatakan bahwa pendekatan penelitian ini ialah kualitatif yang bersifat deskriptif.¹¹

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a). Waktu Penelitian

Adapun Proses atau waktu dilaksanakannya penelitian ini memakan waktu Selama bulan februari 2024.

b). Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada sebuah Pasar Tradisional yang bernama pasar Panorama bertempat di Panorama, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu.

3. Subjek/Informan Penelitian

a). Subjek

¹¹ .Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 14.

Subjek atau yang lebih dikenal dengan subyek adalah para pedagang yang ada di pasar panorama kota Bengkulu yang dalam hal ini yaitu mereka yang termasuk kedalam pelaku usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang ada di pasar tradisional tersebut serta para pembeli produk di tiktok shop maupun di pasar tradisional.

b). Informan Penelitian

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro kecil menengah yang ada di pasar panorama kota Bengkulu yang berjumlah 10 orang, dengan pembagian 3 pelaku usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian (*fashion*), 3 pelaku usaha yang bergerak dibidang penjualan peralatan rumah tangga, 3 pelaku usaha yang bergerak dibidang penjualan pernak pernik perhiasan (*Accessories*), serta 1 pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan kosmetik.

Tabel 1.1 Daftar Nama Narasumber

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Barang Dagang
1	Mawarni	50	P	SMK	Pakaian
2	Rintan Marlina	18	P	SMK	Pakaian

3	Diki khairullah	24	L	S1	Pakaian
4	Puja Sapno Rahmadani	26	P	SMA	Aksesoris
5	Darnelis Tanjung	43	P	SMP	Aksesoris
6	Deki Satria	29	L	SMA	Aksesoris
7	Yut Tralela	37	P	SD	Perabotan Rumah Tangga
8	Dato	44	L	SMK	Perabotan Rumah Tangga
9	Anton Hartono	40	L	SMP	Perabotan Rumah Tangga
10	Bemi Astovelly Tanjung	48	L	S1	Kosmetik

Dalam hal menetapkan informan pada penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik *convenience sampling* yang mana menurut Rahi pada tahun 2017 *convenience sampling* ialah sebuah penghimpunan data dari populasi yang menjadi tujuan penelitian yang mana penghimpunan tersebut dengan mengambil

informasi dari informan yang mudah dijangkau oleh peneliti Saja,¹² penentuan informan ini sepenuhnya tergantung pada pertimbangan peneliti sehingga peneliti bebas menentukan untuk mengambil informan yang paling mudah dimintai informasi terkait penelitian selain itu peneliti menetapkan informan penelitian ini dengan pertimbangan bahwasanya jenis barang dagang seperti pakaian (*fashion*), pernak pernik perhiasan (*Accessories*), peralatan rumah tangga, serta kosmetik, inilah jenis produk yang sering dipromosikan dan dijual pada tiktok shop sehingga para pelaku usaha yang bergerak dibidang itulah yang lebih pantas untuk dimintai informasi mengenai keberlangsungan usahanya pada saat adanya tiktok shop dan setelah tidak adanya tiktok shop sebagai media yang mempromosikan serta menjual barang dagang yang sama seperti barang dagang yang mereka jual, yang mana bisa jadi mereka memanfaatkan media promosi tersebut sebagai media untuk mereka mempromosikan barang dagangannya.

¹² Jawad Golzar and Shagofah Noor, 'Defining Convenience Sampling in a Scientific Research', IJELS: Jurnal Of Education and Language Studies,1.2,(2022), 72-77(h. 72–77).

4. Sumber Data

a. Data Primer

Yaitu data yang langsung didapatkan dari narasumber,¹³ dimana dalam hal ini yaitu para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu serta para pembeli produk yang ada di tiktok shop maupun yang ada di pasar tradisional.

2). Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh atau didapatkan secara tidak langsung baik itu berupa informasi maupun dokumen-dokumen yang berkenaan dengan subjek penelitian. Seperti buku, jurnal, situs web dan yang lainnya yang berkenaan dengan penelitian.¹⁴

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan berbagai informasi terkait penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data diantaranya:

a). Teknik observasi

¹³ Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 16.

¹⁴ Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 17.

Teknik observasi ialah teknik yang dimana pengamatan atau penelitiannya secara sistematis hal tersebut dimaksudkan untuk memperoleh data yang terkait dengan objek penelitian, dan pada penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu observasi secara langsung pada objek penelitian dimana pengamatan serta pencatatan, terkait objek penelitian itu langsung dilakukan di lokasi berlangsungnya peristiwa terjadi sehingga observasi yang dilakukan bersama dengan objek yang diselidiki. Observasi merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang dijalani peneliti terhadap objek yang diteliti yang tujuannya untuk memahami terkait pengetahuan dari sebuah fenomena atau perilaku yang mana itu semua dilakukan berdasarkan pengetahuan atau gagasan yang sudah diketahui sebelumnya yang mana dalam hal ini peneliti melakukan observasi ini di pasar panorama kota Bengkulu dikarenakan objek yang diteliti terdapat pada pasar tersebut.¹⁵

b). Teknik Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan yang mempunyai tujuan tertentu, yang dilakukan oleh dua belah pihak antara lain pewawancara yaitu pihak yang

¹⁵ Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 18-19.

mengajukan pertanyaan dan pihak kedua yaitu terwawancara atau bisa juga disebut narasumber yaitu pihak yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan.¹⁶

Proses wawancara langsung dilakukan dengan para pelaku UMKM yang ada di pasar Panorama kota Bengkulu serta para pembeli produk yang ada di tiktok shop maupu di pasar tradisional utamanya pasar tradisional panorama kota Bengkulu yang mana wawancara ini dilakukan untuk memperoleh pengetahuan langsung dari informan agar data yang didapatkan lebih akurat dan bersifat langsung¹⁷ didapat dari para pelaku usaha mikro kecil menengah itu sendiri yang mana merekalah yang merasakan dampak dari adanya tiktok shop dan mereka juga yang merasakan dampak dari adanya kebijakan pemerintah untuk meniadakan atau menutup tiktok shop sebagai media promosi produk impor.

c). Teknik Dokumentasi

Yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai pengetahuan terkait masalah

¹⁶ Sri Rahayu, 'Pola Perilaku Konsumsi Islami Dalam Memilih Makanan Halal Dan Thoyyib Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h 17-18.

¹⁷ Lusi Lestari, 'Jual Beli Buah Jeruk Secara Borongan Ditinjau Dari Ekonomi Islam', (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019), h. 13-14.

penelitian yang tertulis yang mana tulisan-tulisan tersebut berkenaan dengan penelitian dari berbagai sumber yang ada baik itu yang bersumber dari buku, jurnal, skripsi, maupun website yang bersangkutan dengan penelitian dengan di parafrase dan dicantumkan pada penelitian ini sebagai bentuk upaya memperkaya referensi penguatan penelitian.¹⁸

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisa data yang ada maka teknik analisis data yang peneliti gunakan antara lain:

a. Pengumpulan data

Yaitu menghimpun setiap sumber data yang didapatkan baik itu berupa dokumen maupun wawancara.

b. reduksi Data

Yaitu merangkum terlebih dahulu data yang didapat di lapangan lalu memilih yang pokok dari data kasar, kemudian data tersebut disederhanakan lalu memilih hal-hal yang pokok dari data yang didapatkan dari hasil wawancara.

c. Penyajian Data

¹⁸ Bima Azam, 'Prilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Trend Fhasion Masa Kini Menurut Ekonomi Islam Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023), h 19-20.

Yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan penyajian data sehingga penulis dapat mengetahui apa yang sudah terjadi dan yang sedang terjadi.

d. Penarikan Kesimpulan

Yaitu pengambilan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang menjawab titik fokus berdasarkan analisis data.¹⁹

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada proposal judul rencana tugas akhir yang berjudul “Keberlangsungan UMKM Pada saat ada dan tidaknya tiktok shop Perspektif Persaingan Pasar Syariah” (Studi Pada Pasar Panorama Kota Bengkulu) ini berisikan:

BAB I: Pendahuluan, yaitu bab yang berisikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Teori, yaitu bab yang berisikan tentang pengkajian teori yang sesuai dengan permasalahan yang terdiri dari pengertian keberlangsungan usaha, tiktok dan tiktok shop,

¹⁹ .Bima Azam, 'Prilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Trend Fhasion Masa Kini Menurut Ekonomi Islam Studi Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023), h 22.

pengertian prespektif, pengertian pasar, harga dan persaingan pasar sayariah, krangka konseptual.

BAB III: Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian, yaitu bab yang berisikan gambaran umum dari objek penelitian yaitu pasar panorama seperti sejarah singkat tentang pasar panorama, letak geografis pasar panorama kota Bengkulu, lokasi pasar panorama, serta fasilitas umum yang dimiliki pasar panorama kota Bengkulu.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan, yaitu bab yang berisikan penjabaran terkait hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap para pelaku UMKM yang ada di pasar panorama kota Bengkulu.

BAB V: Penutup, yaitu bab yang berisikan kesimpulan dan saran sebagai hasil dari pengelolaan data pada penelitian.

