

**STRATEGI WIRAUSAHA PEDAGANG PEREMPUAN
DI PASAR TRADISIONAL SIDOREJO BRANGSONG KENDAL
DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

Nurul Noviana

1705026215

**PROGRAM S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2020

Choirul Huda, M.Ag

Perum Bukit Beringin Asri D.20 Tambak Aji Ngaliyan

Muyassarah, M.SI

Pulutan Lor Rt 03/02 Sidorejo Salatiga

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Nurul Noviana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'allaikum wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

Nama : Nurul Noviana

NIM : 1705026215

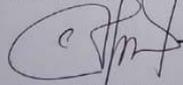
Judul Skripsi : Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Sidorejo Brangsong Kendal dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas Perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'allaikum Wr. Wb.

Semarang, 2020

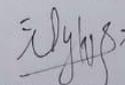
Pembimbing I



Choirul Huda, M.Ag

NIP. 19760109 200501 1 002

Pembimbing II



Muyassarah, M.SI

NIP. -



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Prof. Dr. Hamka Km 2 Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454
Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nurul Noviana
NIM : 1705026215
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul : Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Sidorejo Brangsong Kendal dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga perspektif Ekonomi Islam

Telah dimunaqosyahkan oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan prediket cumlode/baik/cukup pada tanggal:

Dan dapat diterima sebagai syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Strara 1 dalam Ilmu Ekonomi tahun akademik 2019

Semarang, Maret 2020

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Penguji I

Penguji II

Pembimbing I

Pembimbing II

Choirul Huda, M.Ag

NIP. 19760109 200501 1 002

Muyassarrah, M.SI

NIP.

MOTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

"Sesungguhnya orang yang menghamburkan hamburkan menjadi temannya setan dan setan itu telah kufur kepada Tuhannya."

(Surat Al Isra' Ayat 27

PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang Ku cintai dan Ku sayangi yang selalu hadir mengiringi hari-hariku dalam menghadapi perjuangan disaat sedih dan bahagia. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia mendukung dan mendoakan disetiap ruang dan waktu dalam kehidupan khususnya buat :

1. Pembimbing saya, Bapak Choirul Huda, M.Ag, selaku pembimbing I dan Ibu Muyassarah, M.SI, selaku pembimbing II, yang telah sabar memberi bimbingan dan arahan dari awal dan akhir dalam proses penulisan membuat skripsi.
2. Abah dan Umi yang selalau memberikan barokah dan ridho untuk dapat menyelesaikan skripsi .
3. Ibu Kandung saya tercinta Ibu Nuriyah yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk kebahagiaanku, yang tak pernah rela melihat air mataku terjatuh, kasih sayangmu menjadi lentera dalam perjalanan panjang hidupku. Do'amu menjadi sumber keberhasilanku. Semoga Allah SWT selalu melindungi beliau.
4. Adek saya tercinta (Ifa , Fani, Hafis dan Faza) yang menjadi sumber inspirasi dan penyemangat dalam perjuangan hidupku
5. Ibu Lama'atus Shabah, M.Si selaku Kepala Sekolah SMP dan SMA Al Fadllu Brangsong, yang selalu memberikan izin tugas kerja untuk proses pembuatan skripsi.
6. Semua keluarga besar ponpes Al Fadllu Wal Fadhillah yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Staf dan Pedagang Perempuan di pasar tradisional sidorejo yang telah membantu saya dalam proses pembuatan skripsi.
8. Sahabat saya yang selalu menemani dalam susah senang disetiap hari, siang maupun malam.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah di tulis oleh orang lain atau di terbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 10 Maret 2020

Deklarator



Nurul Noviana

1705026215

HALAMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi ini karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi perlu diterapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء= ‘	ز= z	ق= q
ب= b	س= s	ك= k
ت= t	ش= sy	ل= l
ث= ts	ص= sh	م= m
ج= j	ض= dl	ن= n
ح= h	ط= th	و= w
خ= kh	ظ= zh	ه= h
د= d	ع= ‘	ي= y
ذ= dz	غ= gh	
ر= ra	ف= f	

B. Vokal

اَ= a

اِ= i

اُ= u

C. Diftong

اَي= ay

أَوْ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan ganda, misalnya الطَّبّ *al-thibb*

E. Kata Sandang (ال...)

Kata sandang (ال....)ditulis dengan al-..... misalnya الصنّاعة = al-shina'anh. Al ditulis dengan huruf kecil jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah di tulis "h" misalnya البيعية المعيشة *al-ma'isyah al-thab'iyah*

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi dunia sekarang ini begitu pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan papan. Kebutuhan keluarga yang semakin banyak mendorong para perempuan untuk membantu dalam perekonomian keluarga dengan berdagang di pasar tradisional . banyak dari para perempuan dalam berdagang, kurang memperhatikan strategi wirausaha yang baik dan benar, kebanyakan para pedagang perempuan menjual dagangan yang penting mendapatkan keuntungan dan dapat mencukupi kebutuhan keluarga tidak memperhatikan manajemen dagang, strategi pemasaran dan perkembangan usahanya dimasa depan padahal itu sangat penting untuk memajukan usahanya. Sehubungan itu penulis memilih pasar tradisional sidorejo sebagai objek peneliti karena peluang menjadi pedagang – pedagang sukses khususnya pedagang perempuan dimana kebanyakan barang yang diperdagangkan merupakan barang berkualitas tinggi, seperti pedagang sayur dan buah . Kebanyakan mereka memetik hasil panen dari kebun mereka sendiri dengan kualitas barang yang bagus.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kualitatif dengan memperhatikan empat kunci yaitu ilmiah, data tujuan dan kegunaannya. Objek penelitian ini para pedagang perempuan di pasar tradisional sidorejo brangsong Kendal. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan Observasi, wawancara, Dokumentasi, dan angket. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemahaman pedagang dalam strategi pemasaran yang meliputi kualitas barang, harga, strategi pelayanan, kelengkapan barang, tempat strategis dan strategi promosi. Sedangkan di strategi manajemen kurang bisa mengontrol pendapatan dan pengeluaran darihasil usaha dengan semaksimal mungkin. Tetapi untuk mendapatkan modal dipasar tersebut banyak BPR dan BMT yang memberikan pinjaman untuk modal. Kata Kunci : **Strategi Wirausaha, Pedagang Perempuan Dan Ekonomi Keluarga**

ABSTRACT

the development of the world economy today is very rapid along with the development and increasing human needs for clothing, food and shelter. Increasing family needs encourage women to help in the family economy by trading in traditional markets. Increasing family needs encourage women to help in the family economy by trading in traditional markets. many of the women in trading, do not pay attention to a good and right entrepreneurial strategy, most women traders sell merchandise that are important to get profits and can meet the needs of the family do not take into account trade management, marketing strategies and business development in the future when it is very important to advance their business . In this connection, the writer chose the Sidorejo traditional market as the object of research because of the opportunity to become successful traders, especially women traders, where most of the traded goods are high quality goods, such as vegetable and fruit traders. Mostly they pick their crops from their own gardens with good quality.

This study uses a qualitative approach by looking at four keys, namely scientific, purpose and usefulness data. The object of this study is female traders in the Sidorejo Brangsong Kendal traditional market. In collecting data researchers used observations, interviews, documentation, and questionnaires. The results revealed that the understanding of traders in marketing strategies that include quality of goods, prices, service strategies, completeness of goods, strategic places and promotional strategies. Whereas the management strategy is less biased in managing revenue and expenses from business results well. But for capital adequacy in the market there are many BPRs and BMTs that provide loans for capital.

Keywords: Entrepreneurship Strategy, Women Traders and Family Economy.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah *rabbi'l'alamin*, Segala Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul” Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Sidorejo Brangsong Kendal dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) dalam jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan selama proses penyusunan Skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. M. Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku ketua Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Choirul Huda, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Ibu Muyassarah, M.SI selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala ilmu yang telah diberikan.

6. Segenap staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Abah dan Umi yang selalu mengasihkan barokah serta motifasi untuk penulis
8. Kedua orang tua, dan adikku tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materiil, perhatian, dan kesabaran yang tiada henti kepada penulis.
9. Ibu Lama'atus Shabah, M.Si selaku Kepala Sekolah SMP dan SMA Al Fadllu Brangsong, yang selalu memberikan izin tugas kerja untuk proses pembuatan skripsi
10. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan atas segala bantuan dalam penulisan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis berharap penulisan Skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak untuk pembelajaran yang lebih baik.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Maret 2020

Penulis,

Nurul Noviana

1705026215

DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL

.....

i

HALAMAN

PERSETUJUAN

.....

ii

HALAMAN

PENGESAHAN

.....

iii

HALAMAN

MOTTO

.....

iv

HALAMAN

PERSEMBAHAN

.....

v

HALAMAN

DEKLARASI

.....

vi

HALAMAN

TRANSLITERASI

.....

vii

HALAMAN

ABSTRAK

.....
ix

HALAMAN

ABSTRACT

.....
x

HALAMAN

KATA

PENGANTAR

.....
xi

HALAMAN

DAFTAR

ISI

.....
xii

HALAMAN

DAFTAR

TABEL

.....
xv

HALAMAN

DAFTAR

LAMPIRAN

.....
xvi

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar

Belakang

.....
1

B. Perumusan	Masalah
.....	
5	
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	
.....	
5	
D. Tinjauan	Pustaka
.....	
6	
E. Metodologi Penelitian	
.....	
8	
F. Sistematika	Penulisan
.....	
13	

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Strategi	
.....	
14	
1. Pengertian	Strategi
.....	
17	
2. Bentuk-bentuk Strategi	
.....	
17	
3. Formula Strategi	

.....
18

- 4. Peranan
Strategi

.....
18

B. Kewirausahaan

.....
19

- 1. Pengertian
Kewirausahaan

.....
19

- 2. Etika
Wirausaha

.....
20

- 3. Sifat-sifat
Wirausaha

.....
22

C. Pasar

.....
23

- 1. Pengertian
Pasar

.....
23

- 2. Pengertian Pasar Tradisional dan
Kreterianya

.....
25

D. Perempuan

.....
30

1. Perempuan Pengusaha (Woman Entrepreneur)

.....
30

2. Hal yang harus dipahami perempuan wirausaha

.....
31

3. Pendapat Ulama Tentang perempuan Bekerja

.....
32

4. Peran Perempuan dalam Keluarga

.....
34

E. Ekonomi Keluarga

.....
37

1. Pengertian Ekonomi Keluarga

.....
37

2. Fungsi Keluarga

.....
38

3. Standar Kecukupan kebutuhan
keluarga

.....
39

4. Kedudukan Perempuan dalam keluarga

.....
41

BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Sidorejo Brangsong Kendal

.....
45

1. Keadaan Geografis dan susunan Pemerintahan Desa Sidorejo
Brangsong

Kendal

45

B. Gambaran Umum Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

48

1. Profil Pasar Sidorejo

48

2. Visi dan Misi Pasar

Sidorejo

50

3. Catatan Pedagang Pasar

51

4. Struktur Organisasi Pasar Sidorejo

Brangsong

52

C. Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong

1. Data Pedagang Perempuan pengajuan LOS, KIOS dan Semi Permanen

57

2. Data Keseluruhan dan Karakter Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo

61

D. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo

66

1. Strategi Pemasaran

66

2. Strategi Manajemen

75

3. Kecukupan Sumber Daya Modal

79

E. Deskripsi Jawaban Peningkatan Ekonomi Keluarga Pedagang perempuan Brangsong

80

1. Aspek Pendapatan

80

2. Aspek Kebutuhan

82

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Pelaksanaan Strategi Kewirausahaan Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong

.....

86

**B. Analisis Implikasi Strategi Kewirausahaan Pedagang
Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong dalam Meningkatkan
Ekonomi Keluarga Perspektif Ekonomi Islam**

.....
107

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan

.....
115

B. Saran

.....
115

C. Penutup

.....
116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka di Kab. Kendal

.....
3

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kab. Brangsong

.....
46

Tabel 3.2 Struktur Organisasi Kepengurusan Pasar Sidorejo Brangsong

53

Tabel 3.3 Data Lahan dan Status

.....
56

Tabel 3.4 Data Pengajuan Kios

.....
57

Tabel 3.5 Data Pengajuan LOS

.....
58

Tabel 3.6 Data Pengajuan Semi Permanen

.....
60

Tabel 3.7 Data Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo

.....
62

Tabel 3.8 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

.....
63

Tabel 3.9 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha

.....
64

Tabel 3.10 Data Responden Berdasarkan umur

.....
65

Tabel 3.11 Data Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha

.....
65

Tabel 3.12 Data Responden Kualitas Barang

.....
66

Tabel 3.13 Data Responden Harga Jual

.....
68

Tabel 3. 14 Data Responden Strategi Pelayanan

.....
70

Tabel 3.15 Data Responden Kelengkapan Barang

.....
71

Tabel 3.16 Data Responden Tempat Strategi

.....
72

Tabel 3. 17 Data Responden Strategi Promosi

.....
74

Tabel 3.18 Data Responden Strategi Manajemen

.....
76

Tabel 3.19 Data Responden Kecukupan Sumber Daya Modal

.....
79

Tabel 3.20 Data Responden Aspek Pendapatan

.....
81

Tabel 3.21 Data Responden Aspek Kebutuhan

.....
83

Tabel 4. 1 Data Strategi Pemasaran (Kualitas Barang)

.....
86

Tabel 4. 2	Data	Strategi	Pemasaran	(Harga	Jual)	89
Tabel 4. 3	Data	Strategi	Pemasaran	(Strategi Pelayanan)	91
Tabel 4. 4	Data	Strategi	Pemasaran	(Kelengkapan Barang)	94
Tabel 4. 5	Data	Strategi	Pemasaran	(Tempat Strategis)	96
Tabel 4. 6	Data	Strategi	Pemasaran	(Strategi Promosi)	98
Tabel 4. 7	Data	Strategi	Manajemen			100
Tabel 4. 8	Data	Sumber	Modal			104
Tabel 4. 9	Data	Aspek	Pendapatan			108
Tabel 4. 10	Data	Aspek	Kebutuhan			110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian dunia sekarang ini begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi.¹ Menurut kodratnya, manusia merupakan makhluk sosial yakni sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan orang lain. Sebagai makhluk sosial manusia akan selalu berintraksi dengan lainnya. Intraksi-intraksi tersebut adalah bidang ekonomi dilakukan dalam berbagai cara: jual beli, pinjam meminjam, gadai dll.

¹ M Yahya Harahab, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Bandung: Alumni, 1986), h 6.

Perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat bangsa dan Negara.² Disadari atau tidak bahwa setiap manusia didunia ini tidak akan terlepas dari perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya.

Semua masyarakat Indonesia tentu pernah menyebut kata Pedagang, dalam kehidupan sehari – hari kita sering berinteraksi langsung dengan pedagang. Pedagang adalah orang yang melakukan atau berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Ada bermacam- macam pedagang, ada yang menjual makanan dan ada juga yang menjual kebutuhan kita sehari – hari seperti pakaian, sepatu, dan alat – alat kebutuhan lainnya.

Pelaku dagang bukan hanya kaum laki-laki, tetapi kaum perempuan ikut berperan dalam berdagang, saat ini kaum perempuan mulai membuat usaha yang dapat dijadikan tumpuan hidup. Kondisi sosial ekonomi yang lemah, sulit mencari pekerjaan di sektor pemerintah atau pegawai negeri sipil yang membutuhkan banyak persyaratan melalui jenjang pendidikan. Maka banyak perempuan yang mencari dan membentuk usaha pribadi melalui gagasan atau ketrampilan yang dimiliki dengan modal yang sedikit.

Beberapa perempuan mampu membuktikan dirinya menjadi pengusaha dari tingkat usaha kecil, menengah, dan besar. Perempuan bekerja untuk membantu suami mencukupi kebutuhan rumah tangga ataupun untuk berkreatifitas dalam kehidupan sehari- hari. Pada saat ini perempuan tidak lagi hanya berperan sebagai ibu rumah tangga dan bergantung pada suaminya. Selain itu juga ikut berpartisipasi dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

Namun terlepas dari meningkatnya partisipasi perempuan, terdapat berbagai protret perempuan yang masih terkendala dengan isu gender dan kemiskinan. Bahwasanya rumah tangga menjadi salah satu sumber diskriminasi dan subordinasi terhadap perempuan, sehingga alokasi sumber

² *Ibid.*h 130

daya dalam rumah tangga memperlihatkan laki-laki dan perempuan mengalami bentuk kemiskinan yang berbeda. Ditambah lagi, terdapat akses yang terbatas dalam mendapat pekerjaan yang layak. Hal ini menjadi keterbatasan perempuan dalam meningkatkan perekonomiannya, baik dalam individu maupun keluarga.

Sekarang banyak pedagang-pedagang perempuan disektor pasar, entah itu pasar tradisional maupun pasar moderen. Biasanya perempuan – perempuan yang ekonominya rendah dan tidak cukup modal untuk berdagang, memilih pasar tradisional sebagai alternatif usahanya agar perekonomian keluarga tercukupi. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dengan mekanisme pasar yang sangat sederhana. Pasar tradisional juga merupakan media untuk para pedagang-pedagang perempuan untuk menunjukkan strategi dan kemampuan dalam berdagang.

Kabupaten Kendal memiliki 20 Kecamatan, dari beberapa kecamatan terdapat kecamatan Brangsong. Brangsong merupakan wilayah dengan luas 35,54 km². Wilayah kecamatan brangsong ini terbagi menjadi 12 desa dengan Jumlah penduduk laki-laki 24.335 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 23.673 jiwa. Perekonomian di daerah ini adalah pertanian dan perikanan. Untuk pertanian biasanya masyarakat brangsong menanam padi dengan luas area 2.456 Ha dengan produksi sebesar 17.052,56 ton Selain itu Kecamatan Brangsong juga merupakan daerah potensi tanaman jagung yang pada tahun 2015 produksinya mencapai 207,72 ton. Luas panen terbesar ada di Desa Turunrejo dengan luas 402 Ha yang menghasilkan produksi padi sawah sebesar 2.791,18 ton. Sementara hasil perikanan yang dominan di Kecamatan Brangsong pada tahun 2015 adalah budidaya ikan air payau (tambak) dengan produksi mencapai 1.308.244 ton.³

³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal. 2018. *Daerah Kendal*. Kendal kab.bps.go.id/website/pdf_publicasi/statistik-daerah-Kendal diakses pada tanggal 5 September 2019 pukul 14.00 WIB.

Berikut penulis memaparkan table tingkat pengangguran terbuka di kabupaten kendal:

TABEL 1.1
TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA MENURUT JENIS
KELAMIN DI KABUPATEN KENDAL TAHUN 2016-2018

JENIS KELAMIN	TAHUN		
	2016	2017	2018
Laki-laki	6,34	7,53	6,17
Perempuan	5,89	6,33	6,82
Jumlah	6,15	7,07	6,43

Sumber: BPS TPT Bulan Agustus 2016-2018

Dari table tersebut tampak bahwa, pada saat tahun 2016 tingkat pengangguran untuk golongan laki-laki mencapai 6,34 sedangkan golongan perempuan mencapai 5,89, dari keseluruhan penduduk kabupaten kendal, pada tahun 2017 tingkat pengangguran untuk golongan laki-laki mencapai kenaikan yang cukup tinggi yaitu 7,53 sedangkan golongan perempuan sebesar 6,33 ini dipengaruhi karena semakin bertambahnya angkatan usia kerja, pada tahun 2018 tingkat pengangguran untuk golongan laki-laki sebesar 6,17 mengalami penurunan dan angkatan kerja untuk golongan perempuan mengalami kenaikan mencapai 6,82 dari seluruh penduduk kabupaten kendal angkatan kerja.

Dari table diatas bisa disimpulkan bahwa tingkat pengangguran untuk golongan perempuan pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang cukup tinggi, dengan sumber daya alam yang melimpah dari pertanian dan perikanan mungkin menjadi alternatif untuk menurunkan tingkat

pengangguran kaum perempuan dengan cara berdagang di pasar tradisional yang letaknya dekat dengan tempat tinggal.

Di Kecamatan brangsong Kabupaten Kendal terdapat sebuah pasar yang bernama pasar sidorejo, yang setiap hari menjadi pusat aktivitas jual beli beberapa desa di sekitarnya. Bahwa penduduk dari desa – desa sebelah yang berdekatan juga melakukan transaksi jual beli di Pasar ini. Arus total perdagangan mengalir deras, dengan proses jual beli yang sangat lengkap atas barang – barang untuk keperluan sehari – hari. Pasar sidorejo juga menyediakan sayur- sayuran yang segar untuk keperluan memasak ibu- ibu sekitar. Dan harganya yang sangat murah, pasar sidorejo menjadi incaran pedagang dari luar kecamatan sidorejo untuk membeli barang dagangannya ke pasar sidorejo.

Kesempatan yang sangat bagus untuk kaum perempuan sebagai alternatif untuk berdagang di Pasar Tradisional sidorejo. Karena ini merupakan pasar tradisional maka strategi wirausahanya masih menggunakan strategi yang sangat sederhana dengan menggunakan Secon Level Marketing yang mana menggunakan pemasaran langsung antara penjual dan pembeli. Disini juga adanya tawar menawar barang, yang merupakan ciri khas dari pasar tradisional.

Untuk dapat berpartisipasi dalam berdagang, kaum perempuan harus mempunyai strategi wirausaha yang sangat matang dalam perhitungan, agar usahanya selalu ada perkembangan laba dari tahun ke tahun, Selain itu, meskipun sebagai pedagang, perempuan juga harus tetap mampu dalam melaksanakan tugas dan kewajiban sebagai ibu rumah tangga. Dalam hal ini, penelitian ini akan membahas mengenai Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan Dipasar Sidorejo Brangsong Kendal Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islam.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi wirausaha Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal ?
2. Bagaimana strategi wirausaha pedagang perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal untuk meningkatkan perekonomian keluarga persepektif ekonomi Islam ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi wirausaha pedagang perempuan di pasar tradisional untuk meningkatkan perekonomian keluarga dalam pandangan ekonomi islam. Secara khusus tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Untuk mendapatkan informasi mengenai strategi wirausaha pedagang perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan pedagang Perempuan dalam meningkatkan perekonomian keluarga di Pasar Srogo Brangsong Kendal dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Diharapkan penulisan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baru tentang strategi wirausaha pedagang perempuan dalam berwirausaha.
2. Aspek praktis, sebagai bahan pertimbangan pembuatan kebijakan dinas terkait dalam penulisan ini contohnya dinas koperasi, UMKM, perindustrian dan Perdagangan.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian dan penulisan judul ini, penulis terlebih dahulu mengadakan tinjauan pustaka terhadap skripsi sebelumnya yang menjadi ide awal penulisan karya ilmiah penulis yaitu :

Sari Wahyu Aramiko, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul "*Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pedagang Ritel Di Kota Tangerang Selatan dan Upaya*

Penanggulangannya”.⁴Dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan jenis penelitian library dan Field research. Dengan hasil jumlah supermarket dari rata-rata omset pedagang pasar tradisional memiliki hubungan terbalik, dimana peningkatan jumlah supermarket dari tahun 2005-2010 telah menyebabkan menurunnya jumlah rata-rata omset- omset pedagang pasar tradisional.

Yuniati Asmaniah, Skripsi Fakultas Ekonomi UIN Malang. Dengan judul “*Bauran Promosi Dalam Perspektif Islam*”.⁵ dengan menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitian library research. Dengan hasil konsep bauran promosi harus dilakukan sesuai dengan etika keislaman yaitu menghindari perbuatan penipuan, dan mengingkari janji.

Cholifah, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo, dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang*”.⁶ menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian field research. Dengan hasil diantara produk, harga, lokasi, dan promosi yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah bagian produk.

Mahmud Arifudin, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung. Dengan judul “*Motivasi Perempuan Dalam Berwirausaha (Studi Pada Perempuan Wirausaha Di Pekalongan Lampung Timur)*”.⁷ Dengan menggunakan penelitian kualitatif Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk menjadi wirausaha wanita didorong oleh beberapa faktor internal (individual), seperti minat yang didukung kecakapan dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal yang

⁴ Sari Wahyu Aramiko, “*Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pedagang Ritel Di Kota Tangerang Selatan dan Upaya Penanggulangannya*”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta : 2011

⁵ Yuniati Asmaniah, “*Bauran Promosi Dalam Perspektif Islam*”, Skripsi Fakultas Ekonomi UIN Malang, Malang : 2007

⁶ Cholifah, “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang*”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo, Semarang : 2010

⁷ Mahmud Arifudin, “*Motivasi Perempuan Dalam Berwirausaha (Studi Pada Perempuan Wirausaha Di Pekalongan Lampung Timur)*”, Bandar Lampung : 2018

mempengaruhi keputusan untuk menjadi wirausahawan adalah dukungan dari suami/keluarga, permodalan, lingkungan/keturunan keluarga serta adanya peluang untuk berwirausaha. Dukungan suami menjadi faktor penentu, sedangkan faktor keturunan bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi dalam keputusan menjadi wirausahawan. tidak ada pengaruh. Pendapatan pedagang sayur wanita memberikan kontribusi yang cukup tinggi terhadap pendapatan rumah tangga yaitu sebesar 58,47 persen. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menitik beratkan pada strategi wirausaha seorang pedagang perempuan muslim di pasar tradisional dalam meningkatkan perekonomian dan dapat membagi waktu antara ibu rumah tangga dengan berdagang.

E. Metode Penelitian

1. Metode, Jenis dan sifat Penelitian

a. Metode Penelitian

Metode yang digunakan menggunakan metode pendekatan secara kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran.⁸ Oleh karena itu dalam pembuatan penelitian akan memperhatikan metode penelitian ini.

b. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) artinya data - data yang digunakan ini diperoleh melalui studi lapangan dengan cara mengamati, mencatat, dan mengadakan

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian bisnis ekonomi*, (Yogyakarta: PT.Pustaka Baru, 2019), h.21

interview secara langsung terhadap pihak–pihak terkait dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan fakta – fakta yang berhubungan dengan penelitian ini.⁹

c. Sifat Penelitian

Menurut sifat, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif berupaya untuk memperoleh deskripsi yang lengkap dan akurat dari suatu situasi. ¹⁰ penelitian deskripsi merupakan gambaran mekanisme dalam membahas dan meneliti bagaimana analisis strategi wirausaha pedagang perempuan dan implikasi terhadap peningkatan ekonomi keluarga pada pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong.

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi merupakan kumpulan semua nilai yang mungkin, dari hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jenis yang ingin di pelajari sifat-sifat.¹¹ Populasi dalam penelitian ini adalah data pedagang yang ada di pasar sidorejo brangsong berjumlah 256 orang pedagang yang dikategorikan pedagang perempuan berjumlah 62 orang yang ada di pasar sidorejo brangsong.¹² Dimana data tersebut di peroleh dari kantor pasar sidorejo brangsong.

b. Sampel

⁹ *Ibid*.h.26

¹⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* Edisi 4, (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013), h.12

¹¹ *Ibid*,h.80

¹² Wawancara dengan ibu nuraadiah selaku staf administrasi pasar sidorejo brangsong tanggal 30 november 2019 pukul 13.00

Sampel adalah contoh yang mewakili dari populasi dan cermin dari keseluruhan objek yang di teliti. Menurut Suharsimi Arikunto, pengambilan sampel dilakukan dengan cara yaitu apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah di ambil dari beberapa populasi yaitu 62 orang pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong.

3. Tempat dan waktu penelitian

a. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sidorejo Brangsong tepatnya di kabupaten kendal, jawa tengah.

b. Waktu Pelaksanaan

Kurang lebih sudah berlangsung sekitar 6 bulan lebih

4. Sumber Data

Pengumpulan data dan informasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber asli.¹³ dalam penelitian ini data primernya adalah data yang diperoleh langsung dari informasi pedagang perempuan dan pegawai kantor pasar sidorejo brangsong.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di dapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, jurnal, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain

¹³ Muihammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (jakarta: Raja Grafindo Persada 2004),h.120

sebagainya.¹⁴ Dalam penelitian ini menggunakan catatan, buku, majalah, artikel dan jurnal.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

a. Observasi

Metode observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan dalam menyajikan gambar riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹⁵ Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian, instrument yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan. Penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem kerja pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong dan penulis berusaha menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi di pasar sidorejo brangsong.

b. Wawancara

Wawancara merupakan penjelasan untuk pengumpulan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab sambil tatap muka.¹⁶ Dalam wawancara berstruktur seringkali alternatif jawaban atas pertanyaan telah disediakan, responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan.¹⁷ Teknik ini merupakan salah satu instrumen untuk menggali data secara lisan tentang pembahasan yang akan dibahas. Penulis melakukan wawancara terhadap pedagang perempuan dan pegawai pasar sidorejo brangsong.

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h.89

¹⁵ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2016), h.37.

¹⁶ V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h.31

¹⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2016), h.91.

c. Dokumentasi

Metode ini merupakan sejumlah data dan fakta yang tersimpan dalam bentuk dokumentasi. Data yang tersimpan biasanya berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak (benda), dan foto. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data-data dengan arsip buku dan lainnya yang ada di pasar sidorejo brangsong.

d. Angket (kuesioner)

Angket merupakan cara pengumpulan data dengan daftar pertanyaan responden yang harus diisi. Tujuan pembuatan angket adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian dengan kesalahan yang cukup tinggi.¹⁸ Dalam penulisan ini, penulis menyebarkan angket terhadap pedagang perempuan yang ada di pasar sidorejo brangsong.

6. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis pengolahan data dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Editing (pemeriksaan data) merupakan pengoreksian data yang terkumpul dirasa sudah cukup lengkap, sudah benar, dan sudah sesuai atau relevan dengan masalah.
- b. Klarifikasi merupakan pengecekan data di lakukan setelah penggolongan dan pengelompokan data.
- c. Interpretasi merupakan penafsiran terhadap hasil akhir presentase yang diperoleh melalui observasi sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisa dan menarik kesimpulan

7. Metode Analisa Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang

¹⁸ Lexy J. Meong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h.280

disarankan oleh data.¹⁹ Dalam menganalisis data yang penulis kumpulkan maka digunakan metode analisis data yang tertitik tolak dari hal-hal yang khusus kemudian ditarik kesimpulan secara umum. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisa data yang bersifat deskriptif-kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh melalui instrumen penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.²⁰ Yang mana bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

b. Penyajian Data

Data yang diperoleh dilapangan dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.

c. Kegiatan Penyimpulan

Kegiatan Penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat.

d. Penarikan Kesimpulan

²⁰ *Ibid.* hlm. 247

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dari analisis data kualitatif dan hasil analisis dapat digunakan untuk mengambil tindakan permasalahan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam empat bab, yaitu :

Bab I merupakan Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan. yang merupakan susunan dari pembuatan bab 1.

Bab II Tinjauan teoritis Menjelaskan tentang beberapa pokok yang terkait dengan tinjauan teoritis mengenai teori strategi, kewirausahaan, Pasar, Perempuan dalam berdagang dan Peran pedagang perempuan meningkatkan perekonomian keluarga dalam persepektif islam.

Bab III Gambaran Obyek Penelitian Menjelaskan tentang gambaran umum obyek penelitian pasar tradisional Srogo Brangsong Kendal dan menjelaskan tentang data pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong secara keseluruhan dari pendidikan terakhir, umur, dan kepemilikan tempat usaha.

Bab IV Pokok pembahasan terdiri dari materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan tersebut. Bab terakhir yakni bab IV berisi penutup yang menjelaskan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini mengemukakan beberapa teori yang berkaitan dengan Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan di pasar sidorejo brangsong kendal dalam meningkatkan perekonomian keluarga dalam perspektif islam. Teori – teori yang digunakan dikutip dari buku,jurnal,dan makalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut bahasa kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Strategos*” yang terdiri dari 2 kata yaitu “*Stratus*” yaitu militer dan “*Age*” yaitu pemimpin atau sesuatu yang di kerjakan oleh para jenderal perang dalam merencanakan kemenangan perang.²¹ Jadi secara garis besar strategi adalah perencanaan untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan.

Ada beberapa pengertian strategi menurut para ahli sebagai berikut :²²

- a. Menurut David , strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai bersama. Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografi, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau joint venture.
- b. Menurut Barney dan Hesterly, strategi merupakan teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif (competitive advantage).
- c. Menurut Hitt, Strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkoordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksplotasi kompetensi utama dan meraih keunggulan

²¹ Arif Yusuf Hmali, ”Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan”,(Jakarta: Prenamedia Group,2016),h.16

²² Mochamad ammar faruq, indrianawati, ” Penyusunan Strategi bisnis dan strategi operasi usaha kecil dan menengah pada perusahaan konveksi scissors di surabaya “,jurnal manajemen dan teori dan terapan tahun 7. No. 3,Desember 2014,h.181

kompetitif. Berdasarkan pengertian strategi dari para tokoh yang ada diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah bagaimana cara mencapai target, misi dan visi perusahaan, dan persaingan sesama pengusaha untuk mencapai tujuan bersama.

2. Jenis- jenis Strategi

Jenis- jenis strategi yang dapat di terapkan oleh suatu perusahaan adalah sebagai berikut :²³

a. Strategi untuk pasar yang telah ada atau pasar lama

Pada dasarnya ada 4 (*empat*) untuk pasar yang telah ada, yaitu :

1. Penetrasi Pasar (*market penetration*)

Adalah usaha perusahaan meningkatkan pada pasar yang telah ada melalui promosi dan distribusi secara aktif, strategi ini cocok untuk pasar yang lagi tumbuh cepat namun tidak kemungkinan untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lambat.

2. Pengembangan Produk (*Product Development*)

Adalah usaha meningkatkan penjualan dengan cara mengembangkan produk- produk baru yang ditujukan untuk pasar yang telah ada.

3. Integrasi Vertikal

Strategi ini di sebut juga strategi peluang pertumbuhan terpadu adalah strategi untuk menambah efektifitas atau efisiensi perusahaan dalam melayani pasar yang ada.

4. Integrasi Harizontal

Adalah strategi yang dilakukan kerja sama dengan para pesaing.

b. Strategi untuk pasar yang baru

Strategi untuk pasar yang baru ada beberapa cara, sebagai berikut :

1. Pengembangan Pasar (*market Development*)

²³ Arif Yusuf Hmali, "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan", (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 130-131.

Adalah salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar yang baru, jika manajemen menggunakan strategi ini apabila pasar sudah macet dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing sangat kuat .

2. Diversifikasi terpusat (*concertric diversification*)

Strategi ini dilakukan untuk mencari bentuk teknologi baru dan pelanggan baru dengan tetap pada produk lini.

3. Diversifikasi Konglomerat (*Conglomerate diversification*)

Mencari pasar baru dengan menerapkan teknologi baru, distribusi baru, langganan baru, tetapi menyimpang dari produk lini.

c. Strategi pemasaran pada berbagai daur hidup produk (*Life cycle Product Strategy*)

Pada dasarnya, daur hidup produk memiliki empat tahap, yaitu :

1. Tahap pengenalan

Pada tahapan ini bila pertimbangan pokok hanya harga dan promosi, maka manajemen dapat memilih satu dari empat strategi berikut ini :

a. Strategi Penyaring Cepat (*rapid skimming strategy*)

Yaitu menetapkan dengan harga tinggi dan promosi genjar dan dapat berhasil apabila sebagian besar pasar potensial belum menyadari kehadiran produk, mempunyai minat membeli dan mempunyai daya beli dan perusahaan mengalami pesain potensial dan ingin membangaun preferensi atas mereknya .

b. Strategi menyaring lambat (*Slow skimming strategy*)

Yaitu menetapkan harga tinggi dengan promosi rendah dan akan berhasil apabila luas pasar terbatas, pasar menyadari akan kehadiran produk dan persaingan potensi tidak tampak.

c. Strategi penerobosan cepat (*rapid penetrasi strategy*)

Yaitu menetapkan harga rendah dan promosi genjar dan akan berhasil apabila ukuran pasar sangat luas, pasar

tidak menyadari kehadiran produk, kebanyakan pembeli sangat peka terhadap harga dan ada indikasi persaingan yang berat.

d. Strategi penerobosan lambat (*Slow penetrasi Strategy*)

Yaitu strategi dengan menetapkan harga rendah dan promosi rendah dan akan berhasil apabila pasar sangat luas, pasar sangat menyadari keberadaan produk dan hanya sedikit potensial.

2. Tahap pertumbuhan .

Untuk mempertahankan pasar yang pesat selama mungkin, maka strategi yang digunakan yaitu :

- a. Mutu produk di tingkat dan ciri serta mede produk di tambah
- b. Saluran distribusi baru dimanfaatkan
- c. Beberapa bentuk periklanan digeser dari membujuk minat konsumen.
- d. Beberapa bentuk periklanan di geser dengan membujuk minat konsumen pada produk yang menimbulkan keyakinan atas produk sehingga mau membeli
- e. Harga diturunkan pada saat yang tepat untuk menarik golongan konsumenlain yang peka terhadap harga
- f. Segmen pasar baru dimasuki
- g. Skala yang ekonomis diperkenankan

3. Tahap kedewasaan (*maturity*)

Tahap ini menggunakan strategi sebagai berikut :

- a. Memperluas jumlah pemakaian produk
- b. Meningkatkan frekuensi pemakaian oleh konsumen
- c. Modifikasi produk
- d. Modifikasi buaran pemasaran

4. Tahap kemunduran

Strategi yang dapat digunakan dalam tahap ini tentang produk yang sudah menua adalah sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi produksi yang lemah
- b. Menetapkan strategi pemasaran
- c. Keputusan menghentikan produk
- d. Strategi pemimpin pasar (*merket leader strategy*)

Pemimpin pasar yaitu suatu perusahaan yang memegang bagian pasar terbesar dalam pasar produk yang relevan, dimana perusahaan mengikuti tindakan-tindakannya dalam perubahan harga, pengenalan produk baru, pencakupan saluran, dan identitas produksi. Tiga yang harus ditempuh untuk menjadi pemimpin pasar, yaitu :

 1. Mengembang pasar keseluruhan, dapat di lakukan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Menggunakan strategi penerobosan pasar
 - b. Menggunakan strategi pasar baru
 - c. Menggunakan strategi perluasan wilayah
 2. Melindungi bagian pasar, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Strategi kedudukan baru
 - b. Strategi pertahanan sisi
 - c. Pertahanan aktif mendahului
 - d. Pertahanan serang balas
 - e. Pertahanan mobil
 3. Mengembangkan bagian pasar, dapat dilakukan dengan cara meningkatkan bagian pasar yang sudah ada, misal dengan bauran pemasaran.
- e. Strategi Penentangan Pasar (*market chalenge strategy*)

Penantang pasar yaitu perusahaan dengan agresif mencoba memperluas bagian pasarnya dengan jalan menentang pemimpin besar, pesaing- pesaing setingkat atau perusahaan yang lebih kecil dalam industri. Strategi ini dilakukan dengan cara :

1. Serangan frontal, yaitu menyerang kekuatan lawan dengan titik kelemahan lawan, dengan menandingi produk dan harga
 2. Serangan mengepung, yaitu menembus daerah pemasaran lawannya
 3. Serangan melambung, yaitu perusahaan berusaha menutup rapat segmen pasar yang senjang, caranya dengan mengisi berbagai kebutuhan yang muncul dipasar.
 4. Strategi lintas, yaitu strategi penyerang secara tidak langsung serta menjauhkan diri dari setiap gerakan yang mengarah ke daerah pemasaran pesaing.
- f. Strategi Pengikut Pasar (*Market follower strategy*)
- Pengikut pasar adalah pengusaha nomer 2 dalam industri yang memiliki untuk tidak menyerang, tetapi mengikuti saja, caranya dengan memanfaatkan kompetisi khususnya agar bisa berperan secara aktif dalam pertumbuhan pasar dengan menggunakan tiga strategi yaitu :
1. Mengikuti dari dekat
 2. Mengikuti dari jauh
 3. Mengikuti secara selektif
- g. Strategi penggarap relung pasar (*market nicher strategy*)
- Relung pasar yaitu perusahaan memilih untuk bergerak dibeberapa bagian dalam pasar khusus dan yang tidak menarik minat perusahaan yang lebih besar. Perusahaan relung pasar ini mencoba memasuki celah pasar yang ideal, yang aman dan menguntungkan. Ciri – ciri celah pasar yang ideal yaitu :
1. Memilih luas yang cukup besar dan daya beli yang cukup baik
 2. Memiliki potensi oleh perusahaan besar
 3. Diabaikan oleh pengusaha besar
 4. Perusahaan mempunyai keterampilan dan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan celah pasar tersebut secara aktif

5. Perusahaan mampu membela diri dari serangan pengusaha besar dengan membina itikad baik atas produknya.

3. Formulasi Strategi

Formula strategi berkaitan dengan kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Dalam melakukan formulasi strategi ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan diantaranya adalah: ²⁴

- a. Visi dan misi harus dipahami akan mengetahui kaarah mana pengusaha akan membawa perusahaan yang mereka kelolah serta bagaimana cara untuk menuju ke masa depan.
- b. Posisi laba atau kerugian dan kondisi internal perusahaan harus dipahami terlebih dahulu
- c. Faktor-faktor lingkungan internal maupun eksternal harus dipahami oleh perusahaan.
- d. Di masa yang akan datang dapat mencari alternatif solusi yang dilakukan.

4. Peranan Strategi

Agar tujuan dapat tercapai dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memiliki peranan yang sangat penting untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mengisi tujuan menejemen ada tiga peranan penting yaitu sebagai berikut :²⁵

- a. Sebagai suatu elemen untuk mencapai kesuksesan sebagai pendukung untuk mengambil keputusan adalah strategi.
- b. Sebagai sarana koordinasidan kominikasi adalah strategi
- c. Target Konsep untuk strategi yang akan digabungkan dengan visi dan misi untuk menentukan perusahaan yang berada dalam masa yang akan datang.

B. Kewirausahaan

²⁴ Crown dirgantoro, “*manajemen strategik*”,(Jakarta: PT grasindo,2007),h.83

²⁵ ²⁵ Yogi,dkk,”*Manajemen Strategik Terapan: Panduan Cara Menganalisa Industri dan Pesaing*”,(Jakarta: Poliyama Widya Pustaka, 2007), h.15

1. Pengertian Kewirausahaan

a. menurut bahasa, pengertian Kewirausahaan

Wirausaha, menurut asal katanya, terdiri dari *wira* dan *usaha*. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Usaha, berarti berbuat amal, bekerja, berbuat sesuatu. Pengertian wirausaha, menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah orang yang pandai dan berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun kegiatan untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya.²⁶ Wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kualitas jiwa kepemimpinan dan inovator pemikiran dalam melakukan usaha.

b. Pengertian Kewirausahaan menurut Peter F. Drucker

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.²⁷ Pengertian ini mengandung maksud bahwa seseorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

c. Pengertian Kewirausahaan Zimmerman

Kewirausahaan merupakan suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.²⁸ Dalam pengertian diatas bahwa untuk menciptakan sesuatu di perlukan suatu kreatifitas dan jiwa inovasi yang tinggi.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan dalam hal menciptakan memerlukan

²⁶ Hendriana werdhaningsih,dkk, "*Prakarya dan Kewirausahaan* ",(Surakarta: CV. Putra Nugraha,2017), h..3

²⁷ Kasmir," *Kewirausahaan* ",(Jakarta : PT. Rajagrafindo persada,2006), h..17

²⁸ *Ibid*,h. 18

adanya kreatifitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menentukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

2. Etika Wirausaha

Agar usahanya berhasil maka etika atau norma sangat diperlukan, ada 8 etika dan norma yang harus diketahui seorang wirausaha adalah sebagai berikut:²⁹

a. Kejujuran

Sifat jujur sangat penting bagi seorang wirausaha dalam perkataan dan perilaku. Sifat jujur akan memberikan kesan orang percaya pada kata-katanya, tanpa kejujuran usaha yang dibangun akan mengalami kegagalan.

b. Bertanggung jawab

Sikap tanggung jawab sangat di perlukan dalam setiap tindakan dan pekerjaan, maka sangat penting seorang wirausaha untuk tanggung jawab atas pekerjaannya.

c. Menepati janji

Sikap menepati janji sangat diperlukan oleh seorang wirausaha dalam bidang pembayaran, pengiriman barang atau penggantian barang. Sikap menepati janji maka menciptakan kepercayaan seorang konsumen kepada anda, sekali anda menghancurkan kepercayaan konsumen maka konsumen tidak akan datang lagi ke anda lagi.

d. Disiplin

Sifat disiplin sangat penting untuk semua aspek usaha diantaranya dalam pembayaran dan pelaporan kegiatan dalam usahanya.

e. Taat hukum

Masyarakat maupun pemerintah harus taat dan patuh terhadap hukum. Pelanggaran akan hukum maka akan mengakibatkan fatal

²⁹ Arif Yusuf Hmali, "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan", (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 15

dan beban moral dalam usahanya. Maka harus diselesaikan dengan baik.

f. Suka Membantu

Kepada masyarakat dalam berbagai cara sikap ringan tangan harus ditunjukkan dan terkesan pelit akan dimusuhi oleh banyak orang. Maka suka membantu sangat dianjurkan untuk orang yang mau berwirausaha.

g. Komitmen dan menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Pengusaha yang menjunjung komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

h. Mengejar prestasi

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar pengusaha dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan . Di samping itu, pengusaha juga harus tahan mental dan tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya.

3. Sifat- Sifat Kewirausahaan

Sifat dari seseorang sangat mempengaruhi kesuksesan dan kemunduran dalam suatu usaha.³⁰ Sifat- sifat yang harus ada dalam berwirausaha adalah sebagai berikut :

a. Percaya Diri

Kepercayaan diri merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis sehingga banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan dan menyelesaikan

³⁰Hendriana werdhaningsih,dkk, “*Prakarya dan Kewirausahaan* “, (Surakarta: CV. Putra Nugraha,2017), h.3- 4

suatu pekerjaan. Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kegairahan berkarya.

b. Berorientasi Tugas Dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan kerja keras. Dalam wirausaha, peluang bisa diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif biasanya diperoleh melalui pengalaman dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat berprestasi.

c. Berani Mengambil Resiko

Salah satu hal penting dalam memulai berbuat sesuatu yang baru adalah berani mengambil resiko untuk melakukan sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Inovasi kebaruan tidak akan muncul jika kita melakukan hal-hal yang sudah dilakukan oleh orang lain, dan tidak berani melakukan hal-hal yang belum kita pernah lakukan.

d. Kepimpinan

Kepemimpinan merupakan sikap yang dimiliki oleh seorang pemimpin di antaranya memiliki visi yang jelas, memiliki integritas dan kejujuran, mampu berkomunikasi dengan baik, menjadi teladan rendah hati, mau mendengar, mampu memotivasi orang lain untuk melakukan tugasnya dan berlaku adil.

e. Keorisinalitas/keaslian

Keaslian ide, gagasan, pemikiran dan keputusan dapat diperoleh dengan keluasan wawasan dan kemampuan berfikir kreatif serta melihat peluang yang ada. Orisinalitas muncul dari kemampuan untuk selalu menuangkan imajinasi dalam kerjanya, keinginan tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan, memiliki sikap mental yang positif dan daya fikir kreatif.

f. Berorientasi ke masa depan

Masa depan memiliki berbagai peluang dan tantangan yang berbeda dengan saat ini. Seorang dengan kewirausahaan berani melihat peluang dan tantangan tidak hanya di saat ini, melainkan juga dimasa depan. Salah satu indikator atau tanda seseorang memiliki entrepreneurship atau jiwa kewirausahaan adalah mampu membuat usaha bisnis sendiri, dan logistik, dapat menghasilkan wirausaha yang menghasilkan produk ataupun wirausaha yang memberi jasa perbaikan produk teknologi, transportasi, dan logistik.

C. Pasar

1. Pengertian pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli barang atau jasa. Dalam Kamus Besar Bahasa, Pasar berarti tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya seorang manusia tidak akan dapat memenuhi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain itu merupakan pengertian pasar menurut istilah. Hubungan yang saling tergantung dan saling membutuhkan ini merupakan sunnatullah dan fitrah manusia dimuka bumi.³¹ Keadaan itu akhirnya membentuk suatu mekanisme tukar menukar antara yang membutuhkan (demand) dan yang memberikan (supply) untuk barang dan jasa yang mereka butuhkan.

Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut melahirkan suatu system yang disebut pasar. Pasar adalah falsafah perekonomian. Ekonomi tidak bisa terpisah dari konsep pasar. Ada tiga jenis rumah tangga ekonomi dalam pasar yakni, RTP (rumah tangga produsen).

RTK (rumah tangga konsumen), dan RTN (rumah tangga Negara) yang diperankan oleh pemerintah.³² Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan penjual meliputi yang

³¹ Ebta Setiawan, KBBI Online, (badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud,2014), Versi 1,3

³² Soeharsono sagir,*Kapita Selektia Ekonomi indonesia* Edisi 1,(jakarta: kencana 2019),cet.pertama h.19

menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Misalnya pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menyewakan atau menjual asetnya sedangkan pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum orang atau industry akan berperan ganda, yakni sebagai pembeli dan penjual.

Dari pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa pasar sekarang ini tidak hanya berupa tempat untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang jasa atau sumber daya. Pasar memiliki berbagai kelemahan diantaranya mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan yang tidak selaras antara prioritas individu sosial . perniagaan yang baik menurut islam Sebagaimana firman Allah :

QS.An- nisa / 4 : 29

تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا
رَحِيمٌ بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ أَنْفُسَكُمْ تَفْتُلُوا وَلَا ۖ مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ

“ *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 di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”³³

Ajaran Islam berusaha menciptakan suatu keadaan pasar yang berdasarkan nilai nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Dengan kata lain konsep Islam tentang pasar yang ideal adalah *perfect competition market plus*, yaitu plus nilai nilai syariah Islam.³⁴ Implementasi nilai nilai syariah yang sebagian merupakan *concern* masyarakat diluar Islam sekalipun. Bukan hanya menjadi kewajiban individu para pelaku pasar tetapi juga butuh intervensi pemerintah.

³³ Departemen Agama RI. *Al Qur'an dan terjemahan* (Bandung: cv penerbit J-ART, 2004)

³⁴ Mawardi M.Si, *ekonomi Islam*, (pekanbaru: alaf riau graham UNRI PRESS, 2007) cet pertama, h.99

2. Pengertian pasar tradisional dan karakteristik pasar tradisional

a. Pengertian pasar tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisionan dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung barang-barang yang diperjual belikan adalah barang kebutuhan pokok.

Beberapa pasar tradisional ada yang spesifik misal pasar kain plastik atau pasar elektronik. Amati pengunjung termasuk dalam golongan mana, daya beli tujuan ke pasar dan karakternya. Tiap pasar memiliki konsumen tersendiri. Pasar grosir adalah pasar dengan pengunjung para pedagang besar, sedangkan pasar tingkat kecamatan adalah konsumen langsung. Dengan melihat tipe pengunjungnya dapat menentukan kalayakan berdagang dipasar tradisional.³⁵

b. Karakteristik pasar tradisional

Karakteristik pasar tradisional adalah sebagai berikut :³⁶

1. Pedagang di pasar ini secara umum adalah pedagang-pedagang kecil bukan pengecer raksasa dengan keterbatasan modal
2. Ruang bersaing pedagang muali terbatas. Skala yang dan menghadapi rantai pemasaran yang cukup panjang untuk membeli barang yang akan dijualnya.
3. Keunggulan biaya rendah pedagang rakyat kini muali terkikis bahkan nyaris lenyap digantikan keunggulan bersaing pengecer berduit di pasar moderen
4. Kondisi fisik pasar yang khas yaitu becek, kotor, bau dan banjir serta sampah dimana-mana
5. Belum menggunakan teknologi tinggi dalam adminitrasi dan pengelolaannya masih sederhana

³⁵ Yuyun Alamsyah, *antisipasi krisis global*, (jakarta: flex media komputindo, 2009), h.105-106

³⁶ Popy Rufaidah, "Peran Teknologi Komunikasi Dalam Rantai Nilai Pedagang Di Pasar Tradisiona" *Jurnal Sositologi* Edisi 14 Tahun 7, Agustus 2008, h.401

6. Barang yang diperdagangkan adalah sayur mayur, produk kebutuhan sehari-hari, bahan mentah, dan keperluan dapur lainnya.
 7. Bentuk kepemilikan publik karena sifat pembentukannya mencegah hanya dimiliki oleh pribadi artinya termasuk benda yang memiliki kemanfaatan umum dan pengelolaan kepemilikan publik oleh negara
 8. Jumlah tenaga kerja yang digunakan tidak banyak
 9. Konsumen masih dilayani oleh pemilik
- c. Struktur pasar

Menurut strukturnya, pasar dibagi menjadi empat jenis yaitu sebagai berikut :³⁷

1. Pasar persaingan sempurna

Perfect competition bisa disebut Pasar persaingan sempurna dan juga sering disebut (*pure competition*) adalah pasar dimana terdapat banyak penjual tetapi tidak satupun diantara mereka yang berkemampuan mempengaruhi harga pasar yang berlaku baik dengan mengubah jumlah penawaran maupun harga produksi.

2. Pasar persaingan tidak sempurna

pasar monopoli, oligopoli dan monopolistik merupakan bentuk pasar tidak sempurna (*imperfect competition*). Suatu pasar dikatakan sebagai pasar monopoli apabila seluruh penawaran terhadap sejenis barang pada pasar dikuasai oleh seorang penjual atau sejumlah penjual tertentu. Karena monopolis (penjual) sudah menguasai pasar penawaran otomatis tujuan mereka untuk mendapatkan keuntungan pasti akan tercapai sebagai monopolis, keputusan harga berada di tangan mereka.

³⁷ Alam S, "Mandiri ekonomi", Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2016) h.79-85

3. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah bentuk pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual yang menghasilkan atau menjual produk yang berbeda-beda. Pada tahun 1933 model pasar persaingan monopolistik diperkenalkan oleh Chamberlin dan Joan Robinson. Pada dasarnya bentuk pasar ini merupakan kemiripan dari pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Kemiripan tersebut terdapat pada ciri-ciri pada pasar persaingan monopolistik itu sendiri, dengan pasar persaingan sempurna kemiripannya adalah terdapat pada banyaknya penjual yang ada di dalam pasar sedangkan pada pasar monopoli kemiripannya adalah penjual dapat mempengaruhi harga walaupun hanya sedikit.

4. Pasar Monopoli

Berbeda dengan pasar persaingan sempurna, pasar monopoli merupakan kebalikan dari pasar tersebut di dalam pasar monopoli hanya terdapat satu penjual untuk satu jenis barang tertentu. Pada umumnya produsen monopoli memperoleh laba melebihi normal karena adanya hambatan masuk ke dalam pasar serta di dalam pasar monopoli produsen adalah sebagai *price maker*.

Struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar.³⁸ Perbedaan pada elemen-elemen itu akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, yang pada

³⁸ Kinanti geminastiti, “*Ekonomi*“, (Bandung: yrama widya , 2017), h.123

gilirannya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi. Keadaan jumlah dan distribusi penjual di dalam pasar mempengaruhi harga jual yang berlaku dan output yang terdapat di dalam pasar. Pada struktur pasar persaingan sempurna ditandai oleh adanya sejumlah besar penjual di dalam pasar dan masing-masing di antara mereka memiliki kekuatan pasar yang relatif sama. Sebagai akibatnya, para pesaing pasar tidak memiliki kekuatan yang berguna mengendalikan keadaan pasar. Selanjutnya keadaan harga dan output pasar berjalan menurut mekanisme pasar. Akan tetapi pada struktur pasar monopoli jumlah penjualnya bersifat tunggal oleh karena itu keadaan pasar sepenuhnya dapat di kendalikan oleh monopolis. Harga dan output pasar selanjutnya diatur secara penuh oleh monopolis yang menguasai pasar.

pengertian struktur sering diidentikan dengan bentuk atau format tetapi untuk istilah struktur pasar disini adalah bentuk susunan. Struktur pasar merujuk pada jumlah dan ukuran distribusi perusahaan dalam pasar serta mudah atau sulitnya masuk dan keluar dari pasar. Struktur pasar menjadi ukuran penting dalam mengamati variasi perilaku dan kinerja industri, karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa, pengaruh itu akhirnya sampai pada kesejahteraan masyarakat (*social-welfare*) dan menjelaskan pula bahwa dalam struktur pasar terdapat elemen-elemen yang menjelaskan pangsa pasar, konsentrasi dan hambatan untuk masuk (*barrier to entry*).

D. Perempuan

1. Perempuan Pengusaha (*Woman Entrepreneur*)

Perempuan pengusaha adalah perempuan yang bekerja tanpa meninggalkan perannya seorang istri dan ibu didalam keluarga. Menurut Selly Rahmawati, perempuan pengusaha (*women entrepreneur*) adalah Wanita yang menjalankan bisnis atau berwirausaha namun tetap tidak

meninggalkan perannya sebagai ibu rumah tangga .³⁹Tanpa mengurangi waktu bersama keluarga seorang wanita bisa mendapatkan penghasilan dari bisnisnya tersebut. Menjadi seorang perempuan pengusaha bukanlah hal yang mudah karena perempuan dituntut untuk menjalankan usahanya tanpa meninggalkan perannya dalam rumah tangga.

Berbeda dengan zama dahulu, kini perempuan bukan cuma berperan sebagai ibu rumah tangga saja dan bukan lagi kaum yang berada di bawah dominasi para laki-laki. Kini konsep persamaan gender telah bisa diterima masyarakat, bahwa perempuan dan laki-laki setara. Pada umumnya orang terdorong untuk membuka usaha sendiri karena terbukanya kesempatan untuk memperoleh keuntungan, terpenuhinya minat dan keinginan pribadi, terbukanya kesempatan menjadi “boss”, dan adanya kebebasan dalam manajemen.⁴⁰ Setiap perempuan memiliki peluang yang sama untuk menjadi pengusaha. Siapapun perempuan itu, apapun tingkat pendidikannya, pengalaman bekerjanya, dan prestasi yang pernah diraihinya, setiap perempuan memiliki kesempatan untuk sukses di dunia bisnis, hanya tergantung bagaimana untuk memulai usaha tersebut.

2. Beberapa Hal yang harus di Pahami Perempuan Wirausaha

Perempuan harus memahami beberapa hal yang menyangkut berwirausaha. Beberapa hal yang harus dipahami perempuan untuk memulai usaha sebagai berikut :⁴¹

a. Mengenal karakteristik bisnis sendiri

Ada empat jenis karakteristik setiap wanita yaitu jenis pembicara (*explosive*), jenis pengorganisasian (*profection*), populer dan pemimpin (leader).

³⁹ Selly Rachmawati, *Momprenneur*,(Yogyakarta: Wanajati Chakra Renjana, 2011),h. 10

⁴⁰ *Ibid.* h.12

⁴¹ *Ibid* h.76.

b. Menganalisis diri sendiri dengan menggunakan analisis SWOT

Ada baiknya mengukur diri sendiri dengan analisis SWOT yaitu Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Treat*).

c. Lakukanlah riset tentang pasar

Pentingnya melakukan riset pasar ini agar para calon wirausaha wanita mengenal bagaimana pelanggan (*costumer insight*), persaingan (*competition*), pesaingnya (*competitor*), perubahan yang terjadi pada pelanggan persaingan dan pesaingnya, dan juga pesaing yang tidak terlihat. Gunakanlah analisis 5W 1H (*who, what, when, where, why, how*) sebelum memasuki pasar.

d. Menyusun prinsip dan strategi untuk memasuki pasar.

Langkah selanjutnya adalah mengetahui prinsip memasuki pasar kemudian mengatur strategi-strateginya. Prinsip memasuki pasar ada 3 yaitu jangan masuki pasar yang tidak bertahan lama, jadilah yang pertama datang dan sukses, jadilah penonton, pengamat, peniru, modifikator dan tingkatkan. Selanjutnya adalah strategi mencari modal usaha. Modal usaha yang dimaksud adalah modal keberanian untuk memulai, dan modal uang

3. Pendapat Ulama Tentang Perempuan dalam Bekerja

Beberapa pandangan ulama tentang perempuan dalam bekerja, Berikut pandangan ulama tentang perempuan dalam bekerja :⁴²

a. Menurut Abdul Hamid Kisyk sebagaimana yang di maksud oleh Husein Syahatah.

Islam memerintahkan agar kaum perempuan dibina sehingga mampu melaksanakan perannya, yaitu mendidik dan mengarahkan

⁴² Dede Mulyanto, *Usaha Kecil dan Persoalan Di Indonesia*, (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2006), h.14.

anak- anak Peran perempuan dalam masyarakat Islam adalah seperti yang Allah firmankan:

بُيُوتِكُنَّ فِي وَاَقْرَانِ

“Dan hendaklah kamu tinggal di rumahmu....” (Q.S. Al- Azhab [33]: 33).

Meskipun demikian, Islam tidak mengharamkan perempuan bekerja secara mutlak. Perempuan harus berperilaku baik, berpenampilan, berbicara, dan berjalan sesuai dengan ajaran Islam. Hal itu merupakan ketentuan Allah bagi perempuan yang jika dapat diaplikasikan dengan baik, maka masyarakat Islami akan terwujud dengan sempurna.

b. Di dalam bukunya, Al-Hijab, Al-Maududi

perempuan dalam Islam adalah menjadi seorang Ibu rumah tangga. Oleh karena itu, jika suami termasuk orang yang mampu bekerja dan berusaha, kewajiban istri adalah mengatur urusan rumah tangga. Akan tetapi, syariat Islam tidak melarang perempuan untuk keluar rumah. Jika seorang perempuan memiliki keperluan rumah tangga, seperti hendak berobat atau mencari nafkah (karena sudah janda atau suami tidak mampu misalnya), Islam memiliki toleransi. Meskipun demikian, istri sebaiknya menjaga agar toleransi tersebut tidak mengubah aturan utama masyarakat Islam, yaitu bahwa tugas utama perempuan adalah didalam rumah tangganya. Toleransi itu jangan diasumsikan sebagai kebebasan tanpa batas sehingga membuat istri melupakan tugas utamanya.

c. Hasan Al-Bana, sebagaimana yang di maksud oleh Husein Syahatah

jika kebutuhan-kebutuhan primer menuntut perempuan bekerja demi keluarga dan anak-anaknya, dia harus memenuhi persyaratan- persyaratan yang telah ditentukan Islam. Dengan demikian, dia akan terhindar dari fitnah laki-laki dan laki-laki pun terhindar dari fitnahnya. Syarat utamanya adalah status pekerjaannya

hanya untuk memenuhi kebutuhan primer, bukan untuk memenuhi kebutuhan lainnya.

- d. Abdullah al-Khitab, sebagaimana yang dimaksud oleh Husein Syahatah

mengatakan Islam membolehkan perempuan bekerja dengan tempat dan jenis pekerjaan yang sesuai dengan karakternya, salah satu contohnya menjadi guru dan dokter. Selain itu, pekerjaan yang dibolehkan bagi kaum perempuan itu tidak boleh bertentangan dengan persediaan waktu, pikiran, dan perasaan keperempuanan, sebab bagaimanapun juga, perempuan adalah insan yang karakternya berbeda dengan laki-laki. Dan yang terpenting, dalam pelaksanaannya, bekerjanya perempuan itu tidak bercampur dengan laki-laki.

- e. Istri Rasulullah Saw, Khadijah ra.

adalah seorang wanita pembisnis. Bahkan harta hasil jerih payah bisnis Khadijah ra tersebut banyak digunakan untuk menunjang dakwah di masa awal Islam. Di sini dapat di pahami bahwa seorang istri nabi sekalipun punya kesempatan untuk keluar rumah mengurus bisnisnya. Demikian pula dengan Aisyah ra. Semasa Rasulullah masih hidup, beliau sering kali ikut keluar Madinah dalam berbagai operasi peperangan. Dan sepeninggalan Rasulullah Saw, Aisyah adalah guru dari para sahabat yang mampu memberikan penjelasan dan keterangan tentang ajaran Islam. Berdasarkan definisi partisipasi serta ungkapan ulama fikih tentang tugas-tugas utama bagi seorang perempuan diatas, maka para ulama sepakat mengatakan bahwasanya perempuan diperbolehkan untuk bekerja sesuai dengan kodrat dan kemampuannya.

4. Peran Perempuan dalam Keluarga

Perempuan adalah pelaku penting dalam dinamika rumah tangga. Perempuan harus menguasai pengelolaan keuangan, retribusi pendapatan, alokasi konsumsi. peran perempuan sangat mendukung perekonomian keluarga. Kedudukan perempuan dalam sebuah rumah tangga secara

umum memiliki wewenang dan tanggung jawab yang berbeda dari pria yang merupakan kepala rumah tangganya.⁴³

Seorang perempuan memiliki kapasitas sesuai dengan tugas-tugasnya. Di samping itu, perempuan dan laki-laki memiliki perbedaan tidak dalam segi postur, melainkan juga pada cara berfikirnya, perempuan lebih cenderung pada perasaan sedangkan pria dominan pada rasional. Berkaitan dengan perempuan, perempuan memiliki fungsi tambahan, bahkan mempunyai fungsi majemuk, yaitu selain sebagai istri, ibu, anggota rumah tangga, dan sumber daya manusia. Agar lebih jelas, penulis paparkan sebagai berikut :⁴⁴

a. Peran sebagai istri

Identitas sosial menjadi kedudukan perempuan dalam masyarakat. ini dibuktikan dengan seorang perempuan telah bersuami kemudian aktifitasnya hanya berada dilingkungan rumah, maka status sosialnya sebagai ibu rumah tangga. Menjadi ibu bagi anak-anak serta menjadi pendidik dan memelihara rumah tangga itulah perempuan dalam pandangan islam. Peranan perempuan dalam keluarga sangat dibutuhkan, terutama menjaga keharmonisan hubungan antar anggota keluarga didalamnya. Berdasarkan definisi dapat disimpulkan bahwa istri adalah merupakan sebagai partner lahir dan batin dalam membina suatu rumah tangga bagi suaminya.

Maka di sinilah islam berperan, bagaimana islam mengubah pola pandang yang sempit itu kepada pola pandang yang luas, yang tidak lagi menepatkan kaum perempuan dalam konteks kehinaan. Menurut penulis, perempuan diberi peran sektor domestik dalam keluarga seperti mencuci, membersihkan rumah, menyapu, memasak, menyiapkan anak-anak sekolah, dan lain-lain. Peran tersebut tidak

⁴³ Dede Mulyanto, *Usaha Kecil dan Persoalan Di Indonesia*, (Bandung: Yayasan AKATIGA, 2006), h.14

⁴⁴Husein Syhatan, *Ekonomi Rumah Tangga Muslim*, (Jakarta: Mema Insani , 2004), h. 127

pernah lepas dari aktifitas mereka sehari-hari kerana menjadi keharusan disamping ada lagi yang membantu rumah. Disisi lain, terkadang peran perempuan juga berperan dalam mengambil keputusan dalam rumah tangga mengingat para suami telah sibuk mencari nafkah. Dalam mengambil keputusan tersebut tentunya bukan untuk mendominasi peran suami sebagai kepala rumah tangga, akan tetapi sebagai bentuk rasa tanggung jawab terhadap kepentingan keluarganya tatkala suami beraktifitas diluar rumah.

b. Peran sebagai Ibu

Membentuk keluarga yang bahagia dan tentram serta damai diantaranya aktivitas perempuan. Peran ibu sangat besar dalam mewujudkan kebahagiaan dan keutuhan keluarga. Dalam pembahasan ini, peran perempuan sebagai ibu yaitu :

1. Maksimal 2 tahun perempuan memberikan asi kepada anaknya.
2. Bagi anak-anaknya perempuan sebagai seorang pendidik.
3. Awal kehidupan anak baik dari segi pertumbuhan fisik, kecerdasan maupun spiritualnya harus dijaga dan dirawat.
4. Sebagai bentuk hubungan komunikasi menjadi stimulasi bagi perkembangan anak.

Berbicara mengenai pendidik anak paling besar pengaruhnya yaitu ibu, dimana sejak anak lahir dari rahim ibu, maka ibulah yang banyak mewarnai dan mengaruhi perkembangan pribadi, prilaku dan akhlak anak untuk membentuk perilaku anak yang baik tidak hanya melalui bil lisan tetapi juga dengan bil haal yaitu mendidik anak lewat tingkah laku. Seorang ibu akan mengawasi anaknya samapi tumbuh dewasa. Di tangan ibu, keberhasilan pendidik anak-anaknya walaupun tentunya keikutsertaan anak bapak tidak dapat diabaikan begitu saja. Ibu memainkan peran yang penting di dalam mendidik anak-anaknya, terutama masa belita. Pendidik dalam keluarga di sini meliputi, pendidik iman, moral, fisik jasmadi, intelektual, psikologi, dan sosial. Sebagai ibu pendidik, seorang isteri harus rela

tabah dan sabar karena Allah SWT telah memberikan kelebihan padawanita dengan fungsi-fungsi kehamilan, melahirkan, menyusukan anak, dan mendidiknya sampai batas waktu yang tak tentu dengan kasih sayang dan penuh jiwa keibuan. Betapa pentingnya peran istri dalam hal menyusukan saja umpamanya, karena itu peran ibu dalam rumah tangga bersama suami dan seluruh keluarga harus dapat menanankan landasan arah, dan tujuan dalam rumah tangga.

E. Ekonomi Keluarga

1. Pengertian Ekonomi Keluarga

Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut Alfred Marshall tokoh Yunani, ekonomi adalah studi tentang umat manusia dalam usaha mengkaji bagian dari tindakan individu dan sosial yang paling dekat dengan pencapaian dan penggunaan kesejahteraan materi.⁴⁵

Keluarga adalah sekelompok orang yang terdiri dari ayah, ibu dan anak dalam satu tempat tinggal. Keluarga juga merupakan tempat yang ditandai dengan kerjasama ekonomi dan mempunyai fungsi untuk kehidupan, bersosialisasi atau mendidik anak serta melindungi yang lemah khususnya orang tua yang sudah lansia.⁴⁶

2. Fungsi Keluarga

Fungsi yang dijalankan keluarga dalam rentang kehidupan individu sebagai berikut :⁴⁷

- a. Fungsi Pendidikan, dilihat dari bagaimana keluarga mendidik dan menyekolahkan anak untuk mempersiapkan kedewasaan dan masa depan anak.
- b. Fungsi Sosialisasi, dilihat dari bagaimana keluarga mempersiapkan anggota keluarga sehingga menjadi anggota masyarakat yang baik.

⁴⁵ Alam S, "Mandiri ekonomi", Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2016) h.1

⁴⁶ BKKBN Kornovoli, "Pedoman Bidang Usaha Dan Tenaga Melalui Kelompok UPPKS", (Lampung: 1999), h.3

⁴⁷ Ibid. h.6-7

- c. Fungsi Perlindungan, dilihat dari bagaimana keluarga melindungi anak sehingga anggota keluarga merasa terlindung dan merasa aman.
 - d. Fungsi Perasaan, dilihat dari bagaimana keluarga secara intuitif merasakan perasaan dan suasana hati anak dan anggota yang lain dalam berkomunikasi dan berinteraksi antar sesama anggota keluarga. Sehingga saling pengertian satu sama lain dalam menumbuhkan keharmonisan dalam keluarga.
 - e. Fungsi Agama, dilihat dari bagaimana keluarga memperkenalkan serta mengajak anak dan anggota keluarga lain melalui kepala keluarga untuk menanamkan keyakinan tentang ketauhidan.
 - f. Fungsi Ekonomi, dilihat dari bagaimana kepala keluarga mencari penghasilan, mengatur penghasilan sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan keluarga.
 - g. Fungsi Rekreatif, dilihat dari bagaimana menciptakan suasana yang menyenangkan dalam keluarga, seperti menonton bersama, dan lainnya.
 - h. Fungsi Biologis, dilihat dari bagaimana keluarga meneruskan keturunan sebagai generasi selanjutnya.
 - i. Memberikan kasih sayang, perhatian, dan rasa aman di antara keluarga, serta membina pendewasaan kepribadian anggota keluarga.
3. Standar Kecukupan Kebutuhan Ekonomi Keluarga

Standar kecukupan kebutuhan ekonomi merujuk pada kebutuhan primer terlebih dahulu baru kebutuhan yang lainnya dicapai. Imam Nawawi (dalam bukunya Cahyadi Takariawan) menyebutkan bahwa yang dimaksud kemampuan standar keluarga adalah sandang, pangan, papan, dan segala kebutuhan tanpa berlebihan.⁴⁸

⁴⁸ Cahyani Takariawan, *Pernik-pernik Rumah Tangga Islam (tatanan dan peranan dalam kehidupan masyarakat)*, (Solo: Intermedia, 2001) h.305.

Sedangkan menurut Yusuf Qordhawi standar kecukupan dan kemampuan kebutuhan ekonomi keluarga, dalam islam adalah terpenuhnya :⁴⁹

- a. Cukup makan dan memenuhi standar Gizi
- b. Cukup air untuk memasak makanan, pengairan, membersihkan badan, bersuci, dan sebagainya
- c. Cukup sandang yaitu tersedianya pakaian untuk menutup aurat, menjaga diri dari terik matahari dan udara dingin serta agar bisa tampil lebih baik termasuk perlu memiliki pakaian yang bagus untuk menghindari peristiwa tertentu, seperti pakaian untuk sholat jum'at dan sholat hari raya.
- d. Cukup papan yaitu tersedianya tempat tinggal yang layak untuk dihuni, luas dan lapang terhindar dari kondisi alam, serta merdeka yaitu penghuni rumah tidak terlihat orang yang lewat.
- e. Cukup uang untuk keperluan rumah tangga
- f. Cukup uang untuk menuntut ilmu dan segala perlengkapannya.
- g. Cukup uang untuk pengobatan apabila sakit
- h. Tabungan haji dan umroh

Berdasarkan keterangan diatas, dapat dipahami bahwa standar kecukupan kemandirian keluarga dan memenuhi kebutuhan dapat di tandai dengan terpenuhnya kebutuhan hidup seperti : pangan, sandang, papan dan kebutuha untuk pendidikan. Dalam hal ini terlihat bahwa dalam kemandirian keluarga semata-mata diarahkan guna tercapainya nilai-nilai ibadah artinya materi yang ada di jadikan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan ibadah kepada Allah SWT.

4. Ekonomi Keluarga dalam Konsep Islam

Ekonomi keluarga dalam konsep islam yaitu merujuk pada keluarga yang sakinah mawadah warohmah, yang berdasarakan dengan hadis dan al qur'an dan sistem perekonomian mengandung aturan–aturan syara, yang

⁴⁹ *Ibid*, h. 306

dapat mengatur kehidupan perekonomian suatu rumah tangga dan umat islam secara keseluruhan. Ketentuan perekonomian Islam mencakup peraturan tentang pendapatan, pengeluaran (pembelanjaan), penyimpanan, penabungan dan pemilikan.⁵⁰Ketentuan-ketentuan itu mengatur perekonomian rumah tangga muslim agar dapat mewujudkan tujuan-tujuan umum hukum Islam, yaitu memelihara akal, agama, keturunan, kehormatan, dan harta disamping agar dapat mewujudkan pemenuhan kebutuhan spiritual dan pemenuhan kebutuhan material.

Kontribusi ekonomi perempuan dalam keluarga akan menghasilkan peningkatan bagi keuangan keluarga, kepemilikan barang mewah, dan standar hidup yang lebih tinggi dengan pencapaian rasa aman yang lebih baik sehingga berdampak pada peningkatan status sosial keluarga.⁵¹Islam memberi dorongan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Suami sebagai kepala keluarga berkewajiban untuk bekerja dengan baik melalui usaha yang baik dan halal. Dalam al- Qur'an juga sering disebutkan dorongan untuk terus berusaha meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dengan demikian, perintah untuk terus berusaha demi memperoleh peningkatan kesejahteraan hidup merupakan hal yang dianjurkan dan dibolehkan dalam agama.

⁵⁰ Almiza, "Perekonomian Rumah Tangga Muslim Terhadap Aktifitas Neraca Keuangan Rumah Tangga", Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan Vol.3 No 2, Juli-Desember 2018, h.148

⁵¹ Ibid. h.150

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Desa Sidorejo Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal

1. Keadaan Geografis Dan Susunan Pemerintahan Desa Sidorejo Kecamatan Brangsong.

a. Keadaan Geografis⁵²

Desa sidorejo merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan brangsong kabupaten kendal. letaknya yang strategis dan jauh dari keramaian membuat desa sidorejo menjadi tempat yang sangat nyaman untuk tempat tinggal. Pemandangan yang indah dan tata letak perkampungan yang rapi menambah nilai tersendiri. Desa Sidorejo merupakan salah satu dari 12 desa se-Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal seluas 149,510 Ha,⁵³ dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Jalan Raya Pantura
2. Sebelah Timur : Sungai Butuan, Desa Brangsong
3. Sebelah Selatan : Desa Blorok, Desa Kertomulyo
4. Sebelah Barat : Desa Tosari, Sungai Blorong

Adapun orientasi (Jarak dari pusat Pemerintahan Desa)

1. Jarak dari pusat Pemerintah Kecamatan : 3 Km
2. Jarak dari Kota Kabupaten Kendal : 5 Km
3. Jarak dari Kota Propinsi : 30 Km

b. Susunan Pemerintah

⁵² Kecbrangsong.kendalkab.go.id, diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 10.00 WIB.

Sebagai lembaga pemerintahan terkecil dalam struktur pemerintahan, baik pemerintahan desa maupun kelurahan yang mempunyai fungsi strategis yakni sebagai ujung tombak dalam membangun nasional dalam sektor pertanian, perkebunan dan peternakan. Oleh karena itu pemerintah desa atau kelurahan diharapkan dapat lebih memberdayakan segala potensi yang ada di wilayah masing-masing.

Pemerintahan Desa Brangsong dipimpin oleh kepala desa (Kades) yaitu Bapak Muzamil, dan di bantu oleh sekretaris desa (Sekdes) yaitu Bapak H. Samiyo Puspito, SE beserta perangkat – perangkatnya yang terdiri atas 2 kepala urusan (Kaur) yaitu Kaur Umum Bapak Asnawi dan Kaur Keuangan Ibu Hj. Rufidahniah, 3 kepala dusun (Kadus) yaitu Kadus 1 Bapak Sugiri, kadus 2 Bapak M. Nur Fuat Dan Kadus 3 Bapak H. Suratnan dan 6 staf lainnya yaitu Bapak Maskon sebagai bekel, Bapak Zaeni Sebagai bayan tani, Bapak Royani dan Purnomo sebagai modim, Bapak Jazuri sebagai Kebayan dan pak Zazet sebagai jogo boyo.

c. Keadaan Penduduk

Desa Brangsong memiliki 8 RW. Dan 24 RT. Dan jumlah penduduk Desa Brangsong secara keseluruhan adalah 5.813 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 1.715 KK.⁵⁴ Dengan rincian sebagai Berikut:

TABEL 3. 1
JUMLAH PENDUDUK DESA BRANGSONG

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH
1	LAKI- LAKI	2853
2	PEREMPUAN	2960
	TOTAL	5813

⁵⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal.2018.*Daerah Kendal*.
https://Kendalkab.bps.go.id/website/pdf_publicasi/statistik-daerah-Kendal (diakses pada tanggal 5 September 2019 pukul 14.00 WIB).

Sumber : BPS TPT bulan agustus 2019.

Dari data diatas, jumlah penduduk kecamatan brangsong sebesar 5.813 jiwa, terdiri dari penduduk laki-laki sebesar 2.853 jiwa dan penduduk perempuan sebesar 2.960. dimana jumlah yang lebih banyak adalah kaum perempuan .

Pemenuhan kebutuhan masyarakat sering kali diidentikan dengan penghasilan yang diperoleh sebagai tolak ukur kesejahteraan warga, Sebagai desa pertanian dengan ditunjang lahan persawahan yang cukup luas, maka sebagian besar mata pencaharian penduduk Desa Brangsong adalah bertani. Walaupun demikian bukan berarti semua penduduk Desa Brangsong bermata pencaharian sama yaitu sebagai petani. Selain bertani, penduduk desa juga berfariasi dalam pekerjaannya seperti pedagang, buruh , pegawai sipil, wiraswasta.

d. Sejarah singkat Desa Sidorejo⁵⁵

Berdasarkan tutur tinular yang berkembang di masyarakat Desa Sidorejo, mengenai asal-usul keberadaan Desa Sidorejo, bahwa Desa Sidorejo berasal dari dua Desa yakni Desa Kalijaran dan Desa Srogo.

1. Desa Kalijaran

Desa Kalijaran pada awalnya terdiri dari Kalijaran, Maponsari dan Tegal. Nama Kalijaran konon ceritanya yang tertulis didalam buku BABAT TANAH KENDAL nomor 339, bahwa Tumenggung Begananda dalam perjalanannya naik kuda, sesampainya di sungai (kali) kuda tersebut berhenti lalu di mandikan, maka Desa tersebut diberikan nama Kalijaran yang artinya tempat kuda di mandikan.

2. Desa Srogo

Desa Srogo yang terdiri dari 3 (tiga) Dusun yaitu : Dusun Srogo, Dusun Pilang serta Dusun Kersan. Tak ubahnya dengan

⁵⁵ Kecbrangsong.kendalkab.go.id, (diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 10.00 WIB).

Kalijaran, Desa Srogo karena perjalanan Tumenggung Begananda yang naik kuda itu, sesampainya di tempat tersebut kudanya “ngesrok”, lalu kuda tersebut diberi makan kesukaannya yaitu “sego” (nasi). Maka tempat tersebut diberi nama Srogo.

Sejalan dengan bergulirnya waktu, pada sekitar tahun 1911, masyarakat Dusun Srogo sudah dilewati oleh “sepur” (kereta api) dan dilengkapi dengan keberadaan “sekip” (stasiun) oleh Pemerintah Belanda. Pada waktu itu dipimpin oleh seorang yang bernama Ratu Yuliana. Transportasi berupa kereta api tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat Srogo dan sekitarnya. Terlebih pada waktu itu belum ada sarana transportasi umum lain, kecuali kereta api. Sehingga dari segala penjuru disekitar Desa Srogo sangat antusias akan keberadaan alat transportasi tersebut. Lalu mendatangi stasiun yang berada di Srogo untuk menumpang kereta api. Dengan demikian, Desa Srogo menjadi tanah dari segala penjuru karena sebagai pusat transportasi pada waktu itu. Namun lambat laun sehubungan dengan makin berkembangnya situasi serta semakin banyaknya ketersediaan sarana transportasi, hingga sekitar tahun 1965 stasiun Srogo hilang dengan sendirinya.

B. Gambaran Umum Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal

1. Profil Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal

Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong yang tepatnya berada di Desa Sidorejo Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal merupakan salah satu pasar yang ramai di kunjungi pengunjung dari luar desa maupun dari dalam desa. Letaknya yang sangat strategis dan mudah di jangkau oleh para pengunjung, pasar ini selalu ramai tidak pernah sepi, karena letak Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong ini berada di depan jalan raya yang banyak dilalui kendaraan angkot, dari arah Timur jurusan ke Semarang, dan dari arah barat jurusan ke Jakarta.

Pada mulanya, pasar Sidorejo kecamatan Brangsong merupakan pasar desa yang berada di desa Sidorejo. Hingga pada tahun 1980-an, pasar ini diambil alih oleh pemerintah. dikelola atau dibawah naungan dari Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kabupaten Kendal, setelah itu pengelolaan dialihkan ke Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Kendal, kemudian setelah dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Kendal dilanjutkan kembali ke Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kendal, kemudian pada akhirnya dikelola atau dibawah naungan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Kendal dan dibantu oleh UPTD Pasar Daerah Tingkat III, yang membawai tiga pasar, yakni Pasar Pagi Kaliwungu, Pasar Gladak Kaliwungu Selatan, dan pasar Sidorejo Brangsong. Namun saat ini, Dinas Perdagangan (Disdag) disendirikan dengan Dinas Perindustrian (Disper),⁵⁶ jadi semua pasar di Kabupaten Kendal berada dalam naungan UPTD Pusat yang berada di Dinas Perdagangan (Disdag).

Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong mempunyai sebuah Motto yaitu Luwes. Luwes disini diartikan sebagai sebuah sikap yang dapat menyesuaikan kebutuhan, menjalin keharmonisan antar pengelola, pedagang, dan pembeli untuk dapat menghasilkan pelayanan terbaik. Selain tugas yang dilakukan pengelola seperti retribusi, pembersihan pasar, dan menjaga keamanan pasar, banyak kegiatan sosial yang dilakukan untuk para pedagang, antara lain kegiatan pengajian, bhakti sosial, dan penyuluhan atau pelatihan pengembangan usaha untuk para pedagang pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong, dan masih banyak lagi kegiatan-kegiatan yang bersifat insidental yang diadakan oleh pengelola pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong. setiap kali ada acara keislaman, seperti khoul simbah kyai Asyari (sesepuh Kaliwungu) hampir sebagian

⁵⁶ Wawancara dengan ibu Sa,adah selaku Staf Adminitrasi Pasar Sidorejo Brangsong Kendal pada tanggal 30 November 2019 pukul 13.00 WIB di kantor Pasar Sidorejo Brangsong Kendal.

pedagang mengikuti kegiatan, sehingga pasar sepi. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang fanatik dengan kegiatan keislaman.

Pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong terkenal dengan harganya yang murah, hal ini terbukti dengan banyaknya pedagang keliling (lauk pauk dan sayur) yang membeli barang disini untuk dijual kembali keliling kampung. Banyak para pedagang yang menjajakan dagangannya dari mulai pedagang pakaian, pedagang sembako, pedagang bumbu dapur, pedagang lauk pauk, pedagang sayuran, pedagang kelontong, dan masih banyak jenis yang lainnya yang dijajakan di pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong. Hal ini menunjukkan pasar Sidorejo Kecamatan Brangsong sudah mencukupi kebutuhan sehari-hari yang diperlukan oleh pembeli khususnya masyarakat brangsong sendiri.

2. Visi dan Misi Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

Visi :

“Menjadi Persatuan pedagang yang mampu menjaga komitmen dan konsistensi dalam menumbuhkan rasa kerukunan dan kebersamaan berlandaskan Pancasila untuk mewujudkan kesejahteraan bersama”

Misi :

1. Meningkatkan kesejahteraan sosial pedagang
2. Menciptakan suasana yang harmonis dan kekeluargaan
3. Melestarikan wisata religi dan kuliner.
4. Menumbuhkan rasa kerukunan dan kepedulian serta kesadaran akan nilai-nilai moralitas antara pedagang dengan ulama, umaroh serta masyarakat Brangsong
5. Menjaga nama baik Brangsong sebagai kota santri dengan menciptakan suasana yang kondusif.
6. Mewujudkan eksistensi Pedagang dalam dunia perekonomian serta kepastian kesempatan usaha dalam tata usaha ruang, tata waktu dan tata wilayah bagi pedagang di sekitar brangsong.

3. Catatan Pedagang Pasar

Adapun ketentuan bagi pedagang yang ingin menempati loos pasar sebagai berikut :

1. Kewajiban (Perda No. 18 Tahun 2001 Bab V Pasal 7)
 - a. Menjaga ketertiban dan kebersihan pasar
 - b. Menjaga segala kemungkinan terhadap timbulnya bahaya terutama bahaya kebakaran
 - c. Membayar segala biaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - d. Mengatur dan menempatkan barang secara tertib dan teratur, sehingga tidak mengganggu jalannya kegiatan pasar
2. Larangan (Perda No. 18 Tahun 2001 Bab. V Pasal 8)
 - a. Memindahtangankan atau mengalihkan izin penempatan loos atau kios kepada orang lain tanpa seizin Bupati.
 - b. Menempati loos atau kios melebihi ukuran yang diizinkan
 - c. Melakukan usaha atau kegiatan dalam pasar yang dapat mengganggu dan membahayakan keamanan dan ketertiban umum
 - d. Tidak mempergunakan loos atau kosis sebagai tempat tinggal
 - e. Melakukan perbuatan susila di pasar
 - f. Membangun kios swadaya secara sendiri-sendiri
3. Sanksi Adminitrasi
 - a. Pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 6 dan 7 Peraturan Daerah ini dapat dikenakan sanksi pencabutan izin tempat berjualan (Perdana No. 18 Tahun 2001 Bab Xxii Pasal 37 (1)
 - b. Dalam hal Wajib Retribusi tertentu tidak membayar tepat pada waktunya atau kurang membayar, dikarenakan sanksi administrasi sebesar 2 % (dua persen) setiap bulan dari Retribusi yang terutang yang tidak atau kurang dibayar dan ditagih

menggunakan STRD (Perda No. 8 Tahun 2011 Bab. XIII Pasal 61 (4)

c. Retribusi yang terutang harus dilunasi selambat- lambatnya 15 (lima belas) hari sejak diterbitkannya SKRD atau dokumen lain yang dipersamakan (Perda No. 8 Tahun 2011 Bab. XIII Pasal 62 (2).

4. Sanksi Pidana (Perda No. 8 Tahun 2011 Bab. XXII Pasal 74) :

- a. Wajib Retribusi yang tidak melaksanakan kewajibannya sehingga merugikan keuangan daerah diancam pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau pidana denda paling banyak 3 (tiga) kali jumlah retribusi terutang yang tidak atau kurang dibayar
- b. Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran;
- c. Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan penerimaan Negara.

4. Struktur Organisasi Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

TABEL . 3.2
STRUKTUR ORGANISASI

NO	NAMA	JABATAN	Keterangan
1	Turyono, SH	Ka. UPTD	Kantor diDisdag
2	Siti Aminah	Koordinator	Kantor Pasar Sidorejo
3	Saadatul Abadiyah, S.Ag	Staf Adminitrasi	Kantor pasar Sidorejo
4	Selamat Prayitno	Bendahara Pmbt	Kantor pasar Sidorejo
5	Sukaeri	Petugas Retr	Kantor pasar Sidorejo
6	Sugiono	Petugas Retr	Kantor pasar Sidorejo
7	Markuri	Perugas Kebersihan	Kantor pasar Sidorejo
8	Marzuki	Perugas Kebersihan	Kantor pasar Sidorejo

Tabel di atas menerangkan bahwa Pasar Sidorejo Brangsong Kendal, Ketua Koordinator UPTD oleh Bapak Turyono, SH yang berkantor di Disdag, Ibu Siti Aminah sebagai koordinator lapangan, Ibu Saadatul Abadiyah, S.Ag selaku Staf Adminitrasi, Bapak Slamet Prayitno sebagai Petugas Retribusi 1, Bapak Sukaeri sebagai Petugas Retribusi 2, Bapak Sugiono sebagai Petugas Retribusi 3, Bapak Maskuri sebagai Petugas Kebersihan 1 dan Bapak Marzuki sebagai Petugas Kebersihan ada 2. Program Kerja Pasar Sidorejo Brangsong sebagai berikut :

a. Program Kerja Pengelola dan Pedagang Pasar Sidorejo Kendal

Program yang ada di pasar sidorejo brangsong bermacam- macam, Adapun program - program yang dilakukan pengelola untuk pedagang Pasar Sidorejo Brangsong Kendal adalah :

1. Pemungutan Retribusi

Retribusi merupakan suatu program pengelolaan pasar yang meliputi penyediaan karcis (penarikan, penyetoran, dan pelaporan). Biasanya setiap hari petugas menarik uang kepada pedagang, dengan dua tahapan. Tahapan pertama pada pukul 06.30 wib, dan tahapan dua pada pukul 08.00 wib. Uang yang di tarik ke pedagang sekitar Rp. 1.000,00 untuk di masukan ke kas daerah, hal ini juga nantinya akan di kembalikan pada operational pasar.

2. Pembersihan pasar

Lingkungan yang bersih merupakan potret bagi pedagang, sehingga pada pedagang Pasar Sidorejo Brangsong Kendal menjadi cermin pribadi yang bersih. Kebersihan dilakukan setiap hari dan setiap hari jumat di lakukan bersama-sama agar menjadi kebersamaan antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Pada siang hari petugas dibantu pedagang menyapu pasar dan paginya sampah – sampah diangkut.

3. Keamanan

Keamanan di pasar sangatlah penting oleh karena itu, Pengelolaan pasar bermitra dengan paguyuban (3 orang) Pasar Sidorejo Brangsong Kendal untuk mengontrol aktivitas selama 24 jam. pengelolaan dan peguyuban pasar saling bekerjasama, mereka saling mengawasi agar keamanan pasar dapat terkontrol dengan baik.

4. Kegiatan Sosial

Masyarakat Brangsong memang fanatik dengan kegiatan keislaman. Jika ada kegiatan islam yang besar misalnya khoul ulama kaliwungu, sebagian besar pedagang mengikuti sehingga keadaan

pasar akan sepi dari pengunjung ataupun penjual. Setiap satu bulan sekali di pasar ini juga diadakan sadaqoh, kemudian pada tanggal 10 Muharram mengadakan santunan anak yatim dan dhuafa dan setelah idul fitri mengadakan ziarah.

5. Pelatihan Pembinaan Pedagang

Pembinaan pedagang yang dilakukan dari pengelola bukan syariah, tapi menurut pemerintah yang condong pada cara menimbang yang benar, mengetahui pedagang mayoritas muslim, pengelola bekerjasama dengan BMT sekaligus mempromosikan produk mereka. Kemudian ada penyuluhan setiap 3 bulan sekali tentang kebutuhan bahan pokok dan kestabilan harga jika ada pesaing harga, pengelolaan memanggil semua pedagang untuk menstabilkan harga.

6. Status Pasar Sidorejo Brangsong Kendal di Pemerintah

Pasar Sidorejo Brangsong merupakan salah satu pasar tradisional yang paling diminati diantara pasar-pasar tradisional lainnya. Kerena harga yang murah hal itu terbukti dengan banyaknya penjual sayur- sayur keliling yang membeli di pasar ini.

Mayoritas penduduk Brangsong yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Sidorejo Brangsong Berbagai pedagang menjajakan dagangannya, seperti pedagang pakaian, sembako, lauk pauk, elektronik, sepatu sandal, dll. Hal ini menunjukkan bahwa Brangsong sudah mencukupi kebutuhan sehari-hari yang diperlukan oleh pembeli.

Pada awal mula Pasar Sidorejo Brangsong didirikan, dari mulai beberapa pedagang saja yang menempati loos yang disediakan oleh pemerintah sampai sekarang ini sudah mengalami peningkatan yang signifikan, bahkan sesuai data dari UPTD Pasar Daerah Tingkat III Kaliwungu Kendal sudah tidak ada lagi loos maupun kios-kios yang masih kosong padahal kenyataannya banyak masyarakat yang ingin berdagang.

Namun saat ini, pasar sudah direnovasi sehingga kondisinya lebih luas dan bersih daripada sebelumnya. Ada kesempatan bagi masyarakat yang ingin berjualan disini. Apalagi akan ada program ruang ibu menyusui yang diharapkan dapat menambah kenyamanan bagi pedagang dan pembeli. Adapun fasilitas yang disediakan oleh UPTD Pasar Sidorejo Brangsong Kendal antara lain yaitu loos, kantor, kios, M.C.K., untuk lebih jelasnya dapat melihat data pedagang dan fasilitas Pasar Gladak Kaliwungu Selatan pada tahun 2019. ⁵⁷Adapun data dan tabel sebagai berikut :

TABEL.3.3
DATA LAHAN DAN STATUS
PASAR SIDOREJO BRANGSONG KENDAL

DATA DAN STATUS PASAR	KETERANGAN
Luas Wilayah	1 Ha (10.000 M2)
Luas bangunan	7.000 M2 (70 X 100 M)
SK Bupati	No. 100.143/ 136/ 1989 (Tgl. 22 Mei 1989)
Sertifikat	Tidak ada

Sumber : Dokumentasi Pasar Sidorejo Brangsong 2019

Tabel di atas menjelaskan bahwa Pasar Sidorejo Brangsong Kendal memiliki luas tanah sebesar 1 ha (10.000 m²), dengan bangunan seluas 7.000 m² atau (70 x 100 m), status SK Bupati No. 100.143/136/1989 pada tanggal 22 mei 1989. Pasar Sidorejo Brangsong Kendal karena di monitoring oleh UPTD maka tidak ada

⁵⁷ Dokumentasi di kantor Pasar Sidorejo Brangsong Kendal tahun 2019.

sertifikat tanah dengan luas yang cukup, untuk pasar di sebuah desa maka diharapkan penjual dan pembeli yang berada disana sangat nyaman.

C. Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

1. Data Pedagang Perempuan yang mengajukan perizinan Kios, Los, dan Semi Permanen di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

Data pedagang pemilik kios, los dan semi permanen yang ada di pasar sidorejo sebagai berikut :

a. Data Pedagang Yang Mengajukan Perijinan Kios

Kios adalah tempat usaha skala kecil yang menjual barang dagangannya secara eceran.⁵⁸Data pedagang perempuan yang mengajukan perijinan kios adalah sebagai berikut :

TABEL 3.4
DATA PENGAJUAN IJIN
KIOS PEDAGANG PASAR SIDOREJO

Sumber : Dokumentasi Pasar Sidorejo Brangsong 2019

NO	NAMA PEMILIK	ALAMAT	JENIS DAGANGAN
1	Manisah	Tosari RT.02/02 Brgsg	Pakaian
2	Sutirah	Sidorejo RT.01/ 03 Brgsg	Sembako
3	Sumari	Sukomulyo RT.03/ 02	Sembako
4	Etik Krisnayati	Tunggulsari RT.01/ 04	Sembako
5	Nuriyati	Sidorejo RT.01/ 06	Wr. Makan
6	Laili Fandilah	Ds. Sidorejo RT.04/ 04	Mebel
7	Sumiyati	Ds. Sidorejo RT.02/ 05	Sembako
8	Hj. Mujiyati	Ds. Sidorejo RT.01/ 06	Sembako
9	Maghfiroh	Ds. Sidorejo RT.01/ 06	Wr Makan
10	Hj. Nikmaturrahmah	Dk Pilang RT.1/4 Sidorejo	Sembako
11	Eni Setyoningsih	Kertomulyo RT.04/04 Brangsong	Sembako

⁵⁸ <https://kbbi.web.id/kios> di akses pada tanggal 14 desember 2019 pukul 12.00 wib

Tabel diatas menjelaskan tentang Pedagang Perempuan yang berada di pasar sidorejo brangsong ada 11 pedagang , yang terdiri dari Pedagang Sembako 7 orang, Pedagang Pakaian 1 orang, pedagang warung makan 2 orang, dan Pedagang Mebel 1 orang.

b. Data Pedagang Yang Mengajukan Perijinan Los

Los merupakan tempat berjualan yang letaknya di depan persis pasar, biasanya menggunakan lembaran- lembaran koran dan alat lainnya untuk menyelemeki barang dagangannya.⁵⁹data pedagang yang mengajukan perijinan los di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal sebagai berikut :

TABEL .3.5
DATA PENGAJUAN IJIN KIOS PEDAGANG
PASAR SIDOREJO BRANGSONG

No	Nama Pemilik	Alamat	Jenis Dagangan
1	Khamdiyah	Protomulyo RT.08/09Kalsel	Pakaian
2	Nur khasanah	Ds. Brangsong Rt. 04/08	Kain
3	Indah Jamilah	kaliwungu	Kain
4	Hj. Nur khasanah	Sidorejo, brangsong	Kain
5	Istina	Sidorejo rt / rw 03/01	Kain
6	Hj. Afyah	Krangtengah	Kain
7	Nursehah	Plantaran	Pakaian
8	Istina	Sidorejo, brangsong	Kain
9	Hj. Faizah	Demangan,brangsong	Kain
10	Jumi'ah	Sidorejo, brangsong	Bumbon
11	Kumisah	sukumulyo	Bumbon
12	Neni Hertini	Pilang Sidorejo	Sembako

⁵⁹ *Ibid*, h. 25

13	Remu	Pilang sidorejo	Bumbon
14	Hj. Sopiah	Tosari brangsong	Bumbon
15	Zulaekha	Kertomulyo brangsong	Bumbon
16	Sopiyatun	Kertomulyo brangsong	Kain
17	Titin daryati	Sudipayung ngampel	Sembalo
18	Endah	Sidorejo brangsong	Bumbon
19	Susi susanti	Sidorejo brangsong	Sembako
20	Maskanah	Karang tengah	Bumbon
21	Khofifatun	penjalin	Bumbon
22	Maryam	Kaliwungu indah	Buah
23	Nur Zulaekha	brangsong	Buah
24	Etik Susilowati	Sidorejo brangsong	Sembako
25	Sumiyati	Durun brangsong	Sembako
26	Eni yuniati	Mororejo	Sembako
27	Siti Wahyu	Sidorejo brangsong	Sembako
28	Dwi Sulastri	Dampalrejo	Pakaian
29	Istianah	Kalijaran brangsong	Sembako
30	Sumarni	Pondok brangsong	Sembako
31	Suci	Panjalin, brangsong	Sayur
32	Saadah	Sidorejo, brangsong	Bumbon

Sumber : Dokumentasi Pasar Sidorejo Brangsong 2019.

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah Pedagang Perempuan di pasar sidorejo sebesar 32 orang, yang terdiri dari Pedagang Pakaian 3 orang, Pedagang Kain 8 orang, Pedagang Bumbon 8 orang, Pedagang Sembako 9 orang, Pedagang Buah 2 orang dan Pedagang Sayuran sebesar 2 orang.

c. Data Pedagang Perempuan Yang Mengajukan Perijinan Semi Permanen

Semi Permanen merupakan tempat penjual yang letaknya di tengah- tengah pasar, biasanya menggunakan bangunan semi permanen dan ada juga yang menggunakan kayu sebagai

bangunannya.⁶⁰ Berikut ini data pedagang yang mengajukan perijinan Semi Permanen di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal :

TABEL .3.6
DATA PEDAGANG YANG MENGAJUKAN
PERIJINAN SEMI PERMANEN

NO	NAMA PEMILIK	ALAMAT	JENIS DAGANGAN
1	Sukini	Panjalin , brangsong	Buah
2	Kasyiyatik	Sukomulyo,brangsong	Pakaian
3	Siti Al fiyah	Candiroto,brangsong	Sayur
4	Kemi	Gebang anom	Sayur
5	Turipah	Sukomulyo	Bumbon
6	Asalamah	Kertomulyo	Bumbon
7	Jumaliyah	sukomulyo	Bumbon
8	Suharsih	sudipayung	Sayur
9	Sutiyah	tosari	Sayur
10	Juwanah	panjalin	Buah
11	Rohmah	panjalin	Buah
12	Sumariyah	panjalin	Buah
13	Hj. Jutatik	sidorejo	Sembako
14	Jamilatun	sudipayung	Buah
15	Rikanah	sidorejo	Bumbon
16	Kalimah	sidorejo	Sayur
17	Siti alpiyah	sudipayung	Sayur
18	Sri widawati	Sidorejo	Sayur
19	Murtaningsih	sidorejo	Buah

⁶⁰ *Ibid*, h. 17

20	Titin haryanti	sidorejo	Sembako
21	Alimah	Kertomulyo	Buah
22	Sumariyah	panjalin	Buah

Sumber : dokumen pasar sidorejo brangsong 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah Pedagang Perempuan sebanyak 22 pedagang yang terdiri dari, pedagang Pakaian 1 orang, Pedagang Sayuran 7 orang, Pedagang Bumbon 5 orang, Pedagang Sembako 2 orang, dan Pedagang Buah sebanyak 7 orang.

2. Data Keseluruhan dan Karakter Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong

a. Data Keseluruhan Pedagang Perempuan Dipasar Sidorejo Brangsong

Jumlah keseluruhan Pedagang Perempuan yang ada di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal dalam mengkatagorikan Pedagang Perempuan berjualan Pakaian, Kain, Bumbon, Sembako, Buah, Sayur, Warung Makan, dan Mebel di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal, sebagai berikut :

TABEL .3. 7
DATA PEDAGANG PEREMPUAN
DALAM MENJUAL PAKAIAN, KAIN, BUMBON, SEMBAKO,
BUAH, SAYUR, WARUNG MAKAN, DAN MEBEL

PEDAGANG	ORANG
Pedagang Pakaian	: 6 Orang
Pedagang Kain	: 8 Orang
Pedagang Bumbon	: 13 Orang
Pedagang Sembako	:18 Orang
Pedagang Buah	: 8 Orang
Pedagang Sayur	: 7 Orang
Pedagang Warung Makan	: 1 Orang
Pedagang Mebel	: 1 Orang
TOTAL	62 Orang

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Dari data di atas bahwa jumlah keseluruhan pedagang perempuan yang ada di pasar sidorejo adalah 65 Orang , dengan kategori pedagang yang berjualan pakaian sebesar 6 orang, Pedagang Perempuan berjualan Kain 8 Orang, Pedagang Perempuan berjualan Bumbon 13 orang, Pedagang Perempuan berjualan sembako 18 orang, Pedagang Perempuan berjualan buah 9 orang, Pedagang Perempuan berjualan sayur 9 orang, Pedagang Perempuan berjualan makanan 1 orang dan Pedagang Perempuan berjualan mebel 1 orang.

b. Karakteristik Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal

Berdasarkan karakter pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong, penulis menyebarkan angket dan didukung dengan wawancara adalah sebagai berikut :⁶¹

1. Tingkat Pendidikan

⁶¹ Lampiran angket yang disebarkan ke para pedagang perempuan di pasar sidorejo pada bulan november- desember 2019.

Berdasarkan tingkat pendidikan pedagang perempuan di pasar sidorejo, sebagai gambaran pada tabel di bawah ini :

TABEL . 3.8
JAWABAN RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR

Pendidikan	Jumlah	persentase
SD	30	48,4 %
SMP	20	32,3 %
SMA/SMK	7	11,2%
S1	5	8,1%
Jumlah	62	100 %

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Tabel diatas menunjukkan yang menempuh pendidikan terakhir oleh responden sebagian besra adalah SD Sederajat dengan jumlah 30 orang atau sebesar 48,4% . Sedangkan responden tingkatan SMP/MTS Sederajat jumlah 20 orang atau sebesar 32,3 %, SMA/SMK Sederajat jumlahnya 7 orang atau sebesar 11,2 % dan lulusan S1 sejumlah 5 orang atau sebesar 8,1 %.

2. Tingkat Pendapatan

Pendapatan sangat mempengaruhi dalam berwirausaha, maka oleh itu penulis menyediakan data dari lapangan sebagai berikut

TABEL .3.9
DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN

BERDASARKAN PENDAPATAN USAHA

Pendapatan / Bulan	Jumlah	Persentase
1 Juta	10	16%
2 Juta	30	48%
3 Juta	17	27%
4 Juta	5	9%
Jumlah	62	100 %

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden sebagian sudah mencapai pendapatan yang lumayan cukup, yaitu pendapatan rata-rata 1 juta berjumlah 10 orang atau sebesar 16 %, pendapatan rata-rata 3 juta berjumlah 17 orang atau sebesar 27 % dan pendapatan rata-rata 4 juta berjumlah 5 orang atau sebesar 9 % dan pendapatan 2 juta berjumlah 30 orang atau sebesar 48 %.

3. Umur

Bagi penulis umur sangat penting dalam mempengaruhi strategi berwirausaha, berikut ini data yang penulis dapatkan dari lapangan, sebagai berikut :

TABEL.3.10
DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN
BERDASARKAN UMUR RESPONDEN

Pendapatan / Bulan	Jumlah	Persentase
--------------------	--------	------------

Produktif (10-55)	40	64,5 %
Non Produktif	22	35,5 %
Jumlah	62	100 %

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa Umur responden, masih banyak di kategorikan Produktifitas seharusnya dapat mengembangkan usahannya, dengan peroleh persentase yaitu Umur yang Produktif berjumlah 40 orang atau sebesar 64,5%%, sedangkan katagori umur non produktif berjumlah 22 orang atau sebesar 35,5 %.

4. Kepemilikan Tempat Usaha

Kepemilikan tempat usaha pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong, sebagai berikut :

TABEL. 3. 11
DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN BERDASARKAN
KEPEMILIKAN USAHA

Kepemilikan Tempat	Jumlah	Persentase %
Sewa	62	100 %
Milik Pribadi	0	0 %
Jumlah	62	100 %

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua pedagang perempuan di pasar kepemilikan tempat usaha adalah sewa, dengan Retribusi sewa perhari sebesar Rp. 2.500 .

D. Deskripsi Jawaban Responden Tentang Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong

Strategi Wirausaha pedagang perempuan dalam menjalankan usaha, yaitu :⁶²

1. Strategi Pemasaran

Dalam mengembangkan usaha sangat diperlukanya strategi pemasaran yang baik. Penelitian ini memfokuskan dengan strategi pemasaran (marketing mix), berikut ini jawaban responden dan wawancara sebagai berikut :

a. Kualitas Barang

Kualitasa barang sangat menentukan konsumen, jika kita di cap konsumen memnjual barang dengan kualitas bagus, maka konsumen akan mendatangi kedai lagi untuk membeli barang, berikut jawaban responden dalam ,enentukan kualitas barang, sebagai berikut

TABEL. 3.12

KUALITAS BARANG

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1.	Anda memiliki kualitas terbaik terhadap produk	39	59%	23	41%	0		0		0	
2.	Anda Meneliti Produk yang akan anda jual ke pasar	62	100%	0		0		0		0	

⁶² Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Strateegi Bisnis Dan Kewirausahaan", (Jakarta:Prenademia),2016,H.195

3.	Anda Memisahkan produk yang anda anggap tidak bagus untuk di perjualbelikan	62	100 %	0	0	0	0	0	0
----	---	----	-------	---	---	---	---	---	---

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa Kualitas barang meliputi :

1. Segi kualitas barang yang diberikan wirausaha sudah baik diketahui bahwa yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang atau sebesar 59%, dan yang menjawab setuju berjumlah 23 orang atau sebesar 41%. Dapat disimpulkan bahwa para wirausaha dalam memberikan kualitas produk yang mereka jual sudah cukup baik. hal ini dikarenakan mereka menjual produk yang memang sudah banyak dipasaran seperti pakaian, buah, sayuran, sembako, dan lain sebagainya. Ini di perkuat dengan wawancara dengan ibu Nursekha pedagang pakaian .⁶³

*“ Kalau kualitas barangnya bagus maka konsumen akan mampir dan beli lagi ke tempat kita jualan “.*⁶⁴

Jadi kualitas barang sangat mempengaruhi banyaknya pengunjung yang mau mampir di toko- toko yang ada di pasar sidorejo brangsong .

2. Segi meneliti produk dan memisahlan produk sudah sangat bagus, diketahui yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau sebesar 100% . dapat disimpulkan bahwa mereka memisahkan

⁶³ Lampiran Angket Responden Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Tahun 2019

⁶⁴ Wawancara ibu Nursekha tanggal 27 januari pukul 12.00 wib

dan meneliti barang yang mereka jual agar konsumen tidak kecewa membeli produk yang mereka jual.

b. Harga Jual

Harga jual barang yang pas tidak mahal maupun tidak murahan, sangat bagus untuk strategi pemasaran, berikut jawaban responden dalam menentukan harga jual, sebagai berikut

TABEL 3.13
HARGA JUAL

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1.	Anda memberikan harga yang relatif murah dibandingkan orang lain	8	13%	30	48%	34	39%	0		0	
2.	Anda memberikan harga yang sama dengan kualitas barang	62	100%	0		0		0		0	
3.	Anda memberikan spesifikasi barang yang bagus	62	100%	0		0		0		0	

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa harga jual barang meliputi :

1. Segi harga jual barang bahwa yang di berikan mereka tidak terlalu murah, namun sudah sesuai dengan harga pasaran. Di

buktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 8 orang atau sebesar 13 % dan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang atau sebesar 48 %, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 34 orang atau sebesar 39 %. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pedagang perempuan masih ragu untuk memberi harga yang relatif rendah dari orang lain, para pedagang perempuan mengikuti harga pasaran. Hal ini di perkuat dengan melalui wawancara dari ibu hartini pedagang sembako, menurut beliau.⁶⁵

“ memberikan harga yang lebih murah susah mb, karena saya mengikuti harga pasaran saja dan mengambil untung sesuai harga beli. Jadi tidak mahal dan tidak terlalu murah. Kalau murah tajut tidak mencapai target keuntungan, ya walaupun kadang pelanggan mencari yang lebih murah, saya menetapkan harga sesuai perhitungan dari modal dan biaya-biaya lainnya. Karena harga pembelian masih berubah-ubah seperti kenaikan BBM “⁶⁶

Jadi kesimpulannya harga sesuai kesepakatan bersama dengan para pedagang yang lainnya dengan memperhitungkan modal dan biaya – biaya lainnya.

2. Segi harga dengan kualitas barang bahwa barang yang diberikan sesuai dengan kualitasnya, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau persentasi 100 % . oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga brang sesuai dengan kualitas barangnya.
3. Segi Spesifikasi barang bahwa barang dipilih dan di beri harga tersendiri, mereka dalam menspesifikasi barang sangat bagus, ini dibuktikan dengan yang menjawab sangat setuju 62 orang atau persentase 100 %. Oleh karena itu dap[at di simpulkan bahwa

⁶⁵ Lampiran Angket Responden Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Tahun 2019.

⁶⁶ Wawancara ibu hartini tanggal 26 januari 2020 pukul 10.00 wib

pedagang memilih kemudian memberi harga dengan spesifikasi barangnya masing- masing.

c. Strategi Pelayanan

Strategi pelayanan yang menarik dapat menambah konsumen, berikut ini jawaban responden dalam strategi pelayanan adalah :

TABEL . 3. 14
STATEGI PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1.	Anda memberikan senyuman kepada konsumen	45	73%	15	24%	5	3%	0		0	
2.	Dengan tutur kata yang sopan anda memasarkan produk kepada konsumen	40	65%	15	24%	7	11%	0		0	
3.	Anda memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap konsumen	62	100 %	0		0		0		0	

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa strategi pelayanan meliputi sebagai berikut :

1. Pemberi senyuman ke konsumen, untuk menarik konsumen datang, cara mereka sudah sangat bagus, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 orang dengan persentase 73% , yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dengan persentase 24% dan jawaban di kategorikan ragu-ragu berjumlah 5 orang dengan persentase 3 %. Oleh karena itu dapat disimpulkan

bahwa memberikan senyuman merupakan cara jitu untuk mendapatkan konsumen.

2. Pemberian tutur kata yang baik kepada konsumen, dengan cara ini mereka sudah sangat setuju, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 40 orang dengan persentase 65 %, yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dan jawaban dikategorikan ragu-ragu berjumlah 24 % dan jawaban ragu-ragu berjumlah 7 orang dengan persentase 11%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pemberian tutur kata yang baik dapat memberikan kesan yang baik pada konsumen.
3. Pemberian kenyamanan dan kepuasan, cara ini sangat bagus untuk digunakan, di buktikan dengan jawaban sangat setuju sejumlah 62 orang dan persentase 100 % .

d. Kelengkapan barang

Kelengkapan barang menentukan kedai anda layak di datangi lagi untuk membeli, berikut ini jawaban responden dalam kategori kelengkapan barang sebagai berikut :

TABEL. 3. 15⁶⁷
KELENGKAPAN BARANG

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	ST	%
1.	Anda mengenal satu persatu produk yang anda jual			47	75%	5	8 %	10	16%		
2.	Anda menjual lebih dari satu barang			40	65%	10	16%	12	19 %		

⁶⁷ Lampiran Angket Responden Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Tahun 2019

3.	Barang yang anda jual harus lengkap dikedai anda	32	52%	20	32%	7	11%	3	5%		
----	--	----	-----	----	-----	---	-----	---	----	--	--

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kelengkapan barang meliputi sebagai berikut :

1. Dari mengenal produk satu persatu yang akan dijual pedagang perempuan sudah sangat baik, ini dibuktikan dengan yang menjawab setuju ada 47 orang dengan persentase 75% , yang memilih ragu-ragu berjumlah 5 orang dengan persentase 8 % , dan yang tidak setuju berjumlah 10 orang dengan persentase 16%. Oleh karena itu disimpulkan bahwa sangat penting wirausaha mengenal produknya satu persatu untuk dapat berkembang dalam berwirausaha.
2. Dari menjual produk lebih dari satu, pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah cukup baik, ini dibuktikan dengan jawaban responden setuju berjumlah 40 orang dengan persentase 65 % , yang memilih ragu – ragu berjumlah 10 orang dengan persentase 16 % dan yang menjawab tidak setuju berjumlah 12 orang dengan persentase 19 % .
3. Dari kelengkapan barang, pedagang perempuan di pasar sidorejo sangat bagus, ini dibuktikan dengan jawaban responden sangat setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 52 % , yang menjawab setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32 % , yang menjawab ragu-ragu berjumlah 7 orang dengan persentase 11 % , dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 3 orang dengan persentase 5 % . Oleh karena itu di simpulkan kedai yang menjual produknya lengkap sangat di senangi seorang konsumen .

e. Tempat Strategis

Tempat berjualan harus strategis, ini menentukan jumlah datang ke pasar sedikit atau banyak jadi sangat penting, berikut jawaban responden tentang tempat strategi sebagai berikut :

TABEL. 3. 16
TEMPAT STRATEGIS

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1.	Tempat berjualan anda banyak orang lalu lalang	5	8 %	45	73 %	12	19 %				
2.	Tempat jualan anda dekat dengan fasilitas umum	42	68 %	15	24%	5	8%				
3.	Tempat jualan anda jalan raya untuk berjualan	40	65%	22	35%						

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa tempat strategis untuk berjualan meliputi sebagai berikut:

1. Dari tempat penjualan banyak orang yang lalu , maka sudah dikatakan tempatnya strategis untuk berjualan, ini di buktikan dengan jawaban responden yang setuju berjumlah 45 orang dengan persentase 73%, yang menjawab ragu- ragu berjumlah 12 orang dengan persentase 19 % dan yang menjawab sangat setuju hanya berjumlah 5 orang dengan persentase 8 %.
2. Dari segi tempat jualan yang dekat dengan fasilitas umum, maka sudah dikatakan tempatnya strategis , ini dibuktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 42 orang dengan persentase 68 %, yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dengan

persentase 24 % dan yang menjawab ragu- ragu berjumlah 5 orang dengan persentase 8 %

3. Dari segi tempat jualan dekat dengan jalan raya , berarti tempatnya sudah sangat strategis, ini di buktikan dengan jawaban responden berjumlah 40 orang dengan persentase 65%, dan yang setuju berjumlah 22 orang dengan persentase 35 %.

f. Strategi Promosi

Tahapan promosi sangat penting bagi perkembangan usaha kita, promosinya bagus maka akan berhasil usaha yang kita tekuni, berikut strategi promosi jawaban respondean sebagai berikut :

TABEL. 3.17

STRATEGI PROMOSI

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	S	%
1.	Anda mempromosikan produk dengan teknik manual	16	26%	20	32%	26	42%				
2.	Anda mempromosikan dengan menggunakan media masa			30	48%	28	45%	4	6%		

3.	Anda mempromosikan produk dengan menyebarkan brousur	2	3%					60	97%		
----	--	---	----	--	--	--	--	----	-----	--	--

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa promosi untuk menambah penjualan barang , meliputi sebagai berikut:

1. Dari teknik manual dalam promosi sudah tidak cukup baik dalam menarik pelanggan, dengan bukti jawaban responden yang menjawab ragu – ragu sejumlah 26 orang dengan persentase 42%,sedangkan responden yang menjawab setuju sejumlah 20 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab sangat setuju sejumlah 16 orang dengan persentase 26 %. Dapat disimpulkan bahwa mereka ragu-ragu dengan teknik manual yang mereka pakai saat ini
2. Teknik media masa dalam promosi sudah di gunakan, ini dibuktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang, yang menjawab ragu- ragu sejumlah 28 orang dengan persentase 45% dan yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 6 %.
3. Teknik menyebar brousur dalam promosi tidak setuju dengan menggunakan brousur karena biaya yang mahal bagi mereka, ini dibuktikan dengan yang menjawab tidak setuju sejumlah 60 orang dengan presentase 97 % dan yang jawab setuju sejumlah 2 orang dengan persentase 3 %.

2. Strategi Manajemen

Manajemen Kewirausahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis. Bila usaha baru ingin berhasil, wirausahawan harus memiliki empat kompetensi diantaranya mencakup hal-hal berikut :⁶⁸

⁶⁸ Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Strateegi Bisnis Dan Kewirausahaan",

1. Fokus pada pasar, bukan pada teknologi
2. Buat ramalan pendanaan untuk ,menghindari tidak terbiayainya perusahaan.
3. Bangun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan. Bisnis dikelola secara professional, hal ini bergantung pada skala usaha dengan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki wirausahawan.
4. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausahawan yang memberikan ide kreatif pada setiap gebrakan produknya.
5. Jangan pandang menyerah pada suatu keadaan , selalu semangat.

Seandainya semuanya dapat di kerjakan dengan mudah maka dengan sendirinya usaha yang kita jalankan akan berkembang dengan pesat dan juga jangan lupa untuk berdoa dan istoqomah, selalu bersyukur atas apa yang sudah di berikan tuhan . Para Pedagang perempuan di pasar sidorejo belum mengenal kata manajemen, karena kebanyakan dari mereka berpendidikan rendah, dan selain itu sedikit dari mereka tidak dapat membaca (buta aksara), jadi yang penting mereka berdagang untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari – hari dan membantu pekerjaan suami mereka. Berikut jawaban dari responden di pasar sidorejo brangsong, sebagai berikut :

TABEL.3.18
PERTANYAAN MENGENAI
STRATEGI MANAJEMEN

No.	pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%

1	Anda megelolah usaha secara professional dengan memaksimkan kemampuan yang anda miliki	45	76 %	17	27 %	0	0	0	0	
2.	Anda dapat mengelola pendapatan dan pengeluaran dari hasil usaha dengan baik	5	8 %	10	16 %	47	76 %	0	0	
3.	Anda mengembangkan dan mengevaluasi usaha demi mencapai tujuan	32	52%			30	48 %			
4..	Anda berkeinginan untuk menciptakan atau mengembangkan usaha	62	100%							

5.	Anda mampu membuat tujuan yang jelas			30	52%	32	48%				
----	--------------------------------------	--	--	----	-----	----	-----	--	--	--	--

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan tabel di atas penjelasannya sebagai berikut :

1. Para pedagang sudah mampu mengelola usaha mereka agar tidak mengalami kebangkrutan dan agar terus berkembang diketahui dari hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang atau sebesar 56% dan dan yang menjawab setuju berjumlah 14 orang atau sebesar 44%.
2. Para pedagang perempuan di pasar Sidorejo brangsong kendal Dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka masih ragu diketahui dari hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju hanya berjumlah 5 orang atau sebesar 8%, dan yang menjawab setuju berjumlah 10 orang atau sebesar 16 % sedangkan yang menjawab ragu- ragu berjumlah 47 orang atau sebesar 76 %. Diperkuat dengan hasil wawancara ibu Hj. Afiyah Toko Kain

“ Jika untuk pendapatan dan pengeluaran terkadang belum sesuai mbak kadang tidak laku.” 69

Selain itu wawancara dengan ibu Khamdiyah

“ Kalau musim-musim tertentu seperti hari Raya Idul Fitri penjualan dapat melampaui batas tapi kalo hari biasa kadang masih sulit terjual mbak, jadi saya belum dapat

⁶⁹ Wawancara dengan ibu Hj. Afiyah, tanggal 27 januari 2020 pukul 11.00 wib

mengelola atau memperhitungkan antara pendapatan dan pengeluaran, ya sesuaikan saja yang penting modal nya Kalau musim-musim tertentu seperti hari Raya Idul Fitri penjualan dapat melampaui batas tapi kalo hari biasa kadang masih sulit terjual mbak, jadi saya belum dapat mengelola atau memperhitungkan antara pendapatan dan pengeluaran, ya sesuaikan saja yang penting modal nya dapat diputer untuk membeli barang baru.”⁷⁰

Pedagang perempuan dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran belum bisa mengontrol.

3. Para pedagang perempuan dalam mengembangkan dan mengevaluasi usaha demi mencapai tujuan sudah sangat bagus ini dibuktikan dengan jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 52% , yang menjawab ragu- ragu berjumlah 30 orang dengan persentase 48%.
 4. Para pedagang perempuan dalam berkeinginan untuk memajukan usaha sudah sangat baik dengan jawaban sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%, berarti pedagang perempuan yang ada dipasar srogo brangsong semuanya ingin memajukan usaha yang di rintisnya.
 5. Para pedagang perempuan dalam mencapai tujuan yang jelas setiap tahunnya sudah menunjukkan cukup baik, ini dibuktikan dengan jawaban setuju sejumlah 32 orang dengan persentase 52% dan yang menjawab ragu-ragu berjumlah 30 orang dengan persentase 48% .
3. Kecukupan sumber dana modal

Kecukupan sumber dana modal dapat mempengaruhi peningkatan usaha yang kita jalani, berikut tabel jawaban responden tentang kecukupan sumber dana modal adalah sebagai berikut:

⁷⁰ Wawancara dengan ibu Khamdiyah tanggal 27 januari pukul 11.30 wib.

TABEL. 3. 19
KECUKUPAN SUMBER DAYA MODAL
PEDAGANG PEREMPUAN DI PASAR SIDOREJO

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	S	%
1.	Anda sumber modal pertama dari tabungan anda sendiri			2	3%	40	65%	20	32%		
2.	Anda kekurangan dalam modal, anda mengajukan pembiayaan di bank			32	58%			30	48%		
3.	Adanya KUR membuat anda terbantu dalam permodalan	62	100%								

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berikut penjelasan tabel di atas :

1. Dari modal pertama kali dalam usaha dari jawaban responden ragu- ragu antara modal sendiri ataupun modal minjem, karena mungkin sudah bertahun-tahun jadi lupa, ini di buktikan dengan jawaban yang ragu-ragu berjumlah 40 orang dengan persentase 65%, yang menjawab tidak setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab setuju sejumlah 2 orang dengan persentase 3%.
2. Dari kekurangan modal, para pedagang kebanyakan menjawab setuju untuk mengajukan pembiayaannya di bank, ini di buktikan dengan jawaban yang setuju 32 orang dengan persentase 58%,

dan jawaban ragu-ragu berjumlah 30 orang dengan persentase 48%.

3. Dari segi bantuan pemerintah yaitu KUR (Kridit Usaha Rakyat) semua responden menjawab sangat terbantu, ini di buktikan dengan jawaban sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%.

E. Peningkatan Perekonomi Keluarga Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong Kendal.

Peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga dilihat dari 2 indikator, sebagai berikut :

1. Aspek Pendapatan

Berikut lampiran angket yang di sebarakan kepada responden sebagai berikut : ⁷¹

TABEL.3.20

ASPEK PENDAPATAN

No.	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
-----	------------	----	---	---	---	----	---	----	---	-----	---

⁷¹ Lampiran angket yang disebarakan ke responden tahun 2019 dipasar sidorejo

1.	Pendapatan anda dalam perbulannya selalu meningkat sehingga pendapatan	20	32 %	10	16%	30	48%	2	3 %	0	
2	Pendapatan yang anda peroleh dari berwirausaha sudah mencapai standar UMK (upah minimum kabupaten/kota)	20	32 %	30	48%	0		12	20%	0	
3	Dari pendapatan wirausaha dapatkan anda menabung untuk keperluan mendesak	62	100 %								

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui :

1. Dari hasil jawaban responden mengenai pendapatan usaha perbulan selalu mengalami peningkatan sehingga pendapatan dalam ekonomi keluarga meningkat, dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang atau sebesar 32%, dan yang menjawab setuju berjumlah 10 orang atau sebesar 16 %, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 30 orang atau sebesar 48% sedangkan yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang atau sebesar 3 %. kesimpulan dari hasil jawaban responden adalah bahwa pendapatan dari hasil usaha yang dijalankan belum cukup stabil.

2. Dari pendapatan sesuai standar UMK, para pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah sangat baik dalam pendapatannya, ini di buktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang dengan persentase 48%, yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32% dan jawaban tidak setuju berjumlah 12 orang, dengan persentase 20%.
3. Dari pendapatan usahanya dapatkah menabung untuk keprtluan mendesak, para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong dari pendapatannya semua responden menjawab sudah dapat menabung untuk keperluan mendesak, ini dibuktikan dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%.

2. Aspek Kebutuhan

Berikut ini angket dan persentase yang disebarakan oleh responden adalah sebagai berikut :⁷²

TABEL.3.21

ASPEK KEBUTUHAN

No	Pernyataan	SS	%	S	%	RG	%	TS	%	STS	%
1.	Penghasilan usaha yang anda peroleh dalam usaha sudah dapat memenuhi kebutuhan makan minimum 2kali sehari	62	100%								

⁷² Lampiran angket yang disebarakan ke responden tahun 2019 dipasar sidorejo

2	Anda memiliki rumah sendiri dari hasil usaha yang dijalankan	22	35%					40	65 %		
3	Anda mampu memenuhi kebutuhan kesehatan untuk berobat baik dengan BPJS maupun tidak menggunakan BPJS	62	100 %								

Sumber : hasil Responden kuesioner kepada Responden.

Berikut penjelasan tabel di atas sebagai berikut :

1. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dengan mendirikan usaha para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong, sudah dapat memenuhi kebutuhan makan minimal 2 kali sehari, berdasarkan jawaban yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang atau sebesar 100%.
2. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jika untuk memiliki rumah sendiri mereka bisa dikatakan belum mampu, dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 40 orang atau sebesar 66 % karena mereka masih tinggal bersama keluarga/ orang tua, sedangkan untuk yang sudah menikah sudah dapat memiliki tempat tinggal sendiri
3. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan seperti berobat di tim medis atau puskesmas. Dilihat hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau sebesar 100%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang

perempuan di pasar sidorejo brangsong dilihat dari memenuhi kesehatannya sudah mampu untuk berobat di rumah sakit maupun di puskesmas. Dalam hal ini juga pemerintah memberikan kartu kesehatan gratis bagi orang yang tidak mampu.

BAB IV

ANALISI DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Pelaksanaan Strategi Wirausahawan Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong.

Strategi merupakan suatu upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan menggunakan sumber - sumber yang dimiliki oleh suatu lembaga atau perusahaan, disamping diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan - kesulitan serta tantangan yang ada⁷³. Sedangkan Kewirausahaan adalah Kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.⁷⁴ jadi strategi kewirausahaan adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau link produknya di pasar sasaran tertentu. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasi program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif. Strategi wirausaha yang di gunakan Pedagang Perempuan di Pasar Sidorejo Brangsong sebagai berikut : ⁷⁵

1. Strategi Pemasaran.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara perusahaan dalam langkah pengembangan usahanya untuk menarik para konsumen agar tertarik dengan produknya dan agar bisa lebih dikenal di pasaran. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh setiap badan atau organisasi dalam usaha yang dijalankan agar mencapai suatu target yang telah ditentukan. Strategi pemasaran meliputi sebagai berikut :

a. Strategi Kualitas Barang

⁷³ Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan", (Jakarta:Prenadamedia),2016,H.116

⁷⁴ *Ibid*,h.9

⁷⁵ *Ibid*,h.195

Dari waktu ke waktu pasar sidorejo brangsong mendapat respon yang positif, dari masyarakat semenjak para pedagang mementingkan kualitas barang dagangan. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Mengingat pentingnya kualitas barang maka peneliti memaparkan tabel yang menunjukkan jawaban responden atas kualitas barang di pasar sidorejo sebagai berikut :

TABEL.4.1
STRATEGI PEMASARAN

KUALITAS BARANG		
Penilaian Kualitas barang Terbaik	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	39 orang	59%
Setuju	23 orang	41%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian Meneliti barang	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Memisahkan Barang	Jumlah	Persentase

Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berikut Penjelasan tabel di atas dan didukung oleh wawancara dengan para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong adalah :⁷⁶

1. Segi kualitas barang yang diberikan wirausaha sudah baik diketahui bahwa yang menjawab sangat setuju berjumlah 39 orang atau sebesar 59%, dan yang menjawab setuju berjumlah 23 orang atau sebesar 41%. Dapat disimpulkan bahwa para wirausaha dalam memberikan kualitas produk yang mereka jual sudah cukup baik. hal ini dikarenakan mereka menjual produk yang memang sudah banyak dipasaran seperti pakaian, buah, sayuran, sembako, dan lain sebagainya. Ini di perkuat dengan wawancara dengan ibu Nursekha pedagang pakaian .

“ Kalau kualitas barangnya bagus maka konsumen akan mampir dan beli lagi ke tempat kita jualan “.

Jadi kualitas barang sangat mempengaruhi banyaknya pengunjung yang mau mampir di toko- toko yang ada di pasar sidorejo brangsong .

2. Segi meneliti barang sudah sangat bagus, diketahui yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau sebesar 100% . dapat disimpulkan bahwa mereka meneliti barang yang mereka jual,

⁷⁶ Lampiran Angket Jawaban Responden Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong dan dibuktikan dengan wawancara dengan Ibu Nursekha pedagang pakaian tanggal 27 januari 2020 pukul 12.00 wib

bertujuan untuk menambah konsumen yang ingin membeli barang dagangan mereka.

3. Segi memisahkan barang sudah sangat bagus, diketahui yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau sebesar 100% . dapat disimpulkan bahwa mereka memisahkan barang yang kurang bagus untuk dijual agar konsumen tidak kecewa membeli produk yang mereka jual.

Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya.

Pasar sidorejo brangsong yang notabennya pasar tradisional yang ada di kecamatan brangsong tapi kualitas barang yang disuguhkan pada pembeli tidak kalah dengan barang yang disediakan di pasar modern. Para pedagang perempuan juga berani menjamin kualitas barang dapat bersaing terhadap pasar modern. Para pedagang perempuan juga mengecek barang apakah barang yang datang ke kedai mereka kualitasnya sudah sesuai dengan kualitas standar pada umumnya.

Menjual barang yang benar-benar baik, berkualitas tinggi adalah salah satu hal yang sulit ditemukan di pasar tradisional, karena biasanya pasar tradisional hanya menjual barang seadanya tidak mementingkan kualitas yang dijualnya. Yang penting apa yang dijual bisa laku dan bisa untuk kulakan lagi.

b. Strategi Harga

Strategi harga juga dapat mempengaruhi jumlah konsumen yang ingin membeli karena semakin harga murah dan kualitas barang standar maka konsumen akan melirik dagangan yang mereka jual. Berikut ini tabel jawaban responden dan didukung dengan wawancara kepada para pedagang perempuan dipasar sidorejo brangsong kendal sebagai berikut :

TABEL.4.2
STRATEGI PEMASARAN

HARGA JUAL		
Penilaian Harga Barang Murah	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	8 orang	13%
Setuju	30 orang	48%
Ragu - Ragu	34 orang	39%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian Harga Sama dengan Kualitas Barang	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Spesifikasi Harga Barang yang Bagus	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berikut Penjelasan tabel di atas dan didukung oleh wawancara dengan para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong adalah :⁷⁷

1. Segi harga jual barang bahwa yang di berikan mereka tidak terlalu murah, namun sudah sesuai dengan harga pasaran. Di buktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 8 orang atau sebesar 13 % dan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang atau sebesar 48 %, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 34 orang atau sebesar 39 %. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa para pedagang perempuan masih ragu untuk memberi harga yang relatif rendah dari orang lain, para pedagang perempuan mengikuti harga pasaran. Hal ini di perkuat dengan melalui wawancara dari ibu hartini pedagang sembako, menurut beliau

“ kalau untuk memberi harga yang lebih murah susah mb, karena saya mengikuti harga pasaran saja dan mengambil untung sesuai harga beli. Jadi tidak mahal dan tidak terlalu murah. Kalau murah tajut tidak mencapai target keuntungan, ya walaupun kadang pelanggan mencari yang lebih murah, saya menetapkan harga sesuai perhitungan dari modal dan biaya-biaya lainnya. Karena harga pembelian masih berubah-ubah seperti kenaikan BBM “⁷⁸

Jadi kesimpulannya harga sesuai kesepakatan bersama dengan para pedagang yang lainnya dengan memperhitungkan modal dan biaya – biaya lainnya.

2. Segi harga dengan kualitas barang bahwa barang yang diberikan sesuai dengan kualitasnya, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau persentasi 100 % . oleh

⁷⁷ Lampiran Angket Jawaban Responden Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong dan dibuktikan dengan wawancara dengan Ibu Hartini pedagang sembako tanggal 27 januari 2020 pukul 10.00 wib

karena itu dapat disimpulkan bahwa harga barang sesuai dengan kualitas barangnya.

3. Segi Spesifikasi barang bahwa barang dipilih dan di beri harga tersendiri, mereka dalam menspesifikasi barang sangat bagus, ini dibuktikan dengan yang menjawab sangat setuju 62 orang atau persentase 100 %. Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa pedagang memilih kemudian memberi harga dengan spesifikasi barangnya masing- masing.

Pada dasarnya pasar tradisional itu terkenal dengan harganya yang murah, tetapi dengan barang yang berkualitas rendah. Berbeda dengan pasar sidorejo brangsong yang mana para pedagang menyediakan barang yang berkualitas tetapi masih dengan harga yang standar.

c. Strategi Pelayanan

Berikut ini tabel jawaban responden dipasar tradisional sidorejo brangsong sebagai berikut :

TABEL.4.3
STRATEGI PEMASARAN

STRATEGI PELAYANAN		
Penilaian Teknik Senyum Kepada Konsumen	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	42 orang	72%
Setuju	15 orang	24%
Ragu - Ragu	5 orang	3%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian Teknik Tutur Kata Yang Sopan	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	40 orang	100%
Setuju	15 orang	24%

Ragu - Ragu	7 orang	11%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Teknik Kenyamanan dan Kepuasan Konsumen	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa strategi pelayanan meliputi sebagai berikut :

1. Pemberi senyuman ke konsumen, untuk menarik konsumen datang, cara mereka sudah sangat bagus, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 orang dengan persentase 73% , yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dengan persentase 24% dan jawaban di kategorikan ragu-ragu berjumlah 5 orang dengan persentase 3 %. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa memberikan senyuman merupakan cara jitu untuk mendapatkan konsumen.
2. Pemberian tutur kata yang baik kepada konsumen, dengan cara ini mereka sudah sangat setuju, di buktikan dengan yang menjawab sangat setuju berjumlah 40 orang dengan persentase 65 %, yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dan jawaban dikategorikan ragu-ragu berjumlah 24 % dan jawaban ragu-ragu berjumlah 7 orang dengan persentase 11%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pemberian tutur kata yang baik dapat memberikan kesan yang baik pada konsumen.

3. Pemberian kenyamanan dan kepuasan, cara ini sangat bagus untuk digunakan, di buktikan dengan jawaban sangat setuju sejumlah 62 orang dan persentase 100 %

Para pedagang perempuan melayani pembelinya seperti bercengkrama dengan teman sendiri, tidak ada kecanggungan dalam melayani pembeli, keadaan yang seperti itu yang membuat pembeli akan kembali lagi ke pasar tersebut untuk membeli barang lainnya. Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Tujuan utama setiap pedagang adalah melayani dan memuaskan pelanggan yang ingin membeli kebutuhan tertentu, pembeli akan merasa terpuaskan bukan hanya harga, kualitasnya saja yang baik, akan tetapi pelayanannya juga sangat dibutuhkan. Karena pelayanan yang baik akan menimbulkan respon yang positif dari pelanggan.

d. Strategi Kelengkapan barang

Dalam suatu usaha, terutama usaha dibidang perdagangan, barang yang diperdagangkan tidak hanya satu jenis barang saja, melainkan berbagai macam barang yang dijual dan tidak jauh dari macam-macam yang diperdagangkan, contohnya kita berdagang dibidang pakean muslim, disitu kita tidak hanya berjualan pakean muslim saja, akan tetapi diisi dengan buku tuntutan sholat, peci, sarung dan lain sebagainya yang ada kaitannya dengan Islami, terutama menambahi apa yang sering dicari oleh pembeli. Berikut ini tabel jawaban responden tentang kelengkapan barang sebagai berikut :

TABEL.4.4

STRATEGI PEMASARAN

STRATEGI KELENGKAPAN BARANG

Penilaian Mengenal satu persatu barang yang dijual	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	47 orang	76%
Setuju	5 orang	8%
Ragu - Ragu	10 orang	16%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian Menjual Lebih Dari Satu Barang	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	40 orang	65%
Setuju	10 orang	16%
Ragu - Ragu	12 orang	19%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Barang Harus Lengkap ditoko	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	32 orang	52%
Setuju	20 orang	32%
Ragu - Ragu	7 orang	11%
Tidak Setuju	3 orang	5%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kelengkapan barang meliputi sebagai berikut :

1. Dari mengenal produk satu persatu yang akan dijual pedagang perempuan sudah sangat baik, ini dibuktikan dengan yang menjawab setuju ada 47 orang dengan persentase 75% , yang memilih ragu-ragu berjumlah 5 orang dengan persentase 8 % , dan yang tidak setuju berjumlah 10 orang dengan persentase 16%. Oleh karena itu disimpulkan bahwa sangat penting

wirausaha mengenal produknya satu persatu untuk dapat berkembang dalam berwirausaha.

2. Dari menjual produk lebih dari satu, pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah cukup baik, ini dibuktikan dengan jawaban responden setuju berjumlah 40 orang dengan persentase 65 % , yang memilih ragu – ragu berjumlah 10 orang dengan persentase 16 % dan yang menjawab tidak setuju berjumlah 12 orang dengan persentase 19 % .
3. Dari kelengkapan barang, pedagang perempuan di pasar sidorejo sangat bagus, ini dibuktikan dengan jawaban responden sangat setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 52 % , yang menjawab setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32 % , yang menjawab ragu-ragu berjumlah 7 orang dengan persentase 11 % , dan yang menjawab tidak setuju sejumlah 3 orang dengan persentase 5 % . Oleh karena itu di simpulkan kedai yang menjual produknya lengkap sangat di senangi seorang konsumen .

bukan hanya barangnya saja yang lengkap, akan tetapi toko tersebut juga menyediakan macam-macam model, sehingga pembeli yang datang tidak hanya disuguhkan dengan model yang itu-itu saja akan tetapi model terbaru.

e. Tempat Strategi

Berikut ini tabel jawaban responden tentang tempat yang strategis sebagai berikut :

TABEL.4.5
STRATEGI PEMASARAN

TEMPAT STRATEGIS		
Penilaian Tempat berjualan orang berlalu lalang	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5 orang	8 %

Setuju	45 orang	73%
Ragu - Ragu	12 orang	19%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian Tempat jualan dekat dengan fasilitas umum	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	42 orang	68%
Setuju	15 orang	24%
Ragu - Ragu	5 orang	8%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Tempat jualan dekat dengan jalan raya	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	40 orang	65%
Setuju	22 orang	35%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa promosi untuk menambah penjualan barang , meliputi sebagai berikut:

1. Dari teknik manual dalam promosi sudah cukup baik dalam menarik pelanggan, dengan bukti jawaban responden yang menjawab ragu – ragu sejumlah 26 orang dengan persentase 42%,sedangkan responden yang menjawab setuju sejumlah 20 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab sangat setuju sejumlah 16 orang dengan persentase 26 %. Dapat disimpulkan bahwa mereka ragu-ragu dengan teknik manual yang mereka pakai saat ini

2. Teknik media masa dalam promosi sudah di gunakan, ini dibuktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang, yang menjawab ragu- ragu sejumlah 28 orang dengan persentase 45% dan yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 6 %.
3. Teknik menyebar brousur dalam promosi tidak setuju dengan menggunakan brousur karena biaya yang mahal bagi mereka, ini dibuktikan dengan yang menjawab tidak setuju sejumlah 60 orang dengan presentase 97 % dan yang jawab setuju sejumlah 2 orang dengan persentase 3 %.

tempat untuk mendirikan usaha sudah strategis karena mereka menyewa los,kios dan semi permanen letaknya dekat dengan jalan raya dan di pasar ini juga memudahkan konsumen untuk membeli produk yang mereka jual dan sering dilalui oleh konsumen.

f. Strategi Promosi

Promosi merupakan ujung dombak dari wirausaha, teknik promosi yang tepat maka akan mendapatkan banyak konsumen dan produk dapat diterima di pasaran. Berikut ini tabel jawaban responden tentang Strategi promosi sebagai berikut :

TABEL.4.6
STRATEGI PEMASARAN

STRATEGIS PROMOSI		
Penilaian Promosi dengan Teknik Manual	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	16 orang	26 %
Setuju	20 orang	32 %
Ragu - Ragu	26 orang	42 %
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%

Penilaian promosi dengan Media Masa	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	0	0 %
Setuju	30 orang	48%
Ragu - Ragu	28 orang	46%
Tidak Setuju	4 orang	6 %
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian Promosi dengan menyebarkan Brousur	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	2 orang	3 %
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	60 orang	97%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa promosi untuk menambah penjualan barang , meliputi sebagai berikut:

1. Dari teknik manual dalam promosi sudah tidak cukup baik dalam menarik pelanggan, dengan bukti jawaban responden yang menjawab ragu – ragu sejumlah 26 orang dengan persentase 42%,sedangkan responden yang menjawab setuju sejumlah 20 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab sangat setuju sejumlah 16 orang dengan persentase 26 %. Dapat disimpulkan bahwa mereka ragu-ragu dengan teknik manual yang mereka pakai saat ini
2. Teknik media masa dalam promosi sudah di gunakan, ini dibuktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang, yang menjawab ragu- ragu sejumlah 28 orang dengan persentase 45% dan yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 6 %.

3. Teknik menyebar brousur dalam promosi tidak setuju dengan menggunakan brousur karena biaya yang mahal bagi mereka, ini dibuktikan dengan yang menjawab tidak setuju sejumlah 60 orang dengan presentase 97 % dan yang jawab setuju sejumlah 2 orang dengan persentase 3 %.

Dapat disimpulkan bahwa pedagang perempuan dalam mempromosikan barang dagangannya menggunakan media sosial tetapi masih ada salah satu yang menjawab ragu – ragu antara media sosial atau memakai teknik manual, akan tetapi untuk menyebarkan brousur kebanyakan pedagang perempuan yang ada di pasar sidorejo tidak begitu setuju karena kalau menyebarkan brousur perlu modal yang cukup banyak.

2. Strategi Manajemen

Kemampuan manajemen ibarat markas komando dalam sebuah pertempuran, di sinilah semua alur strategi dan taktik untuk memenangkan pertempuran dikendalikan. Lemahnya kemampuan manajemen atau menerapkan strategi yang tidak tepat sasaran akan mengakibatkan tidak efektifnya penjualan dan bila tidak segera diperbaiki maka lambat laun akan berakibat pada kegagalan bisnis. Berikut ini tabel jawaban responden tentang Strategi Manajemen sebagai berikut :

TABEL.4.7
STRATEGI MANAJEMEN

STRATEGIS MANAJEMEN		
Penilaian Pengelolaan secara profesional	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	45 orang	76 %
Setuju	17 orang	27 %
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%

TOTAL	62 orang	100%
Penilaian mengelola pengeluaran dan pendapatan	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	5 orang	8 %
Setuju	10 orang	16%
Ragu - Ragu	47 orang	76%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian mengembangkan dan evaluasi usaha pertahun	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	32 orang	52 %
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	30 orang	48 %
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian menciptakan dan mengembangkan usaha	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian membuat tujuan yang jelas	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	30 orang	52%
Ragu - Ragu	32 orang	48%

Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan tabel di atas penjelasannya sebagai berikut :

1. Para pedagang sudah mampu mengelola usaha mereka agar tidak mengalami kebangkrutan dan agar terus berkembang diketahui dari hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang atau sebesar 56% dan dan yang menjawab setuju berjumlah 14 orang atau sebesar 44%.
2. Para pedagang perempuan di pasar Sidorejo brangsong kendal Dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran mereka masih ragu diketahui dari hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju hanya berjumlah 5 orang atau sebesar 8%, dan yang menjawab setuju berjumlah 10 orang atau sebesar 16 % sedangkan yang menjawab ragu- ragu berjumlah 47 orang atau sebesar 76 %. Diperkuat dengan hasil wawancara ibu Hj. Afiyah Toko Kain

“ Jika untuk pendapatan dan pengeluaran terkadang belum sesuai mbak kadang tidak laku.”⁷⁹

Selain itu wawancara dengan ibu Khamdiyah

“ Kalau musim-musim tertentu seperti hari Raya Idul Fitri penjualan dapat melampaui batas tapi kalo hari biasa kadang masih sulit terjual mbak, jadi saya belum dapat mengelola atau memperhitungkan antara pendapatan dan pengeluaran, ya sesuaikan saja yang penting modal nya Kalau musim-musim tertentu seperti hari Raya Idul Fitri penjualan dapat

⁷⁹ Wawancara dengan ibu Hj. Afiyah, tanggal 27 januari 2020 pukul 11.00 wib

melampaui batas tapi kalo hari biasa kadang masih sulit terjual mbak, jadi saya belum dapat mengelola atau memperhitungkan antara pendapatan dan pengeluaran, ya sesuaikan saja yang penting modal nya dapat diputer untuk membeli barang baru.”⁸⁰

Pedagang perempuan dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran belum bisa mengontrol.

3. Para pedagang perempuan dalam mengembangkan dan mengevaluasi usaha demi mencapai tujuan sudah sangat bagus ini dibuktikan dengan jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 52 % , yang menjawab ragu- ragu berjumlah 30 orang dengan persentase 48%.
4. Para pedagang perempuan dalam berkeinginan untuk memajukan usaha sudah sangat baik dengan jawaban sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%, berarti pedagang perempuan yang ada dipasar srogo brangsong semuanya ingin memajukan usaha yang di rintisnya.
5. Para pedagang perempuan dalam mencapai tujuan yang jelas setiap tahunnya sudah menunjukkan cukup baik, ini dibuktikan dengan jawaban setuju sejumlah 32 orang dengan persentase

Strategi manajemen yang dilakukan pedagang perempuan dalam berwirausaha di pasar sidorejo brangsong merupakan mereka dalam mengelola usaha sudah baik, dengan cara memberikan pelayanan dan kepuasan terhadap konsumen namun dari cara mereka mengelola keuangan seperti mengatur pengeluaran dan pendapatan mereka masih dikatakan kurang mampu, mereka tidak begitu mengerti pentingnya pembukuan pengeluaran dan pendapatan. Dengan adanya pembukuan mereka dapat melihat

⁸⁰ Wawancara dengan ibu Khamdiah tanggal 27 januari pukul 12.30 wib.

apakah usaha yang dijalankan untung atau rugi dan bagaimana meningkatkan bisnis agar lebih maju dari tahun ke tahun.

3. Kecukupan sumber dana modal.

Berikut ini tabel jawaban responden tentang Kecukupan sumber dana modal sebagai berikut :

TABEL.4.8
SUMBER DANA MODAL

SUMBER DANA MODAL		
Penilaian Modal Pertama dari Tabungan	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	0	0%
Setuju	2 orang	3 %
Ragu - Ragu	40 orang	65 %
Tidak Setuju	20	32%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian kekurangan modal mengajukan pembiayaan	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	0	0 %
Setuju	32 orang	58%
Ragu - Ragu	0	0 %
Tidak Setuju	30 orang	48 %
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian KUR Membantu dalam permodalan	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%

TOTAL	62 orang	100 %
--------------	-----------------	--------------

Sumber : data sudah diolah

Berikut penjelasan tabel di atas :

1. Dari modal pertama kali dalam usaha dari jawaban responden ragu- ragu antara modal sendiri ataupun modal minjem, karena mungkin sudah bertahun-tahun jadi lupa, ini di buktikan dengan jawaban yang ragu-ragu berjumlah 40 orang dengan persentase 65%, yang menjawab tidak setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32% dan yang menjawab setuju sejumlah 2 orang dengan persentase 3%.
2. Dari kekurangan modal, para pedagang kebanyakan menjawab setuju untuk mengajukan pembiayaannya di bank, ini di buktikan dengan jawaban yang setuju 32 orang dengan persentase 58%, dan jawaban ragu-ragu berjumlah 30 orang dengan persentase 48%.
3. Dari segi bantuan pemerintah yaitu KUR (Kridit Usaha Rakyat) semua responden menjawab sangat terbantu, ini di buktikan dengan jawaban sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%.

Dalam segi kecukupan modal para wirausaha sudah memiliki modal yang cukup untuk mengembangkan usaha yang dijalankan dengan tambahan modal yang mereka peroleh melalui pembiayaan. Berdasarkan teori dari peneliti terdahulu kurangnya modal dan dukungan pemerintah, permasalahan modal adalah masalah klasik yang sering dianggap suatu kendala dalam pengembangan bisnis / usahadi kalangan entrepreneur.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan program PNPM merupakan angin segar bagi para wirausahaan saat ini, namun yang perlu mendapat perhatian tentang regulasinya. Termasuk juga dana CSR. Modal tidak hanya uang. Dalam kacamata para wirausahaan modal

adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan usaha. Dengan demikian modal dapat juga benda berwujud dan bukan benda berwujud contohnya pemikiran yang cerdas dalam memajukan usaha. Kesempatan waktu pendidikan dan pengalaman merupakan benda abstrak yang sesungguhnya merupakan modal yang tidak ternilai dan sangat menentukan keberhasilan dalam berwirausaha.

B. Analisis Implikasi Strategi Wirausaha Pedagang Perempuan Di Pasar Sidorejo Brangsong Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Keluarga sangat penting bagi kehidupan manusia, keluarga juga bisa melindungi, mengayomi dan mendidik anggota keluarga. Ekonomi keluarga adalah pengetahuan tentang peristiwa dan persoalan yang berkaitan dengan upaya manusia secara perorangan atau pribadi atau kelompok, dan keluarga dalam memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas yang di hadapkan pada sumber daya pemuas yang terbatas.⁸¹ Prinsip perekonomian keluarga Islam terdiri diatas dasar prinsip keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan-kebutuhan materil dan pemenuhan kebutuhan spiritual, dan keseimbangan usaha untuk kebutuhan dunia dan usaha untuk kebutuhan akhirat, sebagaimana firman Allah dalam surat Al- Qashash: 28 ayat 77. Menjelaskan bekerja hendaknya diniatkan untuk beribadah kepada Allah SWT. Tidak sekedar memenuhi kebutuhan ekonomi.⁸² Oleh karena itu, bekerja harus dilakukan dengan cara yang benar sehingga Allah akan membukakan pintu rezeki dari arah yang tidak di sangka-sangka.

Dalam penelitian ini untuk menganalisis mengenai peningkatan ekonomi keluarga. Peneliti menggunakan 2 indikator yaitu pendapatan dan kebutuhan:⁸³

⁸¹ H. Ismail Nawawi, "Ekonomi Islam Perspektif teori sistem dan aplikasi hukum", (surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2002), h.1

⁸² Ahmad Karim, "Sistem Prinsip Dan Tujuan Ekonomi Islam, (Bandung: Pustaka Setia, 1999), h.10

⁸³ Cahaya Takarini, "Pernak Pernik Rumah Tangga Islami Tatanan Dan Peranan Dalam Kehidupan Masyarakat (Solo: Intermedia, 2001), h.305

1. Aspek Pendapatan

Kecukupan penghasilan sebagai salah satu aspek peningkatan ekonomi keluarga akan diukur dengan indikator objektif dan indikator subjektif. Pertama, indikator objektif akan melihat kecukupan penghasilan dengan pendapatan perkapita rumah tangga. keluarga yang memiliki pendapatan perkapita yang lebih tinggi diharapkan memiliki peningkatan ekonomi yang lebih baik. Kedua, indikator subjektif akan melihat kecukupan - kecukupan keluarga berdasarkan persepsi kecukupan pendapatan keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Seseorang dikatakan miskin jika diukur dari pendapatan yang diperoleh kurang dari atau masih di bawah standar UMK yang ditetapkan oleh pemerintah setempat. Sedangkan kategori tidak miskin jika pendapatan lebih dari UMK (Upah Minimum Kota), yang sudah ditetapkan.

Peneliti melakukan penelitian di wilayah kabupaten kendal tepatnya di kecamatan brangsong oleh karena itu tingkat pendapatan yang dilihat berdasarkan UMR (Upah Minimum Rata-Rata) . UMR Kabupaten Kendal Pada tahun 2020 sebesar Rp. (2.000.000). Berikut ini tabel jawaban responden tentang Aspek Pendapatan dalam meningkatkan perekonomian keluarga sebagai berikut :

TABEL.4.9
ASPEK PENDAPATAN

ASPEK PENDAPATAN		
Penilaian Peningkat pendapatan Sehingga Meningkatkan Ekonomi Keluarga	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	20 orang	32 %
Setuju	10 orang	16 %

Ragu - Ragu	30 orang	48 %
Tidak Setuju	2	3 %
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian pendapatan sudah standar UMK	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	20 orang	32 %
Setuju	30 orang	48%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	12 orang	20 %
TOTAL	62 orang	100 %
Pendapatan usaha dapat di tabung untuk keperluan mendesak	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100 %
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui :⁸⁴

1. Dari hasil jawaban responden mengenai pendapatan usaha perbulan selalu mengalami peningkatan sehingga pendapatan dalam ekonomi keluarga meningkat, dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang atau sebesar 32%, dan yang menjawab setuju berjumlah 10 orang atau sebesar 16 %, yang menjawab ragu-ragu berjumlah 30 orang atau sebesar 48% sedangkan yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang atau sebesar 3 %. kesimpulan dari hasil jawaban responden adalah

⁸⁴ Lampiran jawaban responden yang sudah diolah dalam tabel 49 (Aspek pendapatan)

bahwa pendapatan dari hasil usaha yang dijalankan belum cukup stabil.

2. Dari pendapatan sesuai standar UMK, para pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah sangat baik dalam pendapatannya, ini di buktikan dengan yang menjawab setuju berjumlah 30 orang dengan persentase 48%, yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 32% dan jawaban tidak setuju berjumlah 12 orang, dengan persentase 20%.
3. Dari pendapatan usahanya dapatkah menabung untuk keprtluan mendesak, para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong dari pendapatannya semua responden menjawab sudah dapat menabung untuk keperluan mendesak, ini dibuktikan dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang dengan persentase 100%.

Berdasarkan analisis diatas dapat diketahui bahwa ekonomi keluarga pada pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong berdasarkan pendapatan yang diperoleh dengan ketentuan standar UMR Kabupaten Kendal dikategorikan tingkat ekonomi keluarga sedang dan dengan adanya perempuan berwirausaha akan menambah penghasilan keluarga biarpun belum cukup stabil.

2. Aspek Kebutuhan

Aspek dalam pemenuhan kebutuhan, peneliti melihat dari segi pemenuhan untuk konsumsi, tempat tinggal, dan kesehatan, sebagai berikut :

TABEL.4.10
ASPEK KEBUTUHAN

ASPEK KEBUTUHAN		
Penilaian Penghasilan Usaha Dapat Memenuhi Kebutuhan Makan Minimal 2 Kali	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%

Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100%
Penilaian memiliki rumah sendiri dari hasil usaha berwirausaha	Jumlah	persentase
Sangat Setuju	22 Orang	35%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	40 orang	65 %
TOTAL	62 orang	100 %
Penilaian memenuhi kebutuhan kesehatan berobat baik BPJS maupun tidak punya BPJS	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	62 orang	100%
Setuju	0	0%
Ragu - Ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
TOTAL	62 orang	100 %

Sumber : data sudah diolah

Berikut penjelasan tabel di atas sebagai berikut :⁸⁵

1. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dengan mendirikan usaha para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong, sudah dapat memenuhi kebutuhan makan minimal 2 kali sehari, berdasarkan jawaban yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 orang atau sebesar 100%.

⁸⁵ Lampiran jawaban responden yang sudah dioleh dalam tabel 4.10 (Aspek pendapatan)

2. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jika untuk memiliki rumah sendiri mereka bisa dikatakan belum mampu, dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 40 orang atau sebesar 66 % karena mereka masih tinggal bersama keluarga/ orang tua, sedangkan untuk yang sudah menikah sudah dapat memiliki tempat tinggal sendiri

3. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pedagang perempuan di pasar sidorejo sudah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan seperti berobat di tim medis atau puskesmas. Dilihat hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 62 orang atau sebesar 100%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong dilihat dari memenuhi kesehatannya sudah mampu untuk berobat di rumah sakit maupun di puskesmas. Dalam hal ini juga pemerintah memberikan kartu kesehatan gratis bagi orang yang tidak mampu. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, peningkatan ekonomi keluarga dapat dilihat dari 3 segi sebagai berikut :

a. Pemenuhan Kebutuhan Konsumsi Makan

Makan adalah kebutuhan primer atau pokok yang harus dipenuhi setiap hari. Makan minimal dua kali sehari serta makanan yang bergizi sangat dibutuhkan oleh tubuh.berdasarkan hasil sebaran kuesioner yang diberikan oleh responden bahwa dengan mendirikan usaha serta penghasilan yang didapatkan melalui usaha sudah dapat memenuhi kebutuhan pokok seperti makan, minimal 2 kali dalam sehari. Berdasarkan data yang peroleh dari hasil kuesioner diketahui bahwa pedagang perempuan dipasar sidorejo brangsong sudah mampu mencukupi kebutuhan konsumsi untuk makan minimal 2 kali sehari, berdasarkan jawaban yang menjawab sangat setuju berjumlah 62

Responden atau sebesar 100%. Hal ini berarti dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi mereka dapat dikatakan ekonominya tahan atau pemenuhan kebutuhan konsumsinya sudah baik.

b. Kepemilikan Tempat Tinggal.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner diketahui bahwa jika para pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong rata-rata belum memiliki tempat tinggal sendiri, kebanyakan dari mereka masih tinggal bersama orang tua dan menyewa rumah namun ada beberapa anggota yang sudah memiliki tempat tinggal sendiri. Dilihat dari hasil jawaban responden mengenai kepemilikan tempat tinggal dari hasil usaha diketahui yang menjawab tidak setuju sebesar 66%, dan yang menjawab setuju sebesar 35%. yang berarti aspek kebutuhan untuk memiliki tempat tinggal mereka dikatakan belum tahan atau ekonominya kurang baik.

c. Pemenuhan Kebutuhan Kesehatan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner diketahui sebanyak 100% dari 62 Responden, para pedagang perempuan mampu memenuhi kebutuhan untuk kesehatan untuk berobat ke puskesmas/tim medis dengan penghasilan yang didapat dari usaha mereka sendiri.

Berdasarkan analisis diatas dapat diketahui tingkat pendapatan ekonomi keluarga para pedagang perempuan dipasar sidorejo brangsong dalam aspek memenuhi kebutuhan konsumsi dan kesehatan sudah cukup baik. Namun dari segi kepemilikan tempat tinggal masih banyak yang belum memiliki rumah sendiri ini berarti tingkat pendapatan ekonomi keluarga dalam pemenuhan kebutuhan tempat tinggal belum di katakan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Strategi wirausaha pedagang perempuan dipasar sidorejo dalam meningkatkan perekonomian keluarga sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pemahaman pedagang di pasar sidorejo brangsong dalam strategi pemasaran yang meliputi strategi kualitas, strategi harga, strategi pelayanan, kelengkapan barang dan tempat yang strategis sudah cukup baik, sedangkan di strategi manajemen kurang bisa mengelolah pendapatan dari hasil usaha dengan baik. Tetapi dari kecukupan dana modal di pasar tersebut banyak BPR dan BMT yang bisa memberikan pinjaman untuk modal .
2. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap pedagang perempuan di pasar sidorejo dalam meningkatkan perekonomian keluarga dalam perspektif islam sudah sesuai dengan kaidah-kaidah islam yaitu tidak berjualan barang yang haram dan kualitas barang sudah bagus dengan harga terjangkau di kalangan masyarakat sekitar. Dalam meningkatkan perekonomian keluarga, dengan adanya kaum perempuan yang berdagang dapat menambah penghasilan keluarga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang di jelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran- saran yang bertujuan memberi manfaat bagi pihak- pihak lain yang atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsing diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari

tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.

2. Pedagang perempuan di pasar sidorejo brangsong dalam mempromosikan dagangannya agar bisa lebih moderen dengan bekerja sama dengan aplikasi- aplikasi masa kini contohnya Shopi, lazada buka lapak bagi pedagang pakaian, mebel dan kain, Grabfood bagi pedagang warung makan, sayuran dan buah .
3. Sebaiknya Pedagang perempuan di harapkan bisa mengelolah pendapatan dan pengeluaran. Di harapkan yang prioritas dulu yang didahulukan agar usaha yang kita kelolah dapat berkembang lebih maju.
4. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puja dan puji hanyalah milik allah SWT semata, yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kekurangna dan kehilafan sebagai manusia menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat saya harapkan. Suatu harapan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis. *Amin yaa robbal alamin.*

.

.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahab yahya, " *Segi-Segi Hukum Perjanjian* ", Bandung: Alumni, 1986.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten kabupaten kendal.2016. *Daerah Kendal*.
https://lampungtimurkab.bps.go.id/website/pdf_publicasi/statistik-daerah-Kendal (diakses pada tanggal 5 September 2019 pukul 14.00 WIB).
- Juliana Noor, " *Metode Penelitian: Skripsi, thesis, dan karya ilmiah* ", Jakarta : kencana, 2017
- Mudrajad Kuncoro, " *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* ", Yogyakarta: Pt. Gelora Aksara, 2013.
- Muhammad, " *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* ", Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004
- Sujarweni V Wiratna, " *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* ", Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015.
- Sugiono, " *Metode Penelitian Kualitatif dan R&B* ", Bandung : Alfabeta, 2016.
- Sunyoto Danang, " *Metode dan Instrumen Ekonomi dan Bisnis* ". Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Moleong Lexy. " *Metode Penelitian Kualitatif* ", Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- S Alam, " *Mandiri Ekonomi* ", Jakarta: Erlangga, 2016
- Triton, " *Manajemen Strategi* ", Jakarta : Orzyam , 2011.
- Rivai Veitzhal Dkk, " *Credit Manajemen Hand Book: Teori, Konsep, Prosedur dan Aplikasi Bantuan Praktis Mahasiswa Bankir dan Nasabah* ", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Nawawi Hadari, " *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah dengan Ilustrasi bidang pendidik* ", Yogyakarta : UGM Press, 2000.
- Dirgantoro crown, " *Manajemen Strategi* ", Jakarta : PT. Grasindo, 2007.

- Yogi, dkk, " *Manajemen Straregi Terapan: Panduan Cara Menganalisis industry dan pesaing* ", Jakarta : Poliyama Widya Pustaka, 2007.
- Werdhingsih Hendriana, dkk, " *Prakarya dan Kewirausahaan* ", Surakarta: CV. Putra Nugraha, 20017.
- Kasmir, " *Kewirausahaan* ", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sagir Soeharsono, " *Kapita Selekta Ekonomi Indonesia* ", Jakarta: Kencana, 2019.
- Departemen Agama RI, " *Al Qur'an dan terjemahan* ", Bandung: CV. JART, 2004.
- Mawardi, *Ekonomi Islam*, Pekanbaru : Alafriau UNRI Press, 2007.
- Geminasti Kinanti, " *Ekonomi* ", Bandung: yrama Widya, 2017.
- Sukirno Sadono, " *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi ketiga* ", Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Rechmawati Selly, *Momprenneur*, Yogyakarta: Wanajati Chakra Ranjana, 2011.
- Mulyanto Dede, " *Usaha Kecil dan Persoalan di Indonesia* ", Bandung: Yayasan AKATIGA, 2006.
- Syahatan Husain, " *Ekonomi Rumah Tangga Muslim* ", Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Aminah Siti Mia, " *Aminah Muslimah* ", Yogyakarta: Pustaka Gratama, 2010.
- Nawawi Ismail, " *Ekonomi Islam Perspektif Teori system dan aplikasi hokum* ", Surabaya: CV Media Nusantara, 2002.
- Karim Ahmad, " *System, Prinsip, dan Tujuan Ekonomi Islam* ", Bandung: Pustaka Setia, 1999.
- BKKBN Konovoli, " *Pedoman Bilang usaha dan Tenaga melalui kelompok UPPKS* ", Lampung: UPPKS, 1999.
- Takariawan Cahyani, " *Pernik-pernik Rumah Tangga Islam* ", Solo: Intermedia, 2001.
- Widowati, Indah. *Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha*. Makalah pada Business Conference (BC). Yogyakarta. 6 Desember 2012.
- Sari wahyu Aramiko, " *Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pedagang Ritel Di Kota Tangerang Selatan dan Upaya*

Penanggulangannya”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah , Jakarta.2011.

Yuniati Asmaniah, “*Bauran Promosi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” Skripsi Fakultas Ekonomi UIN, Malang,2007.

Cholifah, „*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang*”, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo, Semarang, 2010.

Mahmud Arifin,“*Motivasi Perempuan Dalam Berwirausaha (Studi Pada Perempuan Wirausaha Di Pekalongan Lampung Timur)*”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung,Bandar Lampung,2018.

Zimmerer, Thomas W & Norman M. Scarborough. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (Kewirausahaan dan manajemen Usaha Kecil)* Ed 5. Jakarta: Salemba Empat.

Kecbrangsong Kendal.go.id,di akses pada tanggal 29 November 2019 Pukul 10.00 WIB.

Ebta Setiawan, KBBI Online, (badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud,2014), Versi 1,3.

Mochamad ammar faruq, indrianawati, ” *Penyusunan Strategi bisnis dan strategi operasi usaha kecil dan menengah pada perusahaan konveksi scissors di surabaya* “,jurnal manajemen dan teori dan terapan tahun 7. No. 3,Desember 2014.

Popy Rufaidah, “*Peran Teknologi Komunikasi Dalam Rantai Nilai Pedagang Di Pasar Tradisiona*”Jurnal Sositologi Edisi 14 Tahun 7,Agustus 2008.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- FOTO – FOTO DENGAN PEDAGANG PEREMPUAN DAN STAF KARYAWAN DI PASAR SIDOREJO BRANGSONG









IDENTITAS RESPONDENS DAN USAHA

Nama :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Jenis usaha :

Berilah penilaian sesuai apa adanya terhadap pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan anda yang dianggap paling tepat dengan memberikan tanda chek list () atau silang (×) pada tabel-tabel yang tersedia.

1. Kepemilikan Usaha

Usaha bersama teman Usaha keluarga

2. Bentuk kepemilikan tempat

Sewa Milik pribadi

3. Modal usaha

jt <10jt <20jt <30jt <50jt

4. Pendapatan usaha perbulan

1 jt 2 jt 3 jt 5 jt 10 jt

Keterangan pilihan Jawaban

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Ragu-Ragu (RG)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)

Strategi Wirausaha Perempuan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga

1. Strategi Pemasaran.

a. Pertanyaan mengenai Strategi Kualitas Barang

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda memberikan kualitas terbaik terhadap produk					
2.	Anda meneliti produk yang akan anda jual, sebelum di jual ke pasaran					
3.	Anda memisahkan produk yang anda anggap tidak bagus untuk di perjual belikan					

b. Pernyataan Mengenai Harga Jual Barang

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda memberikan harga yang relative murah					
2.	Anda memberikan harga yang sama dengan kualitas barang					
2.	Anda memberikan spesifikasi harga untuk barang tertentu .					

3. Pernyataan Mengenai Strategi Pelayanan

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda memberikan senyuman kepada konsumen					

2.	Dengan tutur kata yang sopan dan ramah anda memasarkan produk anda ke konsumen					
3.	Anda memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap konsumen					

4. Pernyataan Mengenai Perlengkapan Barang

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda menjual barang beberapa jenis untuk di jual belikan di usaha yang anda tekuni					
2.	Anda menjual beberapa model barang untuk di perjual belikan					
3.	Barang yang ada di usaha yang anda tekuni, harus lengkap					

5. Pernyataan Mengenai Tempat Strategis

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Tempat anda berusaha, banyak orang berlalu-lalang					
2.	Tempat anda usaha dekat dengan Fasilitas umum					
3.	Tempat usaha anda sangat strategis untuk berjualan					

6. Pernyataan Mengenai Strategi Promosi

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda mempromosikan produk dengan cara manual					
2.	Anda Mempromosikan Produk dengan Media Masa					

3.	Anda Mempromosikan Produk dengan Brousur tentang kualitas produk anda					
----	---	--	--	--	--	--

❖ Strategi Manejemen
Pernyataan mengenai Strategi Manejemen

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda mengelola usaha secara professional dengan					
2.	Anda dapat mengelola pendapatan dan pengeluaran dari hasil usaha dengan baik.					
3.	Anda mengembangkan dan mengevaluasi diri demi					
4.	Anda berkeinginan untuk menciptakan atau					
5.	Anda mampu membuat tujuan yang jelas					

❖ Kecukupan Sumber Dana Modal
Pertanyaan mengenai Sumber Daya Modal

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Anda dalam usaha sumber dana modal nya berasal dari tabungan anda sendiri					
2.	Semisal kekurangan modal anda mengajukan pembiayaan di bank					
3.	Adanya KUR membuat anda terbantu dalam permodalan					

❖ Pernyataan Mengenai Perempuan berwirausaha untuk Meningkatkan Perekonomi Keluarga

1. Aspek pendapatan

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Pendapatan anda dalam perbulannya selalu meningkat sehingga pendapatan dalam ekonomi keluarga					
2	Pendapatan dari berwirausaha sudah mencapai standar UMP (upah minimum propinsi)					
3	Dari Pendapatan berwirausaha , dapatkah anda menabung untuk keperluan mendesak					

2. Aspek Kebutuhan

No	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Penghasilan yang anda peroleh dalam usaha sudah dapat memenuhi kebutuhan makan minimal 2 kali					
2.	Anda memiliki rumah sendiri dari hasil usaha yang					
3.	Anda mampu memenuhi kebutuhan kesehatan untuk					

PERTANYAAN INTERVIEW PEDAGANG

Nama :

Umur :

Status Pernikahan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

Tingkat Pendidikan Terakhir :

Jenis Usaha :

PERTANYAAN

1. Mengapa Memilih Pekerjaan Sebagai Pedagang ?
2. Bagaimana Pembagian waktu di pasar dan dirumah ?
3. Berangkat Dari Rumah Jam Berapa Dan Pulang Jam Berapa ?
4. Bagaimana Strategi Anda Dalam Memasarkan Dagangannya ?
5. Apakah Di Perbolehkan Oleh Suami Anda Berdagang ?
6. Apakah usaha yang anda jalani bisa untuk kehidupan sehari-hari ?
7. Apakah pendaoatan usaha yang anda jalani sangat membantu perekonomian keluarga anda ?
8. Bagaimana anda memasarkan produk yang anda jual ?
9. Apakah harga yang anda berikan sudah relative murah dibandingkan pedagang yang lainnya ?
10. Apakah anda selalu mengecek produk yang akan anda jual ?

PERTANYAAN INTERVIUW STAF KANTOR PASAR TRADISIONAL
SIDOREJO BRANGSONG KENDAL

Nama :

Umur :

Status Pernikahan :

Jumlah Tanggungan Keluarga :

Tingkat Pendidikan Terakhir :

Jenis Usaha :

Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya pasar tradisional sidorejo brangsong kendal ?
2. Bagaimana prosedur untuk berdagang di pasar ?
3. Bagaiman cara mendata pedagang dipasar ?
4. Apakah ada pungutan/pajak yang diberlakukan pada pedagang? Bagaimana cara pemungutannya ?
5. Apakah ada jaminan keamanan dan kebersihan pedagang ? bagaimana hal ini dilakukan?
6. Bagaimana cara membagi tempat berdagang dipasar ?
7. Apakah ada kegiatan diluar pasar dalam mempererat pedagang pasar ?
8. Apakah sering diadakan worshop ?

:

