

**STRATEGI PENGELOLA DALAM MEMBANGUN PASAR
BERBASIS DAKWAH (STUDI PASAR UMMAT AL
UKHUWAH KABUPATEN BATANG, JAWA TENGAH)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Konsentrasi Penerbitan Dakwah**

Oleh

Miftah Chusna Audina

1901026116

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Miftah Chusna Audina

NIM : 1901026116

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Pengelola Pasar dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al- Ukhuwah)

Dengan ini kami setujui, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Juni 2023

Pembimbing,



Fitri, M.Sos

NIP. 1989050720190322021

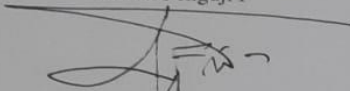
PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGELOLA DALAM MEMBANGUN PASAR BERBASIS
DAKWAH (STUDI PASAR UMMAT AL UKHUWAH KABUPATEN
BATANG, JAWA TENGAH)

Disusun Oleh
Miftah Chusna Audins
1901026116


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2023 dan dinyatakan telah
lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

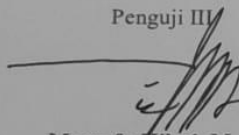
Ketua/Penguji I


H.M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 197108301997031003

Sekretaris/Penguji II


Fitri, M.Sos.
NIP. 198905072019032021

Penguji III


Mustofa Hilmi, M. Sos.
NIP. 199202202019031010

Penguji IV

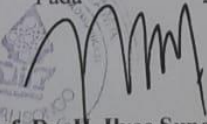

Alifa Nur Fitri, M.I.Kom.
NIP. 19890730201903201

Mengetahui Pembimbing


Fitri, M.Sos
NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada 2023


Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 197204102001121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun belum/ tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 20 Juni 2023



Miftah Chusna Audina

NIM 1901026116

KATA PENGANTAR

Segala puja serta puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayahserta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shawlawat juga salam seatiasa dilimpahkan pada Nabi Muhammad SAW serta seluruh keraban dan juga sahabat beliau.

Skripsi dengan judul : Strategi Pengelola Pasar Dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al Ukhuwah Kabupaten Batang Jawa Tengah) ini disusun guna melengkapi juga memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana starata satu (S. 1) Fakultas Dakwah san Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Berkenaan dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Allah S.W.T atas rahmat dan ridho-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu dan kakak-kakak yang telah berkenan untuk memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ayah yang saat ini sedang menunggu istri dan anak-anaknya tercinta untuk menemani beliau di surga Allah.
4. Diri saya sendiri yang sudah berjuang dan bertahan hingga titik ini.
5. Bapak Prof. DR. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta Wakil Rektor I, II, III.
6. Bapak Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta Wakil Dekan I, II, III.
7. Ibu Fitri, M. Sos selaku pembimbing yang berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan kesempatan saya untuk bertumbuh hingga detik ini.
8. Bapak Adeni, M.A yang berkenan membimbing saya selama kuliah.
9. Bapak Hakim Junaedi dan Ibu Muti'ah yang berkenan menjadi orang tua saya selama kehidupan di pesantren Bina Insani.
10. Bapak Mudis yang berkenan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.

11. Keluarga ideologisku yakni Dini Ayu, Dian Nafiatul, Dian Ananda, Fitra Istianah Turahman, Siti Ropiah, Haidir, Nasa, Alan, Anas Makinun, Yazid, Hanafi, Kharis, Andika, Ridho Idham, Ari, Nabila, Olif, Nurul, Riska, Afifah, dan Rahma yang berkenan kebersamaian selama kehidupan perkuliahan dan pesantren.
12. Kepada Mbak Fitri, kakak ideologisku yang mau diajak tertawa dan menangis bersama.
13. Teman-teman Kpi-D 19 yang turut menorehkan cerita dan warna selama kehidupan perkuliahan.
14. Teman-teman KKN MP 2 yang telah membuat penulis tersenyum setiap harinya.
15. Kepada semua orang yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Kepada mereka penulis ucapkan untaian rasa terima kasih diiringi do'a semoga Allah SWT. Membalas semua amal kebaikan mereka.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini belumlah sempurna dalam arti yang sebenarnya. Akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa berkah serta manfaat terutama bagi penulis sendiri dan juga bagi pembaca pada umumnya.

Semarang, 13 Juni 2023

Penulis

Miftah Chusna Audina

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya tulis ini bagi mereka yang selalu setia menemaniku di kala senang dan sedih yakni :

1. Almameterku

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

“ Tiada kata yang bisa kuucapkan untuk menggambarkan rasa terima kasih kepada Fakultasku”

2. Ayahanda dan Ibunda

Alm. Rozikin dan Musaenah

“ Yang senantiasa mecurahkan kasih sayang juga tak pernah berhenti berdo'a untuk tiap usaha dan impian anak-anaknya”

3. Kakak-kakaku

Mas Tiun, Mbak Imah, dan Mas Feri

“Yang senantiasa memberikan semangat juga motivasi dalam hal apapun”

4. Teman-teman seperjuangan

Kpi-D 2019

PP Bina Insani

HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) komiariat dakwah

Walisongo Tv

KKN MP 2

“Yang sudah berkenan untuk berjuang bersama selama kehidupan perkuliahan”

5. Para pembaca terkasih..

MOTTO

Hidup berawal dari mimpi
(Bondan Prakoso and Fade 2 Black)

“Untuk mencapai apa yang kamu inginkan, kamu harus terus mengejar dan memperjuangkannya. Namun disaat yang sama kamu harus menjaga dirimu dalam kondisi yang baik”
(Park Chanyeol)

ABSTRAK

Miftah Chusna Audina. 1901026116. Strategi Pengelola Dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al Ukhuwah Kabupaten Batang, Jawa Tengah)

Manusia hidup saling berkaitan satu sama lain untuk itu diperlukan norma yang mampu mengatur kehidupan manusia. Sebagai muslim yang taat maka nilai agama harus diterapkan pada seluruh aspek kehidupan, selain itu faktor lainnya adalah ekonomi. Baik urusan duniawi maupun akhirat keduanya sama-sama memiliki nilai yang penting. Sejatinnya manusia mampu menjalankan dua tugas dan kewajiban tersebut dalam implementasi yang dilakukan di pasar ummat Al Ukhuwah.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis strategi pengelola pasar berbasis dakwah yakni pasar ummat Al Ukhuwah yang terletak di desa Sengon kecamatan Subah kabupaten Batang. Metodenya adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan dengan pihak pengelola pasar yakni pemilik dan sekretaris yang memiliki temuan mengenai letak geografis, sejarah, tujuan, dan strategi apa yang dipakai dalam membangun pasar berbasis dakwah.

Adapun dalam menganalisis hasil penelitian, peneliti menggunakan analisis *Miles and Huberman*. Hasil penelitian ini adalah bahwasanya pihak pengelola pasar sudah melakukan pengelolaan dengan baik yakni dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan serta pengawasan. Selain itu pihak pengelola juga menentukan format kegiatan yaitu harian, mingguan, dan tahunan. Dalam mengelola pasar berbasis dakwah pihak pengelola harus menggunakan strategi yang tepat supaya tujuan yang diinginkan berhasil.

Saran bagi pihak pengelola pasar yakni untuk lebih mempelajari kemajuan teknologi digital supaya bisa mempromosikan pasar lebih luas lagi. Selain itu

pihak pengelola pasar supaya memberikan penyuluhan mengenai tata tertib di pasar bagi para pedagang dan pembeli. Dan pihak pengelola pasar untuk membuat papan petunjuk arah ke pasar agar pengunjung yang belum mengetahui letak pasar bisa terbantu.

Kata kunci: **Strategi, Pengelolaan, Pasar, Pasar Berbasis dakwah**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian.....	8
BAB II STRATEGI PENGELOLAAN PASAR.....	14
A. Pengertian Strategi	14
B. Pengertian Strategi Pengelola	18
C. Pengertian Pasar	21
D. Pasar Berbasis Dakwah	21
BAB III PASAR UMMAT AL UKHUWAH KABUPATEN BATANG JAWA TENGAH	24
A. Profil Pasar Ummat Al Ukhuwah kabupaten Batang Jawa Tengah.....	24
B. Struktur Kepengurusan Pasar Ummat Al-Ukhuwah.....	27

C. Program Kegiatan Keagamaan di Pasar Ummat Al Ukhuwah	28
D. Pengelolaan Pasar Ummat Al Ukhuwah	33
BAB IV ANALISIS STRATEGI PENGELOLA DALAM MEMBANGUN PASAR BERBASIS DAKWAH (STUDI PASAR UMMAT AL UKHUWAH KABUPATEN BATANG JAWA TENGAH)	38
A. Analisis Strategi Pengelola dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al Ukhuwah).....	38
B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengelola Pasar Berbasis Dakwah (Pasar Ummat Al Ukhuwah).....	43
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Teknik Analisis Data	12
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kegiatan di Pasar Ummat Al Ukhuwah	29
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan pasar berbasis keislaman. menjadi penting dalam konteks persaingan pasar saat ini, salah satu pasar yang mengedepankan nilai keislaman adalah pasar ummat Al-ukhuwah yang terletak di desa Sengon, kecamatan Subah , kabupaten Batang, Jawa Tengah. Pasar ini merupakan pasar yang mengkolaborasikan antara kegiatan *muamalah* dalam artian jual beli dan juga nilai dakwah.

Menelisik lebih jauh, baik urusan duniawi dan urusan akhirat sama-sama memiliki nilai penting bagi manusia. Sejatinya manusia mampu menjalankan dua tugas dan kewajiban tersebut dan bisa diimplementasikan dalam kegiatan jual-beli. Para pedagang dan pembeli di pasar seringkali lalai dan abai mengenai urusan akhirat. Seperti yang peneliti temukan pada observasi yang dilakukan, realita yang terjadi di pasar Subah dan pasar Beji, dapat peneliti ketahui bahwa pada saat azan berkumandang yang menandakan waktu salat telah tiba, para pedagang masih berkutat pada kegiatan jual beli. Selain itu juga di pasar Subah terdapat praktik pungutan liar (pungli) yang merusak syari'at agama Islam. Hal ini terjadi karena para pelaku sudah disibukkan dalam kegiatan jual-beli. Seharusnya praktik ekonomi dan agama tidak boleh diceraikan karena keduanya berkolerasi dan menemukan dasar yang kuat. Sebagai seorang muslim, penjual haruslah bersikap baik. Berupaya menjaga sikap dan ramah tamah merupakan salah satu wujud memuliakan pembeli, karena sejatinya pembeli yang kemudian menjadi pelanggan juga hadiah dari Allah S.W.T.

Realita yang terjadi karena keterbatasan waktu dan fasilitas baik penjual dan pembeli lalai dengan salat. Kemudian kecurangan dilakukan pedagang juga tidak sesuai dengan prinsip agama Islam. Dilansir dari ekonomi.bisnis.com sepanjang tahun 2018 ditemukan sejumlah pelaku usaha yang melakukan praktik kecurangan dengan menggunakan metrologi ataupun

penggunaan alat ukur timbangan dalam aktivitas jual beli di seluruh tanah air. Menurut Veri Aggrijo selaku Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan jumlah pelaku pedagang yang mencurangi angka timbangan mencapai sepuluh orang.

Veri menyatakan bahwa pihak kementerian agama memberikan sanksi kepada pedagang curang, adapun diantaranya dengan sanksi administratif mulai dari peringatan, pencabutan izin, pembekuan dagang, hingga pidana. Hal ini tentu mencederai proses perniagaan yang jujur dan melanggar undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Kasus ini juga melanggar syariat agama Islam.

Selain bebas dari kecurangan, lingkungan pasar yang ideal adalah lingkungan yang damai dan bebas dari aktivitas pungutan liar atau pungli. Dilansir dari viva.co.id pada 9 Agustus 2021, seorang pedagang di wilayah kota Medan, tepatnya di pasar Pringgane, kecamatan Medan Baru, seorang yang berinisial BA diduga dianiaya oleh preman pasar berinisial BS. Kericuhan bermula dari BA yang mengaku sedang menurunkan barang dagangannya untuk berjualan didatangi oleh BS sambil marah-marah. Menurut penuturan Kapolres Medan, Kombes Pol. Riko Sunarko berdasarkan keterangan BA dirinya dimintai uang Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI), kemudian BA menolak untung memberikan uang tersebut. BS lantas datang sambil marah-marah dan terjadilah adegan perkelahian di pasar tersebut. Keduanya baik BA maupun BS saling lapor, BA menyatakan bahwa motif dia adalah membela diri. Riko kemudian menyatakan bahwa kasus ini dilimpahkan ke Satuan Reserse Kriminal Polrestabes Medan.

Membaca kasus di atas tentunya melanggar perundang-undangan pasal 368 KUHP yang berbunyi “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, memaksa orang lain dengan kekerasan atau ancaman kekerasan untuk memberikan sesuatu barang, yang seluruhnya atau sebagian ialah milik orang lain supaya memberikan hutang maupun menghapus piutang, diancam, karena pemerasan

dengan pidana penjara paling lama sembilan tahun. Selain itu hal ini juga melanggar peraturan yang diatur dalam undang-undang no 31 tahun 1999 dan juga undang-undang nomor 22 tahun 2001 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi. Pungutan liar (pungli) termasuk tindakan korupsi dan merupakan kejahatan luar biasa dan dapat dipidanakan

Mengerucut lebih lanjut terdapat hal unik dan tak biasa di pasar yang terletak di desa Sengon kecamatan Subah, kabupaten Batang. Pasar yang diberi nama “Pasar Ummat Al-Ukhuwah” mengadaptasi konsep dakwah dan dikolaborasikan dengan aspek ekonomi. H. Munir Hakim selaku pendiri sekaligus pengelola pasar Ummat Al-Ukhuwah sebagai jawaban untuk stigma negatif bahwasanya pasar adalah tempat yang jauh dari naungan agama.

Eksistensi pasar Ummat Al Ukhuwah di Kabupaten Batang mengalami pasang surut karena lokasi yang berpindah-pindah dan pada akhirnya bisa menetap. Ada beberapa strategi yang digunakan oleh pengelola pasar untuk membangun dan membina pasar berbasis dakwah melalui berbagai kegiatan yang menarik terutama kegiatan keagamaan. Tujuannya supaya pasar tidak hanya sebagai pusat kegiatan ekonomi, melainkan sebagai lahan dakwah yang mendukung kegiatan ekonomi. Dengan hadirnya Pasar Ummat Al-Ukhuwah yang berdiri sejak 2008 menjadi jawaban mengenai kekhawatiran masyarakat Islam tentang terkikisnya nilai-nilai islami ketika bermuamalah. Pada awalnya pasar Ummat Al-Ukhuwah merupakan sekumpulan pedagang yang menjajakan dagangannya di salah satu gang di desa Sengon, kecamatan Subah kabupaten Batang. Melihat peluang ini, H. Munir selaku pengelola pasar saat ini kemudian memindahkan dan memfasilitasi para pedagang ke lahan yang lebih luas yang diberi nama pasar Santri Al-Ukhuwah. Pengelola pasar mengemas pasar tersebut dengan nuansa dakwah dengan strategi mengadakan pengajian setiap Minggu pagi. Hingga akhirnya pasar tersebut berpindah lokasi dan diberi nama pasar UmmatAl-Ukhuwah.

Berdirinya pasar Ummat Al Ukhwah menjawab kekhawatiran masyarakat maupun opini publik bahwa pasar sebagai tempat jual beli yang hanya fokus pada kepentingan ekonomi. Nilai-nilai kejujuran, kebersamaan,

keramahan, etika berdagang yang bersumber dari ajaran agama mampu menginternalisasi penjual dan pedagang sehingga mampu menciptakan pasar yang bernuansa agama, menjadi kekuatan sosial tersendiri, menciptakan kesatuan dalam kelompok penjual dan pedagang, menciptakan Kerja sama antar pedagang dan pembeli, dan mampu menjadi daya tarik tersendiri. Pola aktivitas pihak pengelola pasar membuat strategi dakwah, seperti kajian keagamaan rutin setiap hari Minggu mendapat respon yang baik. Kajian Ahad Pagi menjadi forum yang memiliki daya tarik kuat dalam membangun kohesivitas masyarakat yang berada di pasar maupun di wilayah sekitar pasar.

Hal lain yang patut disoroti yakni pemutaran *murotal* setiap pagi, alarm sallat dhuha, pemutaran ceramah keagamaan, dan juga ditempelnya *banner* yang berisi do'a masuk dan keluar pasar.

Selaku pencetus dan pengelola pasar, H. Munir Hakim berinisiatif untuk mengkolaborasikan antara ekonomi dan dakwah Islam. Kajian yang diadakan setiap hari Ahad pagi mendatangkan penceramah dari berbagai tempat, hal ini dimaksudkan supaya adanya variasi strategi dakwah yang dilakukan bisa menarik lebih banyak orang dan tidak monoton. Kegiatan semacam ini belum tentu dimiliki oleh pasar lain, ini yang menjadi daya tarik pasar Ummat Al Ukhuwah untuk diteliti oleh peneliti.

Apa yang tampak di latar belakang menunjukkan bahwa pasar ini berorientasi dakwah, yang berusaha untuk mengajak orang untuk melakukan kegiatan jual beli sekaligus dekat dengan agama. Dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana strategi pengelola membina dan membangun pasar berbasis dakwah tersebut.

B. Rumusan Masalah

Secara operasional rumusan masalah yang dijadikan fokus penelitian adalah

1. Bagaimana strategi dakwah yang dilakukan oleh manajemen pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah?

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi dakwah oleh pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang juga rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian adalah:

1. Mengetahui strategi yang dilakukan oleh manajemen pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah (studi pasar Ummat Al Ukhuwah di kabupaten Batang Jawa Tengah).
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi dakwah oleh pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini menambah wawasan dan khasanah ilmu pengetahuan mengenai hasil analisis strategi yang dilakukan pengelola pasar dalam membangun dan membina pasar berbasis dakwah (studi pasar Ummat Al Ukhuwah kabupaten Batang Jawa Tengah).

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis sebagai tambahan wawasan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi yang dilakukan pengelola pasar dalam membangun dan membina pasar berbasis dakwah (studi pasar Ummat Al Ukhuwah kabupaten Batang Jawa Tengah).
- b. Bagi pembaca sebagai tambahan wawasan keilmuan dan pengetahuan tentang strategi yang dilakukan pengelola pasar dalam membangun dan membina pasar berbasis dakwah (studi pasar Ummat Al Ukhuwah kabupaten Batang Jawa Tengah).

E. Tinjauan Pustaka

Guna menghindari kesamaan kepenulisan dan plagiasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan penulisan proposal ini. Selain itu penulis juga menyertakan sumber sebagai bahan rujukan dan acuan supaya penelitian yang dilakukan menghasilkan penelitian lebih konkrit dan relevan.

Hal ini dilakukan juga karena penelitian yang dibuat tidak semata-mata bersandar pada opini pribadi dari sang penulis. Adapun tinjauan pustaka antara lain :

Yang pertama yakni skripsi dari Harryanto yang selesai pada tahun 2013 yang berjudul “Metode Dakwah di Kalangan Pedagang Pasar Tradisional Losari Kecamatan Losari kabupaten Brebes”. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dimana peneliti memperoleh data baik berupa gambar, ucapan yang diamati oleh subjek itu sendiri. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian deskriptif, yaitu metode yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang nyata. Adapun kesimpulan yang didapatkan yakni bahwa pemahaman agama di kalangan pedagang pasar tradisional pasar Losari kecamatan Losari dapat dilihat ketika datang waktu salat para pelaku usaha di pasar tersebut masih disibukkan dengan kegiatan perniagaan.

Kedua, jurnal ilmiah oleh Maryono dan Muhammad Wakhid Mustofa yang selesai pada tahun 2018 dengan judul “Menakar Efektivitas Dakwah di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta dengan Pendekatan Model Matematika”. Adapun penelitian ini didapatkan dengan survei kualitatif dari sumber ilmiah. Hingga menghasilkan kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan oleh komunitas PSK di Pasar Kembang Yogyakarta belum efektif untuk mengurangi jumlah PSK.

Ketiga jurnal dengan judul “Mekanisme Pasar dalam Islam” yang ditulis oleh Ain Rahmi yang selesai pada tahun 2012 dan memiliki kesimpulan bahwa sejatinya kekuatan *supply and demand* merupakan penentu harga ekonomi Islam. Apabila terjadi disastrous maka pemerintah dengan peraturan yang berlebihan berdampak pada kekuatan pasar secara bebas bekerja untuk menentukan harga kompetitif.

Keempat, jurnal ilmiah dengan judul “Mekanisme Pasar dalam Konteks Islam” yang ditulis oleh Sarwo Edi dan Asmaul Husna yang selesai pada tahun 2022 sehingga melahirkan kesimpulan bahwasanya Islam memberikan solusi atas ketidaksempurnaan pasar dengan memberikan regulasi antara lain yakni, pelarangan praktik *ikhhtikar* maupun penimbunan barang dengan hal ini dimaksudkan supaya dapat dijual dengan harga tinggi apabila barang tersebut langka dan sulit ditemukan di pasaran. Selain itu juga terdapat larangan praktik penipuan dimana penjual menipu pembeli perihal harga, kandungan, dan segala macam hal yang berkaitan dengan barang dagangan namun tidak faktual. Selain itu penelitian ini juga memperoleh informasi mengenai harga yang sesuai dengan regulasi kemudian peneliti juga menelaah kritis mekanisme pasar. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam merupakan cara bijaksana dalam ajakan kepada umat Islam kepada jalan kebenaran sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat.

Kelima yakni skripsi yang ditulis oleh Sekuat Sanjaya yang selesai pada tahun 2019 dengan judul Strategi Dakwah Da’I Dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah Santri Pesantren Modern Nahdlatul Ulama di Desa Negeri Agung Kecamatan Talang Padang Tanggamus. Adapun kesimpulan dari skripsi adalah bahwa strategi yang dilaksanakan oleh *Da’I* dalam menyampaikan dakwah menggunakan beberapa strategi yakni strategi sentimental, strategi rasional, strategi indrawi, .

Dari penelitian-penelitian diatas terdapat kesamaan cukup jelas yakni makna strategi dan pasar berbasis dakwah. Adapun perbedaan terletak pada latar belakang masalah dan tempat penelitian sumber. Adapun penelitian kali ini yakni pengembangan lebih lanjut hasil dari penelitian-penelitian

sebelumnya. Sementara kebaruan penelitian kali ini mengenai strategi yang dilakukan pengelola pasar ummat Al-Ukhuwah dalam membangun pasar berbasis dakwah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini menuntut peneliti untuk memiliki keterlibatan langsung maupun tidak langsung dalam proses pengumpulan data. Jenis penelitian ini juga menuntut peneliti sebagai instrumen utama untuk terjun langsung ke lapangan (*field research*) guna memperoleh data melalui pengamatan, wawancara yang mendalam (*indepth interview*), maupun dokumen-dokumen yang terkait dengan fokus kajian penelitian. Pendekatan fenomenologi pada fokus kajian penelitian tentang Strategi pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah adalah berusaha mengungkap serta memahami fenomena yang terjadi dalam proses dakwah yang dilakukan di pasar Ummat Al Ukhuwah di Kabupaten Batang Jawa Tengah, baik strategi dakwah maupun proses yang dibangun melalui mekanisme dakwah. Pendekatan penelitian ini didasarkan pada teori metodologi yang dikembangkan oleh beberapa ahli.

2. Definisi konseptual

Definisi konseptual yaitu suatu batasan mengenai sebuah konsep secara singkat, lugas, dan jelas pada kajian penelitian. Tujuannya adalah memberikan penjelasan mengenai konsep agar dapat dipahami pembaca.

M. S. Nasaruddin Latif menyatakan bahwa bahwa sejatinya dakwah merupakan sebuah upaya atau aktivitas yang bersifat menyeru, mengajak, dan memanggil manusia, lewat lisan, maupun tulisan untuk patuh dan beriman kepada Allah SWT berdasarkan pada garis akidah, syari'ah, serta akhlak islamiyah.

Strategi dakwah adalah proses penyusunan rencana dan penentuan kegiatan dakwah yang dirancang dengan tujuan guna menyampaikan ajaran agama Islam supaya bisa diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Berdasarkan pada pengertian tersebut maka strategi dalam penelitian ini mengacu pada rencana tindakan, metode, dan pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh *da'I* atau komunikator, dalam hal ini adalah strategi dakwah yang digunakan oleh pihak pengelola pasar.

Sumber data pada penelitian ini berasal dari wawancara dengan pihak pengelola pasar terkait dengan cara mereka berdakwah kepada para pegagang dan pembeli di pasar ummat Al ukhuwah.

Pada penelitian kali ini teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa Milles dan Huberman mencakup reduksi data ataupun pemilihan pusat perhatian yakni pasar ummat Al Ukhuwah, display data menyusun data yang telah diterima, dan verifikasi data yang artinya meninjau kembali data yang sudah diperoleh apakah data yang dibuat sudah benar dan akurat atau tidak.

Jadi yang dimaksud dengan “Strategi pengelola dalam membangun pasar berbasis dakwah dalam penelitian ini adalah strategi dakwah yang dilakukan oleh pengelola pasar dengan analisis Milles dan Huberman.

3. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian adalah subjek dari mana data-data tersebut didapatkan (Ari Kunto 2006). Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung (Subagyo 2006). Objek penelitian yang menjadi sumber data pada penelitian kali ini merupakan pengelola Pasar Ummat Al Ummat Al ukhuwah.

Data pada penelitian ini adalah data primer hasil wawancara H. Munir Hakim selaku pendiri dan pemilik pasar ummat Al-Ukhuwah juga Muslihun sebagai sekretaris pengelola.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*) serta dokumentasi. Secara operasional ketiga teknik tersebut digunakan sesuai dengan kepentingan dalam pengumpulan data.

1) Teknik Pengamatan (Observasi)

Penulis selaku peneliti melakukan observasi non partisipan. Yaitu penelitian yang dilakukan terhadap objek tanpa berinteraksi langsung dengannya. Teknik pengamatan ini digunakan untuk memperoleh data yang bersifat primer dan sekunder. Adapun data yang diperoleh berkaitan dengan kondisi pasar Al Ukhuwah dan interaksi anggota pasar dari pihak manajemen, pedagang serta pengelola pasar.

2) Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara atau tanya jawab lewat percakapan. Hal ini memungkinkan seorang peneliti mampu menggali informasi dengan tanpa kesadaran informan.

Tujuan wawancara yakni guna mendapatkan informasi yang akurat dari narasumber dengan menyampaikan beberapa pertanyaan tertentu kepada narasumber. Sedangkan fungsi wawancara yaitu supaya terhindar dari kesalahan informasi atau data yang simpang siur. Selain itu informasi maupun data dari hasil wawancara menjadi pelengkap informasi awal. Lalu menggali kemungkinan adanya perspektif baru atas suatu masalah. Mendapatkan informasi secara komprehensif, akurat, jujur, dan juga mendalam. Memperoleh informasi dan data objektif yang berimbang. Wawancara akan dilakukan secara

mendalam kepada narasumber yaitu dengan pengelola pasar Ummat Al-Ukhuwah.

3) Dokumentasi

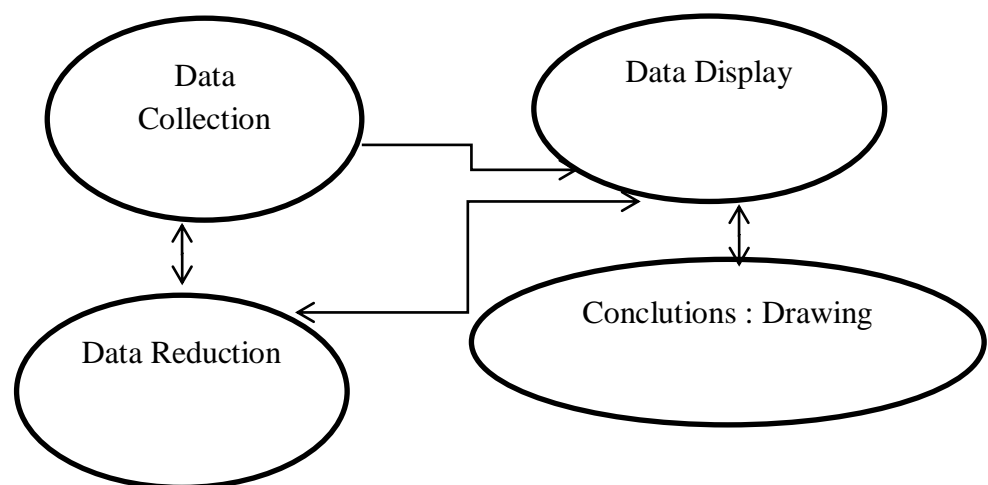
Dokumentasi merupakan salah satu jalan untuk penghimpunan data dan menganalisis dokumen-dokumen yang ada, baik tertulis, gambar, ataupun elektronik. Dokumentasi yang dimaksud yakni foto dan video yang terkait dengan kegiatan dakwah di lokasi pasar Ummat Al Ukhuwah.

5. Teknik Analisa Data

Analisa data kualitatif yang digunakan secara bersama berdasarkan dengan penghimpunan data yang terjadi, artinya yakni bahwa kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan selama dan sesudah pengumpulan data (Gunawan 2014).

Analisa data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam beberapa unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain(Sugiyono, 2013).

Adapun teknik analisis yang dipakai yakni analisis yang dikembangkan oleh Milles dan Hubberman, yakni:



Gambar 1. 1 Teknik Analisis Data

Sumber: Dokumen Pribadi

Penulis menggunakan analisis data yang dibuat oleh Milles dan Huberman adalah batasan dalam proses analisis data mencakup tiga sub proses, antara lain reduksi data, display, dan verifikasi data.

a. Reduksi Data

Proses reduksi data merupakan proses pemilihan pusat perhatian pada penyederhanaan data kasar yang mada berdasarkan catatan yang tertulis di lapangan (*field notes*). Proses reduksi terjadi secara berulang selama proses penelitian kualitatif berlangsung (Iddrus, 2007). Dalam sebuah penelitian reduksi data diperoleh simpulan catatan berdasarkan data di lapangan sedangkan proses tersebut akan menyederhanakan, mempertegas, dan terfokus pada data inti. Pada bagian reduksi data, peneliti akan mereduksi data-data yang diperoleh mengenai pasar dakwah.

b. Display Data

Display data adalah mengorganisasikan data, mengaitkan antar fakta tertentu menjadi data yang berkaitan antara satu data dengan data yang lain. Pada tahap ini penulis dapat menggunakan bagan, struktur, maupun skema yang menandakan hubungan terstruktur antara satu data dan data lainnya. Lewat tahapan ini akan dihasilkan data yang sesuai, penjelasan informasi sehingga informasi yang diperoleh dapat dipahami oleh pembaca.(Seohadha,)

c. Verifikasi data

Pada tahapan ini seorang peneliti mulai melakukan penafsiran pada data sehingga data yang telah disusun memiliki arti. Dalam proses ini penafsiran data dapat dikerjakan dengan cara mencocokkan pencatatan tema, pola-pola, pengelompokan, melihat

kasus satu per satu, sehingga diperoleh hasil analisis yang telah dikonsultasikan atau dikaitkan dengan asumsi-asumsi dari kerangka teoritis yang ada.

BAB II

STRATEGI PENGELOLA DALAM MEMBANGUN PASAR BERBASIS DAKWAH

A. Pengertian Strategi

Menurut beberapa pakar, salah satunya yaitu Chandler Persari strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan serta sasaran jangka panjang dalam sebuah organisasi yang diterapkan aksi serta alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (2018).

Selain itu strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan efektif. (Fandi Tjiptono, 2000).

Strategi menurut Arifin merupakan keseluruhan keputusan kondisional mengenai tindakan yang akan dijalankan, untuk mencapai tujuan. Adapun dalam sebuah lembaga ataupun organisasi strategi adalah seluruh rencana tindakan untuk mempengaruhi kebijakan, program, perilaku, dan juga praktik publik. Maka dari itu, dalam sebuah rencana di dalam strategi harus memuat hal-hal berikut ini :

- 1) Tujuan, yaitu sasaran target yang jelas
- 2) Serangkaian taktik dan kegiatan yang terkait
- 3) Dilaksanakan secara terorganisir dan juga sistematis.

Kemudian agar strategi berjalan sesuai dengan rencana, maka harus dilengkapi dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap suatu kondisi maupun keadaan, yang bertujuan menentukan apakah kondisi tersebut dapat dikategorikan sebagai

kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan.

SWOT merupakan singkatan dari empat kata dalam bahasa Inggris, adapun rinciannya sebagai berikut:

1. *Strength* (Kekuatan) merupakan sumber daya, kapasitas, keunggulan, dan potensi yang bisa digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan.
2. *Weaknesses* (kelemahan) adalah keterbatasan, kekurangan, dan ketidakberdayaan yang dapat menghambat pencapaian tujuan.
3. *Opportunities* (Peluang) merupakan kondisi yang mendukung untuk pengembangan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.
4. *Threats* (ancaman) adalah kondisi yang tidak mendukung, berupa hambatan, dan kendala atau berbagai unsur eksternal yang berpotensi mengganggu dan menimbulkan masalah. (Abdullah, 2012)

B. Dakwah

1. Definisi Dakwah

Dakwah merupakan komunikasi dengan proses dasar, ajaran Islam yang dibawa oleh Rasulullah sehingga dapat tersebar ke seluruh penjuru dunia tidak terlepas dari proses dakwah dan proses komunikasi. Di antara para ahli dan ulama dakwah memiliki makna sebagai seruan untuk menuju kebaikan.

Menurut Amin Rais dakwah adalah segala macam proses rekonstruksi masyarakat dan multidimensional. Yang bermakna bahwa dakwah mencakup berbagai aspek dalam kehidupan.

Menurut Thoha Yahya dakwah merupakan ajakna kepada manusia dengan cara bijaksana ke jalan yang sesuai dengan perintah Allah, demi kemaslahatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.

Sementara itu Ahmad Hasymy mendefinisikan dakwah sebagai ajakan kepada orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syari'ah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan diamalkan oleh *da'I* selaku subjek dakwah itu sendiri. Dakwah tidak hanya terbatas pada penjelasan dan penyampaian semata, tetapi juga menyentuh pada pembinaan dan pembentukan pribadi, keluarga, dan masyarakat Islam.

2. Komunikasi sebagai proses dakwah

Antara komunikasi dan dakwah terdapat beberapa persamaan dalam pelaksanaannya karena sebenarnya dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas adapun yang membedakannya adalah terdapat pada sumber, pesan, metode, tujuan, dan penerima.

Menurut Lasswell komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek. Dengan terpenuhinya syarat yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi maka dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan suatu proses komunikasi.

Berdasarkan paradigma Lasswell persyaratan dalam sebuah komunikasi dakwah ada beberapa macam, adapun di antaranya

:

- a) *Who* : *da'I* yang terdiri dari setiap pribadi muslim
- b) *Says what*: pesan-pesan (risalah) Al Qur'an dan *sunnah* serta penjabaran Al Qur'an dan *sunnah*.
- c) *To whom* : kepada *mad'u* yakni manusia

- d) *In which channel* : memakai saluran dakwah apa saja yang sah secara hukum
- e) *With what effect*: terjadinya perubahan tingkah laku, sikap, dan perbuatan yang sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan komunikator yakni da'I yang disebut dengan amal *shaleh*.

Menurut Ali Aziz unsur-unsur dakwah terdapat enam bagian yakni *da'I* (subjek dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *washilah* (media dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

Menurut Ma'arif komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, yang membedakan hanya cara dan tujuan yang hendak dicapai. Kemudian dapat diformulasikan bahwa komunikasi sebagai proses dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang *da'I* selaku komunikator menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang bersumber dan sesuai dengan ajaran Al Qur'an dan *sunnah* dengan tujuan agar *mad'u* selaku komunikan dapat berbuat amal *shaleh* sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut.

3. Media dakwah

Media dakwah merupakan peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Adapun pada zaman modern ini seperti televisi, radio, kaset rekaman, majalah, dan lain sebagainya. Media dibagi menjadi dua:

- a) Nonmedia massa, yakni utusan kurir, telepon, surat, dan lain sebagainya.

b) Media massa yakni lewat rapat umum, seminar, spanduk, buku, bulletin, televise, video, dan lain sebagainya.

Secara umum media-media yang dapat digunakan untuk berdakwah antara lain :

a) Media visual, yaitu media yang digunakan untuk kepentingan dakwah melalui indra pengelihatannya. Contohnya film slide, gambar, dan foto.

b) Media audio, yaitu media yang digunakan untuk menunjang kegiatan dakwah dengan memanfaatkan indra pengelihatannya. Contohnya lewat radio, dan tape recorder.

c) Media audio visual, yaitu media yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah dengan menampilkan unsur visual atau gambar dan suara atau audio. Contohnya adalah film maupun sinetron, televisi, dan video.

d) Media cetak yaitu media yang digunakan dalam pelaksanaan dakwah melalui tulisan yang tercetak. Contohnya adalah buku, surat kabar, dan majalah. (Syamsul Munir Amin).

C. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan proses penentuan cara dan upaya guna menghadapi tujuan dakwah dengan memanfaatkan berbagai sumber daya. Menurut Muh. Ali Aziz, strategi dakwah adalah bentuk perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Selain itu adalah bentuk pengorganisasian ataupun penataan kegiatan yang hendak dilaksanakan melalui fungsi manajemen yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan keberhasilan yang telah disepakati. Adapun caranya bisa berupa perdagangan, pendidikan, perkawinan, kesenian, politik, dan juga pengobatan.

Kustadi Suhandang mengatakan bahwa dalam strategi terdapat beberapa hal, yaitu :

1. Rencana tindakan yang dirancang guna mencapai tujuan, baik tujuan pendek, menengah, maupun jangka panjang.
2. Menganalisis lingkungan baik yang bersifat eksternal maupun internal yang menunjukkan adanya kekuatan dan kelemahan dalam mencapai tujuan
3. Keputusan pilihan untuk pelaksanaan yang tepat dan terarah dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan.
4. Mengembangkan rancangan guna menjamin ketepatan tercapainya tujuan dan sasaran.

Strategi dakwah adalah rencana yang mencakup serangkaian tindakan untuk mencapai target tertentu. Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan (Aziz,2009)

- a) Strategi merupakan rangkaian kegiatan dakwah yang mencakup penggunaan metode dan penggunaan berbagai sumber daya atau kekuatan. Jadi, strategi merupakan proses mempersiapkan rencana kerja yang belum dilaksanakan.
- b) Sebuah strategi dirumuskan untuk mencapai tujuan tertentu penting untuk mengembangkan tujuan yang jelas mampu mengukur keberhasilan sebelum menentukan strategi.

Menurut M. Ali Aziz, terdapat tiga jenis strategi dakwah, antara lain :

- a) Strategi Tilawah

Pada strategi ini, objek dakwah dituntut untuk mendengarkan penjelasan dari *da'I* atau subjek dakwah atau membaca materi yang telah ditulis oleh pendakwah itu sendiri. Selain itu strategi tilawah merupakan proses transfer pesan dakwah secara lisan maupun tulisan.

- b) Strategi Takziyyah

Strategi takziyyah merupakan strategi dengan pendekatan psikologis lewat indra pendengaran maupun pengelihatannya.

c) Strategi ta'lim

Strategi ini identik dengan strategi tilawah akan tetapi strategi ta'lim lebih mendalam, formal, dan dijalankan secara terstruktur. Adapun strategi ini hanya bisa diterapkan pada objek yang tetap dengan kurikulum yang telah disusun, bertahap, dan memilikibatasan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Adapun hal-hal yang melekat pada strategi dakwah adalah sebagai berikut.

1. Persiapan

Dalam mempersiapkan dakwah maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu :

- a) Forecasting, adalah tindakan memperkirakan dan memperhitungkan segala hal yang mungkin terjadi
- b) *Briefing* yaitu pengarahan singkat dalam tim ketika hendak melaksanakan suatu kegiatan.
- c) Mempersiapkan nilai maupun tujuan yang hendak dicapai.
- d) Mencari berbagai macam tindakan dakwah.
- e) Menentukan prosedur kegiatan dakwah.
- f) Membuat jadwal kegiatan dakwah.
- g) Menentukan lokasi dakwah.
- h) Memperkirakan biaya yang dibutuhkan.

2. Pelaksanaan/penerapan

Yaitu usaha maupun kegiatan yang dilakukan guna mengajak seseorang ataupun kelompok kepada pedoman yang diridhoi Allah

3. Evaluasi

Proses penentuan untuk mengetahui keberhasilan maupun kegagalan dalam pelaksanaan dakwah. Dari sini akan diketahui

supaya penyimpangan-penyimpangan yang ada tidak terjadi di masa mendatang. (Adeni,2022)

D. Pengertian Pasar

Philip Kotler mengatakan bahwa *“Pasar adalah suatu komponen yang terdiri dari segenap calon konsumen yang membutuhkan atau menginginkan hal yang serupa. Di dalam pasar terdapat kesempatan untuk melakukan pertukaran barang ataupun jasa yang bisa memenuhi kebutuhan maupun keinginan tersebut.”*

Sementara itu Ehrenberg dkk menyatakan bahwa *“pasar secara umum dapat dimaknai sebagai media bertemunya pembeli dan penjual guna melakukan pertukaran uang, jasa, maupun barang. Di dalam transaksi tersebut harga kemudian disepakati guna menilai nilai barang maupun jasa yang dipertukarkan baik pembeli maupun penjual”*

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar merupakan tempat bertemunya pedagang dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi jual beli. Pasar mencakup semua aktivitas penawaran dan permintaan dari berbagai sumber daya ekonomi, seperti tenaga, kerja, modal, surat berharga, maupun uang.

Lewat mekanisme pasar penawaran maupun permintaan akan saling bertemu untuk membentuk harga yang kemudian bisa menata alokasi sumber daya di masyarakat setempat. Pasar tidak hanya mempertemukan antara penjual dan pembeli akan tetapi juga sebuah mekanisme yang dapat mengatur kepentingan dari kedua belah pihak.

E. Pasar Berbasis Dakwah

Ditinjau dari definisi Said Taufiq Ubaid mengenai pasar yaitu merupakan tempat perniagaan di mana para penjual dan pembeli saling berinteraksi.

Islam hadir di Indonesia menurut sejarah berasal dari kafilah dagang. Pedagang-pedagang Islam itu menjaga kebersihan pasar, hal ini yang membuat masyarakat hingga raja-raja tertarik hingga akhirnya memeluk Islam bahkan menikahkan anaknya dengan pedagang-pedagang tersebut.

Rasulullah SAW semasa hidupnya di Madinah mendirikan pasar yang sesuai dengan syariat Islam yang disebut dengan pasar Manakhah. Hal ini dilakukan karena semasa dulu orang-orang Madinah tidak begitu mahir berdagang dan terjebak dengan lingkaran riba di pasar Qainuqa' milik Yahudi. meski sempat dihancurkan Ka'ab Al Asyraf pemimpin Yahudi kala itu. Namun Rasulullah tidak bergeming, bersama dengan para sahabat Rasulullah menggarap lahan pertanian dan membangun pasar kembali di kawasan yang jauh dari pemukiman. Masyarakat lantas berbondong-bondong berniaga di pasar Al Manakhah dan pedagang-pedagang di pasar Qauna' perlahan gulung tikar.

Konsep jual beli dalam Islam berdasarkan pada batasan-batasan syariat. Hal itu dikarenakan karena apabila tidak memp

erhatikan batasan-batasan itu maka seberapa besar praktik jual beli yang terjadi di masyarakat adalah transaksi yang dipenuhi dengan unsur penipuan, kecurangan, dan ketidakadilan dalam bertransaksi.

a. Syarat sah praktik jual beli dalam pasar berbasis dakwah.

Seseorang yang menggeluti praktik jual beli secara syar'i harus memperhatikan syarat-syarat sah praktik jual beli supaya dapat melaksanakan sesuai dengan batasan-batasan syariat dan tidak terjerumus kedalam tindakan-tindakan yang diharamkan. Adapun beberapa syarat sah jual beli dalam pasar berbasis dakwah antara lain :

- 1) Kedua belah pihak melakukan transaksi jual beli secara *ridha* dan sukarela tanpa ada paksaan.
- 2) Kedua belah pihak berkompeten dalam melakukan praktik jual beli, yakni seorang *mukallaf* dan *rasyid* (memiliki kemampuan dalam mengatur keuangan). Sehingga apabila transaksi dilakukan dengan

anak kecil yang tidak cakap, atau kepada orang gila yang tidak berakal maka transaksi tersebut tidak sah. (Hendi Suhaidi)

b. Manajemen strategi dalam Islam

Manajemen strategi dalam Islam merupakan rangkaian proses aktivitas manajemen Islami yang mencakup tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi guna mencapai tujuan organisasi, di mana nilai-nilai Iala menjadi landasan strategis dalam seluruh aktivitas organisasi yang diwarnai oleh azas tauhid, orientasi dunia dan akhirat dan motivasi. (Abdul Halim Usman).

c. Ciri-ciri pasar berbasis dakwah

Dari tulisan di atas dapat diketahui bahwasanya pasar berbasis dakwah yakni pasar yang dekat dengan nilai-nilai keislaman.

Ciri-ciri pasar berbasis dakwah :

- 1) Harga yang ditawarkan wajar
- 2) Tidak ada pungutan liar
- 3) Adanya kebebasan untuk keluar masuk pasar
- 4) Kental akan nilai-nilai agama Islam

BAB III

GAMBARAN UMUM PASAR UMMAT AL UKHUWAH KABUPATEN BATANG JAWA TENGAH

A. Profil Pasar Ummat Al Ukhuwah kabupaten Batang Jawa Tengah

1. Letak Greografi Pasar Ummat Al- Ukhuwah

Secara greografi Pasar Ummat Al-Ukhuwah berada di Jalan Kauman, Mendolo, desa Sengon kecamatan Subah kabupaten Batang, Jawa Tengah. Letak pasar ini berada di tengah-tengah pemukiman warga yakni masuk ke lingkungan lapangan Fatahillah. Tak jauh dari jalan raya, paar ini bisa ditempuh dengan jarak 1 Km. selain menggunakan transportasi pribadi maupun jalan kaki, warga bisa menggunakan transportasi umum yakni ojek yang tersedia di seberang jalan raya.

Akan lebih dekat apabila kita menuju ke pasar Ummat Al-Ukhuwah dengan menggunakan jalur alternatif. Adapun jalur alternatif yakni dengan menyisiri lapangan Fatahillah. Dengan demikian jarak yang bisa ditempuh yakni hanya sekita 500 M saja.

2. Sejarah Berdirinya Pasar Ummat Al-Ukhuwah

Pasar Ummat Al-Ukhuwah berdiri di bawah naungan H. Munir Hakim, seorang yang sederhana, *low profile*, dan juga ramah. Pria yang lahir 50 tahun yang lalu memang dikenal sebagai aktivis yang memiliki tekad untuk memajukan desa, termasuk membangun pasar Ummat Al-Ukhuwah.

Sebagai pasar yang kental dengan nilai-nilai islami, pasar ini telah berdiri sejak 15 tahun silam. Berawal dari lapak-lapak kecil yang berada di pinggir jalan masyarakat desa Sengon dan sekitarnya melakukan transaksi jual-beli. Hal ini kemudian menjadi cikal bakal berdirinya pasar Ummat Al- Ukhuwah. Akan tetapi kian lama jumlah pedagang maupun penjual kian bertambah. Akibatnya lahan yang dijadikan tempat berniaga tidak memadai dan membuat macet jalan.

Pemerintah desa kala itu yang diketuai oleh H. Zamroni Mahsun SPd.i yang juga merupakan kakak H. Munir, melihat hal ini sebagai peluang untuk memajukan desa sekaligus ladang untuk berdakwah . Pemerintah desa kemudian menunjuk beberapa orang untuk mengeksekusi ide ini.

Dengan niat ikhlas untuk mengabdikan diri pada desa dan mengharap ridho dari Allah SWT, itulah yang menjadi prinsip para pihak pendiri pasar ini. Mereka senantiasa ingat akan ayat ini :

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Yang artinya :

“ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang dekat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (An Nahl :125)

Bahwa sebagai seorang muslim diwajibkan untuk berdakwah dimanapun berada, termasuk di pasar. Dan inilah yang menjadi inspirasi pendirian pasar ummat Al Ukhuwah.

Diketuai oleh H. Munir Hakim, pihak pengelola pasar kemudian mengupayakan pencarian tempat yang akan digunakan sebagai pasar. Setelah ada kesepakatan antara pihak pengelola pasar dan pemilik lahan, pengelola pasar kemudian mensosialisasikan hal ini kepada para pedagang pasar.

Hingga pada tahun 2008 terjadi kesepakatan untuk sewa selama 10 tahun. Pasar tersebut diberi nama pasar Santri Al-Ukhuwah. Pasar Santri Al-Ukhuwah merupakan bentuk kolaborasi antara ekonomi dan dakwah. Sehingga para pedagang dan pembeli pergi ke pasar tidak hanya untuk berbelanja, tapi juga untuk belajar agama Islam.

Setelah pasar ummat Al Ukhuwah berdiri, pihak pengelola kemudian mengadakan kajian keagamaan setiap dua minggu sekali pada hari Minggu pagi. Kajian ini diberi nama “Kuliah Ahad Pagi”.

Karena banyak pengunjung pasar yang juga mengikuti kajian ini, pihak pengelola kemudian menjadwalkan ulang kajian menjadi setiap satu minggu sekali. Kajian ini berhasil mendatangkan tokoh dari berbagai tempat, beberapa tokoh yang terkenal antara lain Derry Sulaiman, Rhoma Irama, Habib Luthfi, Sakti (mantan gitaris Sheilla on 7), Hari Mukti, anggota MPR RI, Anang Rikza, Anizar Masyhadi, anggota DPRD Jateng Hariyono, serta sejumlah tokoh lainnya.

Setelah kontrak 10 tahun habis, pihak pengelola berusaha melobi pihak pemilik tempat kembali. Akan tetapi pemilik tempat tidak menghendaki adanya perpanjangan waktu. Para pengelola pasar kemudian kembali mengupayakan pencarian tempat.

Setelah melalui beberapa tahap rundingan akhirnya H. Munir Hakim mengizinkan pasar ditempatkan di kawasan lapangan Fatahillah miliknya dan berdampingan dengan pondok pesantren yang dikelolanya. Pada 2018 para pelaku jual-beli kemudian berpindah tempat yang telah disepakati

3. Tujuan berdirinya Pasar Al Ukhuwah

- a. Mendekatkan penjual kepada pembeli supaya tidak harus berbelanja ke pasar kecamatan maupun pasar kabupaten.
- b. Menjadi pasar tradisional yang didalamnya terjadinya transaksi sehat, nyaman, aman, dan tidak terjadi pungutan liar.
- c. Bentuk kolaborasi antara nilai agama dan nilai ekonomi.
- d. Supaya pelaku perniagaan di pasar baik penjual maupun pembeli bisa ikut mengkaji agama.
- e. Pembuktian bahwa dakwah tidak hanya bisa dilakukan di masjid, akan tetapi sebagai muslim yang baik bisa menekankan bahwa dimanapun kita berdiri disitulah ajaran Islam bisa disebarkan.
- f. Supaya konsep pasar seperti ini bisa ditiru oleh pasar-pasar lain.

4. Visi dan Misi Pasar Ummat Al Ukhuwah

a. Visi

Membuat tempat transaksi yang aman, nyaman, dan bebas rentenir.

b. Misi

- 1) Transaksi yang bebas hutang dan rentenir.
- 2) Pasar yang sederhana namun akurat, realistis, dan bisa menjaga amanah pembeli.
- 3) Meskipun masih tingkat desa, kualitas barang yang dijual tinggi setara dengan pasar lain

B. Struktur Kepengurusan Pasar Ummat Al-Ukhuwah

Ketua/pemilik	: H. Munir Hakim
Sekretaris	: Muslichun
Bendahara	: Mahsun S.P.Di
Seksi Dokumentasi	: H. Nasikin
Seksi Perlengkapan	: Suwandi
Seksi Kebersihan	: H. Nuryakin
Kordinator Harian	: Puji Hadi
Penjaga Malam	: Kombor Nasoha
AnggotaRelawan	: Feri Setanto
	Miftahul
	Susalim
	Sobirin
	Camari

Tugas dan wewenang antar pengelola sesuai struktur yakni :

1. Ketua/ pemilik

Yakni memimpin dan meninjau para anggota secara struktural serta merencanakan kegiatan yang akan digelar. Mengawasi dan menerima laporan-laporan tentang kegiatan.

2. Sekretaris
 - a. Membuat laporan pertanggungjawaban kegiatan
 - b. Mengatur surat masuk dan keluar guna menunjang kegiatan
 - c. Mencatat apa yang diperlukan ketua/pemilik.
 - d. Membuat struktur kepengurusan pengelola pasar ummat Al Ukhuwah.
3. Bendahara
 - a. Mengatur keuangan untuk keberlangsungan kegiatan dan pengembangan pasar ummat Al Ukhuwah.
 - b. Membuat laporan keuangan.
4. Sie dokumentasi
Mendokumentasikan setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh pengelola baik kegiatan harian, mingguan, maupun tahunan.
5. Sie perlengkapan
Mempersiapkan tempat, alat, dan seluruh kelengkapan yang dibutuhkan setiap sie.
6. Koordinator harian
 - a) Mengawasi dan memantau keberlangsungan kegiatan di pasar setiap hari
 - b) Menarik iuran dari para pedagang di pasar untuk diserahkan ke bendahara.
7. Penjaga malam
Memastikan keamanan pasar setiap malam.
8. Anggota/ relawan
 - a) Memastikan kelancaran kegiatan yang diselenggarakan.
 - b) Menjaga keamanan, ketertiban, dan kenyamanan para pengunjung dalam setiap kegiatan

C. Program Kegiatan Keagamaan di Pasar Ummat Al Ukhuwah

Pasar Ummat Al Ukhuwah memiliki kegiatan keagamaan yang beragam. Kegiatan tersebut dibuat dengan maksud menarik perhatian khalayak ramai

agar berbelanja di pasar Ummat Al Ukhuwah. Selain itu tujuan kegiatan ini supaya pada pedagang bisa ikut mengkaji agama dan juga bisa menguatkan iman.

Kegiatan-kegiatan tersebut ada yang diadakan pagi, siang, maupun malam. Semua kegiatan tersebut sudah terjadwalkan oleh pihak pengelola desa berdasarkan nama kegiatan, waktu, dan tempat.

Maka dari itu selain tempat untuk melakukan proses perniagaan, pasar bisa menjadi ladang dakwah yang sangat bermanfaat. Segala kegiatan sudah terjadwalkan berdasarkan tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Kegiatan di Pasar Ummat Al Ukhuwah

NO.	Nama Kegiatan	Waktu
1.	Pemutaran tilawah Al-Qur'an	05.30-06.30
2.	Kuliah Ahad Pagi	Setiap hari Minggu pukul 06.30-08.00
3.	Alarm Salat Dhuha	Setiap hari pukul 08.00
4.	Kajian ta'lim di pondok	Setiap Hari pukul 09.00-09.30
5.	Alarm Salat Dzuhur	Setiap hari menjelang salat Dzuhur
6.	Ziarah bersama	Satu tahun sekali (Konsidional Sesuai waktu yang disepakati)
7.	Santunan Anak Yatim	Setiap 10 Muharram pukul 09.00-11.00

8.	Salat Idul Fitri	Setiap 1 syawal pukul 06.30-08.30
9.	Salat Idul Adha	Setiap 10 Dzul hijjah pukul 06.30-08.30
10.	Pemotongan hewan qurban dan pendistribusian	09.00- selesai
11.	Pengajian Akbar	Malam hari, kondisional

Dari tabel di atas bisa diuraikan sebagai berikut

1) Kegiatan Harian

a. Pemutaran Tilawah Al Qur'an

Pengelola pasar menyatakan, pemutaran rekaman tilawah Al-Qur'an setiap pagi pukul 05.30-06.30 sengaja dilakukan supaya menambah berkah dan membangun suasana pasar yang segar. Selain itu, mendengarkan bacaan Al- qur'an merupakan suatu perbuatan baik yang nantinya akan diberikan hidayah dan taufiq seperti halnya yang pernah dialami orang-orang terdahulu. *“terdapat psikologi yang menyatakan bahwa apabila kita mengawali pagi hari dengan baik maka hari itu juga akan selesai dengan baik, maka pemutaran tilawah al- qur'an perlu dilakukan untuk memberi relaksasi bagi para pedagang maupun pembeli”*

b. Sirine salat Dhuha

Pemutaran alarm maupun sirine salat dhuha sengaja dilakukan supaya pelaku jual beli di pasar ingat bahwa ada ibadah sunnah yang nilainya sangat berharga. Berdasarkan beberapa riwayat, salat dhuha memiliki keutamaan yang baik dimana akan dilancarkan rezekinya. Hal ini sesuai dengan konsep jual beli yang menghasilkan uang, dimana uang merupakan salah satu sumber rezeki.

c. Kajian /Taklim harian

Pasar ummat Al Ukhuwah berada di dalam lingkungan lapangan Fatahillah dan dekat dengan pondok pesantren. Salah satu program yang ada yakni kajian maupun taklim setiap hari pukul 09.00-09.30, program ini dibuka untuk umum termasuk juga masyarakat pasar. Beberapa penjual memang meninggalkan dagangannya sementara untuk mengikuti kajian ini, adapun materi pembahasan kajian antara lain pembahasan kitab *ta'lim muta'alim*, *tafsir al- qur'an*, *sirah nabawiyah*, *fadhilah amal* dan lain-lain.

Kajian ini juga bisa didengar lewat pengeras suara. Hal ini sengaja dilakukan oleh pihak pengelola pasar supaya warga pasar baik penjual, pembeli, maupun pengelola bisa turut menyimak kajian harian tersebut. Menurut pihak pengelola pasar, pasar merupakan salah satu tempat yang menjadi kesukaan *syaitan*,

“ Pasar itu tempat terjadinya maksiat, pasar juga merupakan tempat ibadah para syaiatn .Maka dari itu kita membuat program pembanding supaya segala jenis perbuatan yang ada di pasar dirahmati Allah SWT” pungkas pengelola.

d. Alarm Salat Dzuhur

Pengelola melakukan hal ini supaya para pelaku jual beli di pasar baik pembeli maupun penjual tidak lalai akan salat. Selain itu menjadi pembiasaan untuk menjalankan kewajiban salat tepat waktu atau salat di awal waktu.

2. Kegiatan Mingguan

Kegiatan mingguan yang diadakan pihak pengelola pasar adalah “Kajian Ahad Pagi”. Program ini dilaksanakan setiap hari Minggu mulai pukul 06.00-08.00. mulanya akan diputar tilawatil qur'an, setelah jamaah dirasa banyak kemudian pihak pengelola akan memberikan sejumlah pengumuman, salah satunya perolehan dana dari para donatur untuk pasar dan pondok.

Narasumber kemudian akan memberikan ceramah keagamaan untuk para jemaah. Jemaah antara laki-laki dan perempuan dipisah dengan menggunakan *hijab*. Pengajian ini diadakan di halaman pasar umat Al-Ukhuwah. Narasumber yang didatangkan dari berbagai daerah, tanpa melihat kelompok maupun aliran asalkan masih tetap berada di dalam koridor Islam.

3. Kegiatan Tahunan

a. Ziarah bersama

Ziarah bersama atas kesepakatan para pembeli dan penjual serta diarahkan oleh pengelola pasar dilaksanakan dengan tujuan untuk napak tilas perjalanan dakwah ke makam para tokoh-tokoh islam. Zarah dengan destinasi ke berbagai kota bertujuan untuk mengingatkan bahwa sejatinya seluruh manusia akan mati dan kematian sangatlah dekat dengan kita semua.

b. Santunan Anak Yatim

Bulan *Muharram* merupakan bulan yang penting bagi umat muslim di dunia. Dimana ini adalah permulaan kalender hijriah, dan disunnahkan untuk memuliakan kaum fakir miskin termasuk juga anak yatim dan berpuasa. Hal ini dimaksudkan agar kita menjadi hamba yang bermurah hati dan saling menyayangi.

c. Saat Idul Fitri

Setelah berpuasa, umat muslim di seluruh dunia akan merayakan idul fitri pada 1 Syawwal. Pengelola pasar akan mengadakan salat Id di lapangan Fatahillah hingga di halaman pasar. Hal ini disunnahkan oleh nabi Muhammad SAW, adapun imam dan khotib salat id tersebut didatangkan dari berbagai macam daerah dan berganti setiap tahun. Pada moment ini para warga termasuk pelaku jual beli pasar akan saling bersalaman untuk bermaafan dan meleburkan dosa.

d. Salat Idul Adha

Idul Adha merupakan hari penting juga bagi muslim di seluruh penjuru dunia. Seperti halnya salat idul fitri pihak pengelola pasar juga akan menggelar salat idul adha di lapangan dan halaman pasar. Dengan khotib dan imam dari berbagai daerah.

e. Pemotongan dan pendistribusian hewan Qurban

Setelah melaksanakan salat idul adha pihak pengelola pasar dibantu dengan masyarakat setempat menyembelih hewan qurban. Hewan qurban ini rata-rata berasal dari iuran para pedagang dan pembeli di pasar ummat Al Ukhuwah, sisanya adalah qurban dari masyarakat setempat.

Setelah selesai penyembelihan dan pemotongan hewan qurban, para panitia akan mulai membagikan daging kepada masyarakat desa Sengon.

f. Pengajian Akbar

Pengajian ini digelar setidaknya satu tahun sekali, adapun narasumber yang pernah datang antara lain Habib Luthfi, Rhoma Irama, dan para narumber lain

D. Pengelolaan Pasar Ummat Al Ukhuwah

Menurut nawawi dalam pengelolaan terdapat setidaknya 4 fungsi

1. Perencanaan

Adalah kegiatan perumusan apa yang hendak dilakukan di masa mendatang guna menjalankan kegiatan-kegiatan keagamaan di pasar ummat Al Ukhuwah sementara itu hal-ha yang harus diperhatikan dalam proses perencanaan yaitu menentulan waktu yang tepat, focus pada tujuan yang ingin dicapai, menentukan target dalam perencanaan, dan membuat tujuan akhir yang ingin dicapai.

a. Perencanaan kegiatan harian

Perencanaan kegiatan harian ini yakni untuk kegiatan jual beli di pasar. Perawatan pasar, menyediakan tempat untuk salat dhuha dan salat dzuhur, selain itu juga pemutaran tilawah pada pagi hari.

b. Perencanaan kegiatan mingguan

Kegiatan mingguan yakni kuliah ahad pagi sudah berjalan lebih dari 15 tahun yang diadakan di halaman pasar.

Kegiatan ini dimulai pada pukul 06.00-08.00 di halaman pasar. Pihak pengelola akan merencanakan siapa yang akan menjadi narasumber, siapa yang akan menjemput dan mengantar narasumber, penyediaan sarapan setelah kajian bagi para pengunjung dan pengelola.

c. Perencanaan kegiatan tahunan

1) Santunan Anak Yatim

Kegiatan ini diselenggarakan setelah kajian yang diisi oleh ustadz tentang tahun baru islam dan sunnah-sunnahnya. Pihak pengelola akan memetakan siapa yang akan diberi santunan, siapa yang memberi, dan siapa yang akan mengisi acara. Selain itu pihak pengelola akan mengatur siapa yang akan menyediakan tempat, menjaga parkir, dan membersihkan tempat setelah selesai.

2) Salat Idul Fitri dan Idul Adha

Kegiatan ini digelar setiap tahunnya pada 1 Syawal dan 10 Dzulhijjah. Pihak pengelola akan mulai merencanakan tentang tempat, siapa imam, siapa khatib, dan kebersihan tempat.

3) Penjualan hewan qurban dan pendistribusian

Pada kegiatan kali ini tim pengelola pasar yang dibantu warga setempat akan membuat rencana siapa yang akan berqurban, menyembelih, dan mendistribusikan daging hewan qurban.

2. Pengorganisasian

Tahap selanjutnya yakni proses pengaturan maupun proses pengorganisasian. Pengorganisasian bertujuan guna mengelompokkan kegiatan-kegiatan untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Adapun langkah yang dilakukan dalam perorganisasian yakni merinci seluruh pekerjaan yang wajib diselesaikan, memantau efektivitas organisasi dan mengambil langkah-langkah penyesuaian guna peningkatan keberhasilan, dan melakukan pekerjaan secara efisien.

Hal ini merupakan dari aktivitas dalam menyusun suatu kerangka yang menjadi media bagi seluruh kegiatan usaha dengan jalan membagi dan mengelompokkan pekerjaan yang harus dilaksanakan serta berguna untuk menetapkan serta menyusun hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi. Walaupun dengan demikian pengelolaan tetap berjalan dengan baik dan semestinya. Pengorganisasian pasar ummat Al Ukhuwah dikelompokkan berdasarkan kemampuan tiap sie supaya bisa berjalan dengan baik. Adapun tahapan pengorganisasian yaitu:

- a) Menetapkan tujuan pengorganisasian
- b) Menetapkan tugas-tugas pokok anggota organisasi
- c) Membagi tugas pokok menjadi tugas yang lebih rinci
- d) Memanfaatkan sumber daya yang tersedia
- e) Memberikan arahan untuk pelaksanaan tugas dan tanggung jawab

3. Penggerakkan

Tahap selanjutnya yaitu penggerakkan yakni seluruh proses pemberian motivasi kerja bagi seluruh pengelola pasar ummat Al Ukhuwah. Sehingga mampu mengerjakan tugas dengan baik, hal ini dimaksudkan supaya tujuan dapat dicapai. Pada tahapan ini yang menentukan merupakan tahapan yang menentukan keberhasilan dalam sebuah perencanaan karena sudah terealisasi dari perencanaan yang selanjutnya dilaksanakan sesuai tugasnya berdasarkan pengorganisasian yang sudah dibentuk. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Penjelasan mengenai kebijakan yang berlaku dan sudah ditetapkan.

- b. Memberi tugas serta menjelaskan secara rutin terkait apa yang harus dikerjakan maupun permasalahannya.
- c. Menerapkan serta mengimplementasikan kepemimpinan serta motivasi terhadap pekerja secara nyaman.

Adapun pelaksanaan tugas sesuai dengan pembagiannya yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan pasar berbasis dakwah yakni pasar ummat Al Ukhuwah.

4. Pengawasan

Pada tahapan ini pihak pengelola pasar ummat al ukhuwah terjun langsung ketika kegiatan keagamaan sedang dilaksanakan. Adapun hal ini bertujuan supaya seluruh program yang dijalankan sesuai dengan rencana, ketentuan, dan prinsip yang telah disepakati. Supaya terealisasinya seluruh program kegiatan dengan baik maka perlu adanya laporan terhadap penyimpangan-penyimpangan dari rencana.

Setelah melakukan pengawasan maka selanjutnya yakni melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang tengah dilaksanakan maupun program yang telah dilaksanakan. Hal itu bertujuan guna menjadi bahan evaluasi dan intropeksi bersama supaya kegiatan selanjutnya dapat berjalan dengan baik. Begitu pula terhadap seluruh program maupun kegiatan di pasar ummat al ukhuwah.

E. Faktor pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Kegiatan oleh Pengelola di Pasar Ummat Al Ukhuwah

Adapun faktor pendukung dalam upaya pelaksanaan strategi oleh pengelola di pasar ummat Al Ukhuwah, diantaranya sebagai berikut :

- 1. Semangat para pengurus dalam memberikan pelayanan yang baik dalam kegiatan keagamaan maupun kegiatan harian di pasar ummat Al Ukhuwah.

2. Hubungan antara pengurus ataupun pengelola di pasar Ummat Al Ukhuwah berjalan dengan baik.
3. Motivasi yang cukup tinggi dari pemilik pasar kepada seluruh anggota pengelola sehingga dapat melaksanakan kegiatan sesuai dengan yang telah direncanakan.
4. Akses jalan yang mudah karena lokasi tidak jauh dari jalan raya dan tersedianya transportasi berupa ojek dari jalan raya ke pasar ummat Al ukhuwah begitu pula sebaliknya.
5. Program yang ditawarkan menarik
6. Para pedagang dan pembeli saling kenal sehingga mudah untuk berkoordinasi

Adapun Faktor penghambat dalam upaya peningkatan dan pengembangan pasar ummat Al Ukhuwah antara lain sebagai berikut :

1. Tidak tersedianya papan petunjuk jalan menuju pasar Ummat Al Ukhuwah.
2. Dalam pelaksanaan kegiatan terjadi miss komunikasi tidak ada yang mengkoordinasi parkir sehingga para pengunjung kurang nyaman.

BAB IV
ANALISIS STRATEGI PENGELOLA DALAM MEMBANGUN PASAR
BERBASIS DAKWAH (STUDI PASAR UMMAT AL UKHUWAH
KABUPATEN BATANG JAWA TENGAH)

A. Analisis Strategi Pengelola dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al Ukhuwah)

Pada bab IV ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian lapangan dan kemudian dibahas untuk mencapai suatu kesimpulan. Adapun data-data yang didapatkan tersebut bersumber dari permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB I yaitu Strategi Pengelola Pasar Dalam Membangun Pasar Berbasis Dakwah (Studi Pasar Ummat Al Ukhuwah Kabupaten Batang Jawa Tengah).

Adapun informan utamanya adalah pihak pengelola pasar H. Munir Hakim selaku pemilik dan ketua pengelola dan Muslichun selaku sekretaris yang terpilih untuk memperjelas dan memperkuat data yang diperoleh dari lapangan. Adapun hasil penelitian ini didapatkan lewat wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Di dunia ini manusia hidup saling berdampingan dan diatur oleh hukum dan norma yang berlaku. Pada abad ini manusia juga menghadapi berbagai macam problema yang kompleks, problema tersebut menyangkut sosial, ekonomi, budaya, agama, dan lain sebagainya. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan ilmu manajemen atau pengelolaan. (Siagian, 1978)

Pengelolaan adalah kekuatan utama dalam organisasi apapun. Strategi sangatlah penting bagi kehidupan manusia dikarenakan dapat mempermudah urusan hidup manusia dengan spesialisasi pekerjaan maupun pengembangan skala yang ada di era saat ini. Adapun tujuannya diantaranya supaya tujuan yang saling bertentangan untuk mencapai efisiensi dan efektifitas. Keberhasilan suatu kegiatan ataupun pekerjaan tergantung bagaimana pengelolaannya. Ketidak berhasilan pengelola dalam mengimplementasikan strategi dakwah berdampak pada tujuan yang tidak

tercapai. Tujuan yang dimaksud oleh pihak pengelola yakni kolaborasi antar nilai ekonomi dan agama atau dakwah.

Dalam perkembangannya, pengelola pasar Ummat Al Ukhuwah desa Sengon, kabupaten Batang Jawa Tengah mengalami perbaikan dan perkembangan yang cukup baik. Dalam pengembangan pasar Ummat Al Ukhuwah pengelola pasar juga turut melibatkan masyarakat setempat sebagai relawan dengan tujuan yang sama yakni menjaga nilai-nilai yang baik dalam pengelolaan pasar ummat Al Ukhuwah. Selain itu hadirnya pasar berbasis dakwah seperti pasar Ummat Al Ukhuwah ini memberikan dampak positif untuk masyarakat desa Sengon dan sekitarnya. Adapun dampak ekonomi dari pasar Ummat Al Ukhuwah ini sebagai media berdagang bagi para warga jadi para warga tidak harus menyediakan lapak sendiri di rumah karena sudah difasilitasi oleh pihak pengelola pasar, para tukang ojek juga merasa terbantu karena bisa mencari pelanggan di pasar. Sementara itu dalam bidang sosial pasar Ummat Al Ukhuwah ini menjadi media bersosialisasi baik antar pedagang, pembeli, maupun pengelola pasar.

Dalam segi agama sejumlah kegiatan keagamaan yang telah diselenggarakan pengelola pasar maupun para relawan akan menambah keimanan para pelaku jual beli di pasar Ummat Al-Ukhuwah. Pengelolaan pasar Ummat Al Ukhuwah hingga saat ini cukup naik dan sesuai dengan tugas pokok masing-masing pengelola. Dalam hal ini penerapan fungsi manajemen sudah diterapkan secara maksimal guna mencapai tujuan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

Dalam peraturan Presiden No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional , pusat perbelanjaan, serta toko modern menunjukkan bahwasanya pemerintah serius untuk menangani perkembangan suatu pasar maupun pusat perbelanjaan supaya tercapainya tujuan yang diinginkan.

Adapun langkah-langkah yang telah diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Persiapan, yang meliputi

- f) *Forecasting* atau tindakan memperkirakan segala hal yang akan terjadi.

Pada tahapan ini pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah membuat perkiraan mengenai kegiatan apa yang akan diselenggarakan, memperhatikan keadaan lingkungan yang akan dijadikan objek kegiatan, dan mempersiapkan alternatif rencana apabila kegiatan yang diselenggarakan tidak berjalan dengan baik. Misalnya adalah memasuki bulan *Muharrom* pihak pengelola pasar akan mendatangkan narasumber yang membahas tentang bulan muharram dan amalan-amalannya.

- g) Mempersiapkan tujuan yang akan dicapai

Dalam sebuah kegiatan, pihak pengelola pasar terlebih dahulu membidik tujuan apa yang ingin dicapai. Contohnya adalah pihak pengelola ingin agar para pedagang dan pembeli di pasar salat tepat waktu, maka dibuatlah alarm setiap salat.

- h) Mencari tindakan dakwah

Setelah menentukan perkiraan dan mempersiapkan tujuan yang ingin dicapai, pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah kemudian akan menentukan tindakan apa yang tepat dilakukan supaya tujuan-tujuan itu tercapai. Contohnya apabila ada masyarakat yang enggan untuk datang ke pengajian, maka pihak pengelola akan mengundangnya untuk berdiskusi mengenai taklim *kitab fadillah amal*.

- i) Membuat jadwal kegiatan

Pada tahapan ini pihak pengelola akan membuat jadwal kegiatan yang akan diselenggarakan. Contohnya :

- a. Perencanaan kegiatan harian, dalam perencanaan harian ini pengelola memastikan penjagaan, penertiban lingkungan pasar supaya para pelaku usaha baik pedagang dan pembeli merasa aman dan nyaman. Selain itu juga pemutaran tilawah al-qur'an,

alarm salat dhuha dan dzuhur, dan taklim juga sudah direncanakan.

- b. Perencanaan kegiatan mingguan, kegiatan mingguan mengadakan kajian pagi yang disebut Kuliah Ahad Pagi yang mendatangkan narasumber dari berbagai macam daerah. Serta dibuka oleh pihak pengelola pasar. Adapun tempat pelaksanaannya ada di halaman pasar.
- c. Perencanaan kegiatan tahunan yakni santunan anak yatim setiap 10 muharram dari masyarakat setempat dan donatur pondok. Adapun tempat pelaksanaannya ada di kawasan lapangan fatahillah dan halaman pasar ummat Al ukhuwah.. selain itu pelaksanaan salat idul fitri setiap 1 Syawwal, salat idul adha setiap tanggal 10 dzulhijjah, juga pendistribusian ke masyarakat setempat, dan program yang terakhir yaitu pengajian akbar yang dilaksanakan di kawasan pasar ummat al ukhuwah. Maka dari itu perencanaan berbagai macam kegiatan ini perencanaan amat diperlukan guna menjamin kesuksesan kegiatan.

j) Menentukan lokasi dakwah

Pada tahapan ini pengelola akan mengupayakan tempat kegiatan yang akan diselenggarakan termasuk juga tempat evakuasi apabila kegiatan tidak berjalan dengan baik.

k) Memperkirakan biaya yang dibutuhkan

Bendahara selaku pihak pengelola akan mempersiapkan besaran anggaran yang akan dibutuhkan untuk penyelenggaraan suatu kegiatan sesuai dengan kebutuhan setiap sie.

Adapun dari hasil penelitian tersebut yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan bahwa sejatinya proses persiapan seluruh kegiatan keagamaan di pasar ummat Al Ukhuwah telah berjalan baik dan maksimal juga sejalan dengan pengimplentasian fungsi-fungsi pengelolaan dimana kegiatan-

kegiatan tersebut dilaksanakan guna memperoleh hasil yang efektif dan efisien.

2. Pelaksanaan

Untuk menyelenggarakan suatu kegiatan, atau pengelolaan ada beberapa poin penting yang harus dipenuhi, antara lain :

- a) Pengorganisasian yakni tindakan mengupayakan hubungan-hubungan perilaku yang efektif diantara orang-orang. Adapun langkah-langkah dalam pengaturan, yakni : Pelaksanaan
 - 1) Mendetail semua pekerjaan yang wajib diselesaikan.
 - 2) Memperhatikan keberhasilan pengaturan serta mengambil tahapan penyesuaian guna meningkatkan keberhasilan.
 - 3) Melakukan pekerjaan anggota secara penting dimana terdapat proses pemberian perintah, mengalokasikan sumber daya sesuai dengan kemampuan. Adapun masing-masing individu guna mengelompokkan kegiatan secara terkoordinir guna menjalankan rencana.

Adapun sesuai hasil dari wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa pengaturan atau pengorganisasian pada seluruh kegiatan keagamaan di pasar Ummat Al Ukhuwah sudah berjalan dengan baik, karena:

- a. Pembagian tugas sudah sesuai dengan wewenang dan kemampuannya, setiap sie yang ada di pasar ummat Al Ukhuwah mengerjakan kewajiban dan tugas sesuai dengan wewenang yang telah ditetapkan sehingga setiap program kegiatan berjalan dengan efisien.
- b. Pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah menggunakan skala prioritas dimana kegiatan yang paling dibutuhkan terlebih dahulu. Apabila ada kendala pada kegiatan, maupun kerusakan yang ada di pasar maka akan diprioritaskan untuk perbaikan.

Dari beberapa poin di atas terdapat komunikasi dakwah dari pengelola pasar selaku *da'I* maupun subjek dakwah pada pedagang dan pembeli selaku *mad'u* ataupun objek dakwah menggunakan metode ceramah dengan pengadaan kuliah Ahad pagi setiap satu minggu sekali. Selain itu metode yang digunakan yakni metode propaganda yang menargetkan perubahan pada *mad'u* lewat pemutaran ceramah, sirine salat, dan tilawah al qu'an di pagi hari.

Sementara itu media yang dipakai yaitu media audio dengan pemutaran ceramah keagamaan dan tilawah al qur'an dan internet dengan implementasi penyebaran ceramah keagamaan lewat video di youtube dan facebook.

Materi yang disampaikan lewat ceramah keagamaan yakni tentang hubungan sosial antara manusia atau *hablu minna nas* dan hubungan seorang hamba dan pencipta (*hablu minnallah*). Tujuan pengelola pasar ummat Al Ukhuwah berorientasi pada transaksi yang sehat dan bebas dari pungutan liar tercapai, akan tetapi saat adzan berkumandang para pelaku jual beli di pasar tidak segera melaksanakan salat di masjid dan masih melakukan transaksi.

3. Evaluasi

Setelah seluruh kegiatan selesai, maka pihak pengelola akan berkumpul di suatu tempat guna membahas tentang keberhasilan dan kegagalan dalam menyelenggarakan kegiatan supaya kesalahan-kesalahan tersebut tidak terulang kembali.

B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengelola Pasar Berbasis Dakwah (Pasar Ummat Al Ukhuwah)

Dalam setiap pengelolaan terdapat objek daya tarik pada sebuah tempat guna meningkatkan dan mengembangkan suatu pelayanan bagi

pembeli dan penjual akan tetapi hal ini tidak serta merta melepaskan dengan yang namanya hambatan.

Seperti halnya yang terjadi di pasar ummat Al Ukhuwah yang terletak di desa Sengon kecamatan Subah kabupaten Batang Jawa Tengah. Dimana setiap kelompok menginginkan hasil yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Akan tetapi seiring dengan berpacunya waktu lingkungan akan terpengaruh oleh setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi. Sehingga setiap organisasi diwajibkan mampu beradaptasi serta menganalisa segala perubahan yang ada. Perubahan-perubahan ini yang kemudian memunculkan hambatan serta faktor pendukung bagi keberlangsungan pengelola.

Hal demikian juga dengan pengelolaan di pasar ummat Al Ukhuwah yang merupakan pasar berbasis dakwah yang memiliki hambatan-hambatan ataupun faktor pendukung dalam merealisasikan setiap kegiatan yang ada. Metode analisis SWOT yakni metode analisis guna mengetahui faktor pendukung dengan faktor penghambat suatu organisasi.

Analisa SWOT merupakan identifikasi bagi faktor secara sistematis guna merumuskan strategi organisasi dengan cara menjelaskan kekuatan maupun kelemahan organisasi, peluang, maupun setiap hambatan. Analisa kekuatan (*strength*), dan kelemahan (*weakness*) adalah yang ditunjukkan untuk lingkungan internal organisasi. Sementara analisis peluang (*opportunity*) juga ancaman (*threat*) diajukan untuk lingkungan di luar organisasi (Siagian, 2004)

Adapun matrik SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi. Matrik SWOT atau kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman yaitu alat penting guna membantu manajer empat tipe strategi yaitu SO (*strength-opportunities*), WO (*weak opportunities*), ST (*strength-threats*), dan WT (*weakness- threats*)

1. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi dengan memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan.
2. Strategi WO yaitu strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalisir kelemahan di dalam organisasi.
3. Strategi ST yaitu strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi guna mengatasi ancaman yang terdeteksi.
4. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada sertamenghindari ancaman (Istiqomah & Andriyanto,2017).

Adapun faktor-faktor dalam pengelolaan pasar ummat al ukhuwah, menggunakan analisis SWOT guna menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman, antara lain sebagai berikut :

- a. Kekuatan (*Strength*) yaitu sumber, kapasitas, keunggulan dan potensi yang bisa diterapkan secara efektif guna mencapai tujuan. Adapun kekuatan yang dimiliki pasar ummat Al Ukhuwah sudah teridentifikasi sebagai berikut :
 - 1) Semangat para pengurus dalam memberikan pelayanan yang baik dalam tiap kegiatan keagamaan maupun kegiatan harian di pasar Ummat Al Ukhuwah.
 - 2) Hubungan antara pengurus maupun pengelola di pasar ummat Al Ukhuwah berjalan dengan baik.
 - 3) Motivasi yang cukup tinggi dari ketua maupun pemilik kepada seluruh anggota pengelola sehingga dapat melaksanakan kegiatan dengan baik.

- 4) Akses jalan yang mudah karena lokasi pasar tidak jauh dari jalan raya dan tersedianya transportasi berupa ojek dari jalan raya ke pasar ummat Al Ukhuwah dan begitu pula sebaliknya.
 - 5) Program yang ditawarkan menarik
 - 6) Para pedagang dan pembeli saling kenal sehingga mudah untuk diberi sosialisasi.
- b. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi yang meyakinkan guna perkembangan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. faktor
- 1) Letak lokasi pasar berada di tengah-tengah penduduk muslim
 - 2) Penyebaran informasi dari internet oleh media berita
 - 3) Banyak penjual yang berasal dari luar daerah dan ikut membaaur dengan masyarakat setempat.
 - 4) Menjadikan lahan ekonomi dan dakwah
- c. Kelemahan (*weakness*) dapat dipahami sebagai keterbatasan, kekurangan, dan ketidakberdayaan yang dapat menghambat pencapaian tujuan. Adapun kelemahan yang dimiliki pasar ummat Al Ukhuwah adalah :
- 1) Tidak tersedianya papan petunjuk jalan menuju pasar Ummat Al Ukhuwah.
 - 2) Terjadi miss komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan sehingga tidak ada yang mengatur parkir dan membuat pengunjung tidak nyaman.
- d. Keuntungan (*Opportunities*) adalah situasi yang mendukung untuk pengembangan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Adapun keuntungan yang dimiliki pasar Ummat Al Ukhuwah adalah sebagai berikut ini :
- 1) Merupakan pasar berbasis dakwah pertama di Batang, Jawa Tengah sudah berdiri dari 2008.

- 2) Narasumber yang berganti tiap minggu untuk mengisi kuliah ahad pagi sehingga tidak membuat jenuh.
 - 3) Sarana dan prasarana yang memadai yang disediakan pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah
 - 4) Masyarakat setempat mau mendukung keberlangsungan dakwah di pasar ummat al ukhuwah. Dibuktikan dengan banyaknya relawan yang turut andil dalam seluruh kegiatan keagamaan di pasar.
- e. Ancaman (*Threat*) yaitu situasi yang tidak mendukung, berupa hambatan, dan kendala atau berbagai unsur eksternal yang potensial mengganggu sehingga menimbulkan masalah.
- 1) Pasar ummat al ukhuwah hanya dikenal oleh masyarakat desa Sengon dan sekitarnya.
 - 2) Para penduduk kurang istiqomah dalam mengikuti rangkaian kegiatan dakwah di pasar ummat Al Ukhuwah.

Internal	Kekuatan	Kelemahan
	<ul style="list-style-type: none"> • Semangat para pengurus dalam memberikan pelayanan yang baik dalam tiap kegiatan keagamaan maupun kegiatan harian di pasar Ummat Al Ukhuwah. • Hubungan antara pengurus maupun pengelola di pasar ummat Al Ukhuwah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak tersedianya papan petunjuk jalan menuju pasar Ummat Al Ukhuwah • Terjadi miss komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan sehingga tidak ada yang mengatur parkir dan membuat pengunjung tidak

	<p>berjalan dengan baik.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivasi yang cukup tinggi dari ketua maupun pemilik kepada seluruh anggota pengelola sehingga dapat melaksanakan kegiatan dengan baik. • Akses jalan yang mudah karena lokasi pasar tidak jauh dari jalan raya dan tersedianya transportasi berupa ojek dari jalan raya ke pasar ummat Al Ukhuwah dan begitu pula sebaliknya. • Program yang ditawarkan menarik • Para pedagang dan pembeli saling kenal sehingga mudah untuk diberi sosialisasi. 	nyaman.
Eksternal	Keuntungan	Ancaman

	<ol style="list-style-type: none"> 1) Merupakan pasar berbasis dakwah pertama di Batang, Jawa Tengah sudah berdiri dari 2008. 2) Narasumber yang berganti tiap minggu untuk mengisi kuliah ahad pagi sehingga tidak membuat jenuh. 3) Sarana dan prasarana yang memadai yang disediakan pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah 4) Masyarakat setempat mau mendukung keberlangsungan dakwah di pasar ummat al ukhuwah. Dibuktikan dengan banyaknya relawan yang turut andil dalam seluruh kegiatan keagamaan di pasar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pasar ummat al ukhuwah hanya dikenal oleh masyarakat desa Sengon dan sekitarnya. Para penduduk kurang istiqomah dalam mengikuti rangkaian kegiatan dakwah di pasar ummat Al Ukhuwah
--	---	--

Setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, keuntungan, serta ancaman yang dipunyai oleh pasar ummat Al Ukhuwah, maka selanjutnya menggunakan matrik SWOT yang membantu untuk mengembangkan

empat tipe strategi yaitu *SO strength-opportunities*, *WO weakness-opportunities*, *ST strength-threats*, dan *WT weakness-threats*.

- a) Strategi SO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Dalam strategi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi. Adapun hasil dari analisis strategi ada bahwa pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah diharapkan untuk memanfaatkan media sosial dengan membuat akun membuat akun sosial media. Sehingga ketika pelaksanaan kegiatan baik kuliah ahad pagi, taklim, dan sebagainya bisa ditayangkan secara online dan bisa dilihat oleh banyak orang.
- b) Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalisir kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan dalam organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut. Adapun hasil analisis strategi adalah supaya pihak pengelola meningkatkan koordinasi di setiap sie supaya tidak terjadi miss komunikasi antar pengurus. Hal ini supaya meminimalisir terjadinya kesalahan.
- c) Strategi ST merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi guna mengatasi ancaman yang terdeteksi.. adapun hasil dari analisis strategi ST adalah memberikan edukasi pada warga lewat kegiatan-kegiatan keagamaan yang terselenggara di pasar Ummat Al Ukhuwah.
- d) Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Adapun hasil dari analisis strategi ini adalah Pihak pengelola mengkoordinasi para relawan agar tempat kegiatan dakwah lebih kondusif. Selain itu penyebaran informasi dan ceramah oleh media sosial, sehingga warga yang tidak sempat ikut kajian bisa tetap menyimak dakwah.

Internal	Strengths	Weakness
Eksternal		
Opportunities	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak pengelola pasar ummat Al Ukhuwah diharapkan untuk mema/nfaatkan media sosial dengan membuat akun membuat akun sosial media. Sehingga ketika pelaksanaan kegiatan baik kuliah ahad pagi, taklim, dan sebagainya bisa ditayangkan secara online dan bisa dilihat oleh banyak orang 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak pengelola meningkatkan koordinasi di setiap sie supaya tidak terjadi miss komunikasi antar pengurus. Hal ini supaya meminimalisir terjadinya kesalahan
Threats	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan edukasi pada warga lewat kegiatan-kegiatan keagamaan yang terselenggara di pasar Ummat Al Ukhuwah. 	<p>Setrategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pihak pengelola mengkoordinasi para relawan agar tempat kegiatan dakwah lebih kondusif. Selain itu penyebaran informasi dan ceramah oleh

		media social, sehingga warga yang tidak sempat ikut kajian bisa tetap menyimak dakwah.
--	--	---

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pemasaran di atas yang dilakukan oleh peneliti yang kemudian dituliskan dalam hasil penelitian ini yakni tentang strategi pengelola pasar dalam membangun pasar berbasis dakwah (pasar ummat Al Ukhuwah) serta faktor penghambat dan pendukung di dalamnya dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Pengelolaan pasar Ummat Al Ukhuwah telah dikelola secara maksimal oleh tim pengelola Al Ukhuwah. Adapun pengelolaan sudah cukup berjalan dengan baik seiring perkembangan dan peningkatan. Dalam penerapannya, pengelolaan yang dilakukan oleh pengurus pasar ummat Al Ukhuwah yakni menggunakan pendekatan fungsi-fungsi pengelolaan untuk mengembangkan pasar ummat Al Ukhuwah yang bertujuan agar pengelolaan berjalan dengan lancar dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara baik dan efisien. Dalam hal ini adapun fungsi-fungsi pengelolaan yang sudah diterapkan yakni perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Adapun seluruh fungsi tersebut saling terkait dan dijalankan oleh pihak pengelola sebagaimana mestinya. Untuk fasilitas yang ada di pasar ummat Al Ukhuwah terbilang cukup memadai. Sementara itu seluruh kegiatan yang ada baik harian, mingguan, maupun tahunan dapat dikelola dengan baik. Sehingga menarik para masyarakat turut serta menyukseskan kegiatan-kegiatan tersebut. Tujuan kedepannya supaya pasar berbasis dakwah seperti ini agar ditiru oleh pasar-pasar lain.
2. Terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan manajemen yang ada di pasar ummat Al Ukhuwah. Adapun faktor pendukung tersebut yakni pengelolaan pasar sudah berjalan dengan semestinya sesuai yang sudah disepakati pihak pengelola pasar sudah menyebarkan media sosial untuk menyebarkan

informasi dan ceramah keagamaan. Sementara itu faktor penghambat terjadi miss komunikasi antar pengelola sehingga kurang koordinator di lapangan. Kemudian Penduduk kurang istiqomah dalam mengikuti aktivitas dakwah serta tidak tersedianya papan petunjuk arah menuju pasar ummat Al Ukhuwah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang telah dilakukan oleh penulis, maka terdapat beberapa saran, yakni berikut ini. :

1. Bagi para pihak pengelola supaya mempelajari kemajuan digital supaya bisa mempromosikan pasar lebih baik lagi.
2. Sebaiknya pihak pengelola memberikan himbauan atau sosialisai tentang tata tertib bagi para pengunjung maupun pedagang pasar
3. Membuat petunjuk jalan supaya masyarakat lebih mudah menuju pasar ummat Al Ukhuwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeni. (2022). *studi dakwah dalam lanskap kontemporer*. Tim FATAWA Publishing.
- Ain Rahmi. (2012). *Mekanisme Pasar dalam Islam*. IAIN Pontianak.
<https://www.neliti.com/publications/10534/mechanisme-pasar-dalam-islam>
- Asrul Mahfud. *Prinsip Komunikasi Islam*.
https://www.academia.edu/33006341/Prinsip_Komunikasi_Islam
- Depi Rahayu (2017). *Strategi Pengelolaan Dana Desa untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Kalikayen Kabupaten Semarang*
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj> Strategi Pengelolaan Dana Desa untuk Meningkatkan Kese
- Diky, Z. (2016). *Hubungan Kohesivitas Kelompok dengan Kinerja Karyawan pada Bagian Pemasaran Ekspor PT Bio Farma (Persero)*.
<http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/3218>
- Dr. Ilyas Supena, M. A. (2013). *Filsafat Ilmu Dakwah (Perspektif Filsafat Ilmu Sosial)*. Penerbit Ombak.
- Drs Wahidin Saputra, M. . (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Edi, S., Saputra, J., & Husna, A. (2022). Mekanisme Pasar dala Konteks Islam. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.477>
- Haryanto. (2013). *Metode Dakwah di Kalangan Pedagang Pasar Tradisional Losari Kecamatan Losari Kabupaten Brebes*. IAIN Syekh Nurjati
<http://repository.syekhnurjati.ac.id/view/subjects/L1.type.html>
- Iddrus, M. (2007). Penelitian Ilmu-ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif). In *Penelitian Ilmu-ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan*

Kuantitatif) (p. 181). UII Press.

Iik Rokhimah. (2016). *Etika Komunikasi 2016*.

https://www.academia.edu/33834478/ETIKA_KOMUNIKASI_2016

Imelda Larasati. 2020. *Metode Dakwah Bil Lisan Habib Salim Nizar Bin Abu Bakar BSA pada Jamaah Ta'lim dan Dzikir Al Inat Pemalang*. UIN Walisongo Semarang

<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/12877/>

Linda Khoirun Nisak, dkk. (2017). *Analisa Kecurangan dalam Takaran Jual Beli oleh Pedagang ditinjau dari Fiqih Riba*. STAIN Kediri

<https://jurnalfasya.iainkediri.ac.id/index.php/qawanin/article/view/7/6>

Malahina, Edwin Ariesto Umbu, A. C. H. L. (2021). No Title. *Analisa Kebutuhan Pengembangan Model Sistem Barter Di Ea Pandemi Covid 19 Berbasis Website*.

Purwaningtyastuti. (2020). Kohesivitas Kelompok Ditinjau dari Interaksi Sosial Dan Jenis Kelamin pada Anak-Anak Panti Asuhan. *Philanthropy Journal of Psychology*, 4 no. 2(interaksi sosial), 118.

Saerozi. (2013). *Ilmu Dakwah*. ombak dua.

Samsians. *Dakwah Melalui Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal*

<https://www.almishbahjurnal.com> › download

Sarwo Edi, Julfan Saputra, Asmaul Husna. (2022). Mekanisme Pasar dalam Konteks Islam. UIN Sumatera Utara.

<https://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/477>

Seohadha, M. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Studi Agama* (p. 131). Suka Press.

Syibil Yusrina Putri, Mohd Hussein Nawawi. (2018). *Strategi Promosi "Berbasis Dakwah" Majalah Noor*.

<https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/21334>

Thohir Yuli Kusmanto, M. S. (2011). *Gerakan Dakwah di Kampus Riwayatmu Kini (Telaah Kritis Pola dan Strategi Gerakan Dakwah di Kampus Kota Semarang)*. IAIN Walisongo.

Wahyu Ilahi, M. A. (2010). In Andriyani Kamsyah (Ed.), *Komunikasi Dakwah*. PT REMAJA ROSDAKARYA.

DAFTAR LAMPIRAN

WAWANCARA

Nama : H. Munir Hakim

Status : Pemilik Pasar

1. Apa saja program harian, mingguan, bulanan, dan tahunan pasar Ummat Al Ukhuwah?

Karena pasar berdampingan dengan pondok, untuk program harian ada pengajian setelah selesai salat di masjid pasar. Program mingguan, setiap minggu pagi dilakukan pengajian dari pukul 05:30 – 07:30 Wib. Lalu program bulanan dilakukan rihlah atau safari religi bersama relawan yang dilakukan tiga hari, dengan iftikaf di masjid kampung-kampung tetangga. Untuk program tahunan mengadakan akhirusanah pondok yang melibatkan orang-orang pasar.

2. Apa kekurangan dan kelebihan dari pasar Ummat Al Ukhuwah jika dibandingkan dengan pasar-pasar lain?

Kekurangan pasar Ummat Al Ukhuwah karena lingkungannya baru kampung dan letaknya didalam kampung maka tidak bisa sebesar pasar-pasar kecamatan. Kemudian suplai distribusi barang yang belum dari hilir membuat harga belum dapat bersaing sehingga sebagian pembeli memilih ke pasar kecamatan dikarenakan perbedaan harga Rp.100 – Rp.200.

Kelebihan pasar Ummat Al Ukhuwah yaitu lebih rapi karena tidak terlalu besar, tempatnya nyaman, parkir luas dan tidak becek.

3. Apa yang akan dikembangkan di pasar Ummat Al Ukhuwah oleh pengelola?

Pertama orang-orang yang datang ke pasar, baik pedagang maupun pembeli dapat bertambah ilmu agamanya, dengan adanya pengajian harian dan mingguan. Kedua, konsep pasar Ummat Al Ukhuwah yang memiliki pengajian dapat ditiru oleh pasar-pasar lain.

4. Bagaimana keakraban dalam interaksi sosial antara pedagang dengan pembeli maupun pendiri pasar?

Hubungan keakraban antara pedagang dan pembeli sangat baik, dikarenakan 80% pedagang dan 80% pembeli adalah warga kampung maka lebih akrab.

5. Apa tujuan pasar Ummat Al Ukhuwah?

Program pasar Ummat Al Ukhuwah dapat dilanjutkan oleh pemerintah desa, dengan merelokasi pasar agar dapat diperbesar serta mendapatkan subsidi. Lahan yang sebelumnya untuk pasar dapat digunakan untuk pengembangan pondok dengan membangun SD IT (Islam Terpadu) atau SMP IT.

6. Bagaimana strategi dakwah dalam pasar Ummat Al Ukhuwah

Karena pedagang dan pembeli tidak dapat lima waktu di pasar seperti yang dijelaskan pada program harian dengan adanya pengajian sehabis salat. Maka dimaksimalkan di pengajian minggu pagi dimana pasar dibuka setelah pengajian selesai sesuai kesepakatan pengelola dan pedang dengan harapan meskipun tujuan mereka ke pasar tetapi juga menjadi santri.

7. Bagaimana dengan kegiatan sehari-hari yang memutarakan pengajian di pasar Ummat Al Ukhuwah?

Sebenarnya ada program untuk itu dan sudah direncanakan, namun terkendala relawan yang belum dapat meluangkan waktunya di setiap jam setengah sepuluh pagi ketika pasar sudah agak longgar untuk memutarakan pengajian di pasar dengan harapan ketika pedagang melakukan kegiatannya telinganya dapat mendengarkan pengajian.

8. Apa hambatan yang dirasakan oleh pengelola pasar Ummat Al Ukhuwah?

Dengan biaya retribusi Rp.2.000 setiap hari dengan pedagang aktif 40 orang maka mendapatkan Rp.80.000, jika dikumpulkan setiap bulan untuk

biaya kebersihan, biaya demang pasar, dan biaya kemanan, maka tidak ada uang untuk mengembangkan potensi-potensi pasar.

9. Bagaimana pengelola pasar Ummat Al Ukhuwah menanggapi kejadian barang belanjaan hilang yang terjadi di setiap hari minggu?

Rencana dalam waktu dekat pengelola pasar akan memasang cctv, setidaknya menimbulkan rasa takut kepada orang yang akan berbuat jahat untuk mencuri barang belanjaan.

Nama narasumber : Muslichun

Status : Sekretaris pengelola

1. Apa tujuan didirikannya pasar Ummat Al Ukhuwah?

Tujuan pendirian pasar Ummat Al Ukhuwah yaitu mendekatkan penjual kepada pembeli, sehingga para pembeli tidak perlu jauh-jauh pergi ke pasar kecamatan dan pasar kabupaten.

2. Apa visi dan misi didirikannya pasar Ummat Al Ukhuwah?

Visi pendirian pasar Ummat Al Ukhuwah, sebagai pasar tradisional yang didalamnya terjadi transaksi yang sehat, aman, nyaman, saling mensejahterakan dan terbebas dari pungutan liar dan rentenir dengan konsep pasar dan pondok pesantren yang dapat bersinergi.

Misinya meningkatkan taraf hidup pelaku di dalamnya membuat pasar yang simpel, terpercaya, nyaman, saling menguntungkan dan mensejahterakan, meskipun pasar desa namun menjual barang-barang yang berkualitas.

3. Bagaimana sejarah beridrinya pasar Ummat Al Ukhuwah?

Awal mula pasar terbentuk dari lapak-lapak kecil di pinggir jalan kemudian dengan bertambahnya waktu bertambah banyak yang membuat jalan macet, sehingga di relokasi oleh pihak desa dengan menyewa tempat dalam kurun waktu 10 tahun. Kemudian kontrak selesai dan tidak dapat diperpanjang, sehingga para pedagang di relokasi ketempat baru yang berlokasi berdampingan dengan pondok. Awal pasar Ummat Al Ukhuwah yang didirikan, mengusung konsep pasar santri, dengan menggelar pengajian ahad pagi setiap satu bulan sekali.

DOKUMENTASI



Kegiatan Kuliah Ahad Pagi



Kegiatan Jual Beli setelah selesai kajian



Tampak depan Pasar Ummat Al Ukhuwah (berisi toko sembako, plastik, dan sejenisnya)



Para Pelaku jual beli pasar bagian dalam



Santunan anak yatim setiap 10 Muharram



Santunan Anak Yatim 10 Muharram setiap tahun



Sallat Idul Fitri setiap 1 Syawwal



Salat Idul Adha



Hewan Qurban yang akan diqurbankan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Miftah Chusna Audina

Tempat/tanggal lahir : Batang, 20 Juli 1999

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl Raya Sengon, dukuh Winongsari no. 35 rt 05 rw
01, Kecamatan Subah, Kabupaten Batang

No. Telp : WA (08882877344)

Riwayat Pendidikan Formal:

1. RA Masyitoh Sengon Subah tahun lulus 2005
2. SD Negeri Sengon 01 Subah tahun lulus 2011
3. Mts Darul Hikmah Sengon Subah lulus tahun 2014
4. Pondok Modern Gontor Putri 1 Mantingan, Ngawi, Jawa Timur lulus tahun 2018