

**MANAJEMEN STRATEGI PENGELOLAAN PASAR  
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi di Pasar Segamas Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh**  
**HENDRIANTO**  
**NIM : 102323030**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2018**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Manajemen Strategi .....	16
1. Definisi Manajemen.....	16
2. Pengertian Strategi .....	18
3. Pengertian Manajemen Strategi .....	19
4. Manfaat Manajemen Strategi .....	20
5. Proses Manajemen Strategi .....	20
B. Pengelolaan Pasar .....	29
1. Pasar Tradisional dan Pasar Modern.....	29
2. Pengelolaan Pasar Tradisiona oleh Pemerintah .....	30
3. Kriteria Penataan Pasar Tradisional .....	30
4. Karakteristik Pasar Tradisional .....	33

	5. Analisis SWOT .....	34
	C. Manajemen Strategi dalam Islam.....	38
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis Penelitian.....	40
	B. Waktu Lokasi Penelitian .....	42
	C. Metode Pengumpulan Data.....	42
	D. Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
	A. Gambaran Umum Pasar Segamas Kota Purbalingga .....	46
	1. Letak dan Kondisi fisik Pasar Segamas Kota Purbalingga.	46
	2. Visi dan Misi .....	47
	3. Struktur pengurus pasar Segamas Purbalingga .....	47
	4. Tugas Pokok Dinas Pengelolaan Pasar Segamas.....	48
	5. Profil pedgang.....	54
	B. Implementasi Manajemen Strategi pengelolaan pasar Segamas Kota Purbalingga .....	56
	C. Analisis Manajemen Strategi pengelolaan pasar Segamas Kota Purbalingga dalam perspektif Ekonomi Islam.....	64
<b>BAB V</b>	<b>: PENUTUP</b>	
	A. Simpulan .....	73
	B. Saran.....	74
	C. Kata Penutup .....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen adalah hal yang penting bagi kelangsungan sebuah usaha, termasuk organisasi publik seperti pasar. Rencana masa depan bagi setiap perusahaan adalah dengan harapan ke depannya akan lebih baik, namun karena masa depan tidak bisa diprediksi dengan pasti, maka perlu dibuat suatu perencanaan strategi untuk ke depan. Banyak penelitian membuktikan bahwa perusahaan besar menggunakan manajemen strategi guna peningkatan kinerjanya. Manajemen strategi adalah suatu proses untuk perencanaan, implementasi (penerapan), dan pengendalian strategi bagi perusahaan, di mana untuk mendukung strategi juga dengan menentukan misi dan tujuan organisasi tersebut, untuk menghadapi lingkungan eksternalnya yang selalu berubah.<sup>1</sup>

Manajemen strategi menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah organisasi,<sup>2</sup> sehingga sangat diperlukan. Penelitian oleh beberapa ahli manajemen juga mengindikasikan bahwa organisasi atau perusahaan yang menggunakan konsep manajemen strategi lebih menguntungkan dan berhasil dibandingkan dengan organisasi lain yang tidak menggunakan.<sup>3</sup> Alasan utama pentingnya manajemen strategi adalah bahwa manajemen strategi dapat membedakan seberapa baik suatu organisasi dalam pencapaian kinerjanya, dan organisasi atau perusahaan yang menggunakan manajemen strategi akan memperoleh tingkat kinerja yang lebih tinggi. Alasan lain berkaitan dengan organisasi atau perusahaan yang harus menghadapi segala bentuk perubahan situasi. Perubahan tersebut dapat saja kecil dan tidak signifikan, tetapi meskipun demikian, setiap perubahan harus tetap ditanggapi oleh direktur. Direktur akan mempertimbangkan variabel-variabel yang relevan dalam memutuskan apa yang harus dilakukan dan bagaimana

---

<sup>1</sup> Parlin Nainggolan, "Pentingnya Manajemen Strategi bagi Organisasi dan Perusahaan", tanggal 29 Juni 2011, <http://ekonomi.kompasiana.com>., diakses pada 02 November 2015 pukul 13.02 WIB.

<sup>2</sup> J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*.terj. Julianto Agung (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 3.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 21.

melakukannya dengan mengikuti proses manajemen strategi karena Allah SWT sesungguhnya mencintai aktivitas yang terorganisir dengan baik, sebagaimana dijelaskan dalam QS. *As Şaff*: 4

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بَنِينَ مَرْصُومًا

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.<sup>4</sup>

Aktivitas ekonomi masyarakat dewasa ini berkembang pesat seiring kemajuan zaman dan pola pikir manusia yang futuris, sebagaimana tempat aktifitas itu sendiri yaitu pasar. Saat ini pasar tradisional masih menjadi wadah utama penjualan produk-produk berskala ekonomi rakyat seperti hasil dari para petani, nelayan, pedagang barang kerajinan tangan dan produk industri rumah tangga (industri rakyat). Pasar tradisional merupakan sandaran hidup bagi banyak orang dan interaksi sosial yang sangat kental yaitu adanya sistem penjualan langsung (dengan tawar-menawar), namun beberapa tahun terakhir ini pasar tradisional menghadapi tantangan berat dengan kian masifnya penetrasi pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pasar adalah sebuah institusi atau tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, suatu peristiwa yang berbentuk dan memiliki budaya khas yang melibatkan banyak orang, tindakan serta hubungan sosial yang membentang pada sejumlah tingkatan. Pasar juga merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi dan salah satu penggerak dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.<sup>5</sup>

Dewasa ini, pasar berkembang menjadi salah satu penggerak utama kegiatan ekonomi masyarakat dan kegiatan ekonomi masyarakat tidak akan berjalan tanpa adanya pasar. Orang tidak akan memproduksi barang dan jasa jika

<sup>4</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'ān dan Terjemahnya* (Bogor: Kementerian Agama RI, 2010), hlm. 928.

<sup>5</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 83.

tidak ada pasar di mana dia menjual barang dan jasanya tersebut dan sebaliknya orang tidak akan mengkonsumsi barang dan jasa jika tidak ada pasar yang menyediakannya. Jadi, dapat dikatakan pasar merupakan suatu tempat pengalokasian sumber-sumber berdaya ekonomi oleh masyarakat.

Pada dasarnya pasar tradisional dapat dikelola dengan manajemen sederhana baik itu orangnya atau teknologinya.<sup>6</sup> Manusia pengelola perlu diatur mekanisme perekrutannya. Sistem manajemen pengelolaan dan keuangan dibuat sebersih mungkin agar selalu bisa diawasi oleh pedagang dan pembeli. Teknologi secara sederhana dapat menggunakan teknologi konstruksi yang cukup untuk memberikan kekokohan bangunan, sanitasi yang baik, lantai kering dan tidak licin, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup, dan jalur antar blok yang membuat pembeli mudah bergerak dari satu blok ke blok lain, kemudian perlu ditambahkan papan pengumuman yang berisikan peta tata letak dari blok-blok itu sendiri.

Menurut Kementerian Perdagangan jumlah pasar modern yang ada di Indonesia kini mencapai 23.000 pasar. Sedangkan menurut Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI), jumlah pasar tradisional 9.950 pasar dalam waktu 4 tahun terakhir.<sup>7</sup> Data AC Nielsen yang lain (2013) juga menyebutkan bahwa jumlah pasar tradisional di Indonesia terus berkurang dari tahun ke tahun. Tahun 2007, jumlah pasar tradisional 13.550 unit. Tahun 2009 menjadi 13.450 unit. Tahun 2011 turun drastis menjadi 9.950 unit.<sup>8</sup>

Mengingat pentingnya keberadaan pasar, Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga merevitalisasi Pasar Segamas ini menggantikan Pasar Kota Purbalingga yang dianggap sudah tidak layak lagi. Pasar ini dibangun pada tahun 2009 dengan anggaran Rp 25 miliar. Berkat sejumlah poin plus yang dimiliki, pasar induk tersebut belakangan kerap menjadi tujuan studi banding

---

<sup>6</sup> Anonim, "Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional" <http://suarakomunitas.net>, diakses pada Selasa, 21 April 2015 pukul 15.12 WIB

<sup>7</sup> Redaksi gotimes, "Jokowi: Pasar Tradisional Jangan Kalah dengan Pasar Modern" dalam <http://geotimes.co.id>, diakses pada 05 Februari 2016 pukul 12.39 WIB.

<sup>8</sup> Anonim, "Oh, Pasar Tradisional", <http://radarmalang.co.id>, diakses pada 05 Februari 2016 pukul 12.43 WIB.

dari daerah lain,<sup>9</sup> selain itu juga menjadikan pasar sebagai program prioritas melalui revitalisasi pasar, agar pasar berfungsi dalam meningkatkan taraf pelayanan dan tingkat kesejahteraan perekonomian rakyat sehingga pasar perlu dikelola dengan baik, komprehensif dan progresif.

Pengelola pasar untuk konteks ini perlu dibantu dalam meningkatkan kapasitas dan pemberdayaan pasar, memanfaatkan potensi yang dimilikinya secara mandiri dan terakomodasi dalam pertumbuhan pasar, sesuai dengan ketentuan dan tuntutan perkembangan zaman. Disisi lain, Pemerintah Daerah Kabupaten Kota juga mempunyai kewajiban memfasilitasi dan memberikan fasilitas baik perlindungan, pembinaan maupun pelayanan melalui pembaharuan sikap dan mentalitas pengelolaan pasar tanpa meninggalkan unsur tradisional yang mencakupi penataan dan pembinaan kelembagaan, serta pengembangan dan pengawasan, mulai dari perencanaan, arah kebijakan, administrasi dan keuangan, pengembangan serta penyerasian dan sebagainya. Adanya hubungan yang kuat dan jelas antara pengelola, pedagang, dan pemerintah daerah ini akan memungkinkan pasar tradisional makin maju. Selama ini pasar tradisional masih identik dengan lingkungan becek, kumuh, semrawut dan kotor, namun hal itu tak terlihat di Pasar Induk Segamas Purbalingga yang baru saja menyabet gelar Pasar Terbaik Nasional 2014.<sup>10</sup>

Pasar induk tradisional Segamas adalah salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat Purbalingga. Pasar ini dibangun dengan konsep tradisional-modern,<sup>11</sup> buka mulai pukul 02.00 dini hari hingga 16.00 WIB dan juga dilengkapi fasilitas pengolahan sampah organik, jasa perbankan, serta taman. Pasar Segamas menerapkan pola manajemen modern, sehingga para pembeli diharapkan betah belanja karena merasa berada di pasar modern atau mall. Tujuan pembangunan pasar tradisional modern ini adalah untuk

---

<sup>9</sup> Anonim, "Pasar Segamas Purbalingga Jadi Percontohan Pasar Nasional", pada 06 Oktober 2013, <http://id.wikipedia.org>. diakses pada Selasa, 21 April 2015 pukul 15.19 WIB.

<sup>10</sup>Fajar Eko Nugroho, "Pasar Segamas Purbalingga Jadi Pasar Tradisional Terbaik Nasional 2014", <http://jateng.tribunnews.com>, diakses pada Selasa, 21 April 2015 pukul 15.24 WIB.

<sup>11</sup>Hasil wawancara dengan Wakil Ketua Pasar Induk Tradisional Segamas, Adi Narwanto pada 27 Desember 2014.

menghilangkan kesan pasar tradisional yang kumuh dan becek lewat pengelolaan yang baik.

Pengelolaan Pasar Segamas menuju pada pengembangan pasar yang lebih modern diharapkan pula ke depannya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang, dengan menambah variasi komoditi meningkatkan kualitas dan kebersihan barang yang ditawarkan sehingga memberikan kenyamanan pada pembeli dalam memilih barang serta menumbuhkan daya beli masyarakat. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi Pasar Segamas dikarenakan pada saat ini masih jarang pasar-pasar menggunakan strategi pengelolaan pasar modern terpadu, tanpa menghilangkan ciri khas sebagai pasar tradisional yang mencerminkan pusat perekonomian dan kebanggaan bagi warga Purbalingga.

Dari serangkaian latar belakang yang dipaparkan dan dengan melihat tingkat pencapaian usaha yang diperoleh pada Pasar Segamas Purbalingga, maka penyusun tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam” (Studi di Pasar Segamas Kota Purbalingga Jawa Tengah).

## **B. Definisi Operasional**

Untuk menghindari timbulnya salah pengertian dalam memahami permasalahan dalam penelitian yang berjudul “Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam” (Studi di Pasar Segamas Kota Purbalingga Jawa Tengah), maka untuk memperjelas istilah-istilah kunci dalam skripsi ini, penyusun akan memberi batasan istilah-istilah yang terkandung dalam judul tersebut sebagai berikut :

### **1. Manajemen Strategi**

Manajemen berasal dari kata kerja *to manage* (bahasa Inggris), yang artinya mengurus, mengatur, melaksanakan, dan mengelola.<sup>12</sup> Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber

---

<sup>12</sup> Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Andi, 1995), hlm. 1.



daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>13</sup> Strategi menurut kamus besar Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>14</sup>

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan atau istilah lain adalah sebuah proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan *customer value* terbaik untuk mewujudkan visi organisasi.

## 2. Pengelolaan Pasar

Pengelolaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah (1) proses, cara, perbuatan mengelola; (2) proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain; (3) proses yg membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi; (4) proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.<sup>15</sup> Sedangkan pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.<sup>16</sup>

Pengelolaan Pasar Kabupaten adalah segala usaha dan tindakan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan atau pihak ketiga dalam rangka

---

<sup>13</sup> Toni H. Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2003), hlm. 2.

Manajemen berasal dari bahasa Italia, "*maneggiare*" yang berarti *mengendalikan*, yang dalam makna istilah memiliki makna awal *mengendalikan kuda*. Kata ini mendapat pengaruh dari bahasa Prancis, "*manege*" yang berarti *kepemilikan kuda* (yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti seni mengendalikan kuda), di mana istilah Inggris ini juga berasal dari bahasa Italia. Bahasa Prancis lalu mengadopsi kata ini dari bahasa Inggris menjadi "*management*", yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Lihat dalam Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012), hlm. 2.

<sup>14</sup> Dept Pendidikan Nasional, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm.1092.

<sup>15</sup> Dept Pendidikan Nasional, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia*., hlm. 987.

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 929.

pengaturan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan Pasar Kabupaten.<sup>17</sup>

### 3. Pendapatan

Pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah hasil kerja (usaha), sehingga dalam konteks ini adalah bahwa sejumlah penerimaan (uang) yang diperoleh oleh penjual atas barang dagangan yang terjual.

### 4. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>18</sup> Dari perspektif ekonomi Islam ini akan dianalisis bagaimana manajemen strategi pengelolaan Pasar Segamas Kota Purbalingga.

Jadi, maksud dalam penelitian ini adalah sejumlah manajemen strategis atau proses manajemen modern yang diterapkan dengan cara memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan Pasar Segamas Kota Purbalingga dapat mencapai tujuan dalam rangka meningkatkan pendapatan para pedagang dalam perspektif ekonomi Islam.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses manajemen strategi pengelolaan pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang?
2. Bagaimana analisis perspektif ekonomi Islam terhadap manajemen strategi pengelolaan Pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang?

---

<sup>17</sup> Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Pasar Pasar Tradisional Kabupaten Purbalingga <http://www.dprd-purbalinggakab.go.id> diakses pada Senin, 27 April 2015 pukul 16.03 WIB.

<sup>18</sup> Muhammad Abdul Mannan, *Ekonomi Islam Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Dana Bhakti, 1993), hlm. 19.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui:

- a. Proses manajemen strategi pengelolaan pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang?
- b. Analisis perspektif ekonomi Islam terhadap manajemen strategi pengelolaan Pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang?

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Secara teori, bahwa temuan penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru bagi dunia pendidikan, serta memperkaya hasil penelitian tentang bagaimana proses manajemen strategi pengelolaan pasar Segamas dalam meningkatkan pendapatan pedagang?
- a. Secara praktis, penelitian ini menjadi bentuk kontribusi yang positif dan referensi bagi Pemerintah Daerah dan pengelola pasar Segamas kota Purbalingga dalam rangka meningkatkan pendapatan para pedagang khususnya dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Purbalingga pada umumnya. Dengan hal tersebut telah membantu pemerintah Pusat dalam mengimplementasikan program pemberdayaan pasar dalam nawacita Jokowi.

## **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka merupakan telaah tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, dalam penyusunan skripsi ini, beberapa *literature* pustaka menjadi rujukan untuk mendasari beberapa dasar pijakan berfikir. Pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

George R. Terry yang diterjemahkan oleh Winardi dalam bukunya *Asas-asas Manajemen* menjelaskan bahwa perlunya mempelajari ilmu manajemen

karena manajemen menyentuh serta mempengaruhi kehidupan hampir semua manusia, manajemen menyebabkan kita menyadari bahwa kita mampu menunjukkan pelaksanaan pekerjaan ke arah yang lebih baik, mengurangi hambatan-hambatan, bahkan mungkin dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin tercapai.<sup>19</sup>

Strategi sebagaimana dikutip dari J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen dalam bukunya *Manajemen Strategi*, terj. Julianto Agung bahwa strategi organisasi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana organisasi akan mencapai misi dan tujuannya.<sup>20</sup> Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan direktur yang menentukan kinerja organisasi dalam jangka panjang yang mana ruang lingkungannya terdiri atas pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian, serta sebagai suatu proses pengambilan keputusan dan tindakan yang mengarah kepada pengembangan strategi yang efektif atau yang membantu organisasi mencapai tujuannya.<sup>21</sup>

Adapun pandangan tokoh tentang manajemen strategi yang dapat dijadikan dasar teoritis dalam penelitian ini yakni Manajemen Strategi menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen. Model ini terdiri dari empat tahap, yaitu pengamatan lingkungan yang terdiri dari dua analisis, yaitu analisis eksternal (peluang dan ancaman) dan analisis internal (kekuatan dan kelemahan); perumusan strategi; implementasi strategi; evaluasi dan pengendalian.<sup>22</sup>

Manajemen strategi dapat dilihat dari pengamatan lingkungan yang meliputi *monitoring*, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor

---

<sup>19</sup> George R. Terry, *Asas-asas Manajemen*, terj. Winardi (Bandung: Alumni, 2006), hlm. 6-7.

<sup>20</sup> J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 16.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 17.

<sup>22</sup> J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 16.

strategi yaitu elemen-elemen eksternal dan internal yang akan menentukan masa depan organisasi. Tahap selanjutnya adalah perumusan strategi dan implementasinya, sebagai tahap akhir adalah evaluasi atas kinerja yang telah dilakukan untuk koreksi kinerja selanjutnya.

Sedangkan Fred R. David dalam bukunya *Manajemen Strategis* bahwa manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai objektifnya.<sup>23</sup> Glueck dan Jauch juga dalam bukunya *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* mendefinisikan bahwa strategi adalah “*Satu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi perusahaan dengan lingkungan yang dihadapi, semuanya menjamin agar tujuan perusahaan tercapai*”.<sup>24</sup>

Definisi manajemen strategis dalam perspektif Islam, dapat dinyatakan sebagai rangkaian proses aktifitas manajemen Islami yang mencakup tahapan formulasi implementasi, dan evaluasi keputusan-keputusan strategis organisasi yang memungkinkan pencapaian tujuannya di masa datang.<sup>25</sup> Kerangka manajemen strategis dapat diuraikan dalam empat tahapan utama, seperti dipaparkan di bawah ini :

1. Tahapan Analisis Lingkungan Organisasi.
2. Tahapan Formulasi Strategi.
3. Tahapan Implementasi Strategi.
4. Tahapan Pengendalian Strategi.

Sesungguhnya tidak ada sebuah konsep baku yang prosedural dalam Islam tentang manajemen, tetapi Islam sebagai sebuah ajaran hakiki memberikan nilai-nilai mutlak yang harus menjadi paradigma disertai rambu-rambu praktis dalam tahapan implementasi.

---

<sup>23</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 6.

<sup>24</sup> William F. Glauk dan Lawrench R. Jauch, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1994), hlm. 9.

<sup>25</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah* (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), hlm. 49.

Mengutip tulisan Adiwarmar Karim dalam bukunya *Ekonomi Mikro Islami*, bahwa pasar dapat didefinisikan secara luas, bukan sekedar pertemuan antara penjual dan pembeli namun pasar adalah tempat (keadaan) yang memepertemukan antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya.<sup>26</sup>

Selain mengambil dari buku-buku referensi di atas, penyusun juga melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah ada. Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama, penyusun menemukan beberapa penelitian yang sudah ada yang mempunyai kemiripan dengan judul yang penyusun angkat yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan masukan dalam penelitian ini, di antaranya:

Tabel 1  
Tabel hasil penelitian terdahulu

<b>Nama/Judul Skripsi</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan/Perbedaan</b>
Dede Juliadi (Manajemen Strategi Pengelolaan Ketertiban Pasar Baru Kota Cilegon), 2012 <sup>27</sup>	Bahwa UPTD Pasar Baru Kota Cilegon dalam mengelola ketertiban pasar masih belum optimal, hal ini dikarenakan terkendala kedisiplinan dari para pegawai,serta kurangnya partisipasi aktif dari para pedagang. Untuk itu perlu adanya peningkatan kualitas SDM dan pendukung lainnya.	Persamaan: 1. Pembahasan terkait manajemen strategi dalam pengelolaan pasar Tradisional. 2. Pendekatan Kualitatif.  Perbedaan: 1. Penelitian sebelumnya lebih dititik beratkan pada pola ketertiban, sedangkan penelitian ini lebih melihat dari sisi Ekonomi Islam. 2. Teknik analisis data dalam penelitian

<sup>26</sup> Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami Edisi ketiga* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 6.

<sup>27</sup> Dede Juliadi, "*Manajemen Strategi Pengelolaan Ketertiban Pasar Baru Kota Cilegon*" (Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2012), [www.repository.fisip-untirta.ac.id](http://www.repository.fisip-untirta.ac.id) diakses pada 12 Januari 2016 pukul 09.49 WIB

		sebelumnya Miles and Huberman, sedangkan dalam penelitian ini dengan deskriptif kualitatif.
Sat Warsiti (Strategi Pemberdayaan dalam penataan Pasar Legi oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta), 2011 <sup>28</sup>	Bahwa penataan pasar Legi oleh Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta secara umum bisa dilaksanakan sesuai dengan strategi pemberdayaan yang sudah ditetapkan dan berhasil. Terdapat tiga tahap dalam strategi pemberdayaan yaitu tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, dan tahap <i>empowerment</i> .	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembahasan terkait pengelolaan pasar oleh pemerintah daerah setempat sebagaimana pasar Segamas Purbalingga yang direvitalisasi dengan pengelolaan manajemen modern</li> <li>2. Analisis deskriptif Kualitatif</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembahasan dalam penelitian terdahulu untuk mengetahui bagaiman strategi pemberdayaan dalam penataan pasar setelah direvitalisasi sedangkan dalam penelitian ini pada bagaiman implementasi manajemen strategi dalam pengelolaan pasar kota dari sisi ekonomi Islam.</li> </ol>
El Manik (Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Padang	Ada beberapa strategi yang ditemukan dalam Pengembangan pasar	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembahasan seputar strategi dalam</li> </ol>

<sup>28</sup> Sat Warsiti, “*Strategi Pemberdayaan dalam penataan Pasar Legi oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta*”, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2011), [www.digilib.uns.ac.id](http://www.digilib.uns.ac.id), diakses pada 05 Februari 2016 pukul 10.37 WIB.

<p>Bulan Medan Sumatra Utara),2011<sup>29</sup></p>	<p>tradisional, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan dan meningkatkan budaya yang telah lama terjadi di pasar tradisional yang bersifat positif</li> <li>2. Memanfaatkan layanan promosi dalam bentuk kerjasama dengan Perusahaan Pelayanan Iklan</li> <li>3. Membina pedagang pasar tradisional agar dapat mengetahui harga pasar</li> </ol>	<p>pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dalam analisis menggunakan sistem bobot sedangkan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif</li> <li>2. Penelitian terdahulu hanya mendeskripsikan bagaimana strategi pengelolaan dan pengembangan pasar tradisional, sedangkan dalam penelitian ini di analisis juga dalam perspektif ekonomi Islam.</li> </ol>
<p>Linggar Agus P. (Pengelolaan Pasar Demangan Yogyakarta), 2012</p>	<p>Secara umum menunjukkan bahwa pengelolaan Pasar Demangan secara umum sudah berjalan dengan baik karena sudah sesuai dengan Standar Operasional Pelayanan (SOP) yang diberlakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. Beberapa kendala yang dihadapi dalam Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta dalam mengelola Pasar</p>	<p>Persamaan: Analisis deskriptif Kualitatif.</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembahasan dalam penelitian ini lebih detail dengan melihat dari perspektif Ekonomi Islam, sedangkan penelitian sebelumnya hanya membahas tentang pengelolaan secara umum saja.</li> </ol>

<sup>29</sup> El Manik, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Padang Bulan Medan Sumatra Utara", (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2011), <http://repository.usu.ac.id>, diakses pada 05 Februari 2016 pukul 11.29 WIB.



	Demangan adalah keterbatasan dana dari pemerintah.	
--	--	--

## F. Sistematika Penyusunan

Secara keseluruhan, penyusunan skripsi ini disusun sistematikanya ke dalam tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Bagian awal skripsi memuat pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bagian isi dari skripsi terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi akan memaparkan mengenai inti dari penelitian, yaitu:

Bab I, pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penyusunan.

Bab II, tinjauan umum mengenai Konsep Manajemen Strategi, Pengelolaan Pasar, dan Manajemen Strategi dalam Islam

Bab III, metodologi penelitian mengenai pemaparan metode yang digunakan peneliti untuk mencari berbagai data, yang meliputi jenis penelitian, sumber penelitian, subjek dan objek penelitian serta alat analisis yang digunakan.

Bab IV, gambaran umum penelitian dan hasil analisis penelitian yang mencakup Gambaran Umum Pasar Segamas kota Purbalingga yang meliputi; Letak dan Kondisi fisik Pasar Segamas Kota Purbalingga, Profil Pasar Segamas Purbalingga, Struktur pengurus Pasar Segamas Purbalingga, Implementasi Manajemen Strategi pengelolaan Pasar Segamas Kota Purbalingga, Aspek-aspek Pengelolaan Pasar Segamas Kota Purbalingga, Proses Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Segamas Purbalingga, Analisis Manajemen Strategi pengelolaan Pasar Segamas Kota Purbalingga dalam perspektif Ekonomi Islam

Bab V, penutup yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan.

Pada bagian akhir skripsi, penyusun cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan skripsi ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup penyusun.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan manajemen strategi pengelolaan pasar Segamas, dengan melakukan analisis SWOT, maka dapat penulis simpulkan bahwa:

Hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pengembangan Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga sebagai berikut. Strategi SO, strategi ini untuk memperbaiki manajemen Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga yang telah diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antar pegawai atau pegawai dengan pedagang. Strategi ST, promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut atau melalui pamflet untuk mempromosikan kios, semi kios, los, dan senggol dan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengadakan acara. Apabila jumlah pengunjung meningkat maka diharapkan jumlah calon pedagang akan meningkat. Strategi WO, strategi yang digunakan adalah kerjasama Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga pedagang dan koperasi koperasi baik dari segi modal maupun input dan pemasaran produk. Strategi WT, penyuluhan yang diberikan seperti perlunya pengetahuan tentang menjaga kebersihan saat transaksi berlangsung, penataan produk yang menarik minat konsumen dan pengetahuan tentang berbahayanya produk yang mengandung bahan kimia berbahaya serta ciri-cirinya.

Manajemen strategi pengelolaan Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga, berimplikasi kepada pendapatan pedagang yang mengalami kenaikan. Hal tersebut seperti dalam tiga tahun terakhir pendapatan pedagang mengalami peningkatan, bahkan melebihi dari target yang ditetapkan

Sementara itu, dalam bisnis Islam, manajemen berperan sebagai elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat pada proses bisnis yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Urgensi manajemen dalam bisnis yang dirancang meliputi lima fungsi yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan evaluasi. Selain lima fungsi

tersebut ada yang menambahkan coordination, motivasi dan leading. Sehingga ada tujuh fungsi dari manajemen perspektif Islam.

## **B. Saran-saran**

Saran yang dapat diberikan penulis untuk strategi pengelolaan Pasar Segamas Kabupaten Purbalingga antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk pemerintah Kabupaten Purbalingga untuk lebih mengoptimalkan lagi potensi yang dimiliki oleh Pasar segamas.
2. Untuk pengelola pasar, koordinasi dan komunikasi yang baik harus lebih terjalin untuk memaksimalkan program atau kegiatan yang sudah direncanakan sebelumnya.
3. Kepada pedagang, untuk lebih menjamin kualitas barang dagangan, sehingga pembeli tidak merasa kecewa dengan produk atau barang dagangan yang dijual.
4. Kepada masyarakat umum, untuk senantiasa berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional.

  
IAIN PURWOKERTO

## **C. Kata Penutup**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan, keselamatan dan memberikan kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Dalam pembahasan skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan dan ketidaksempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dan penulis ucapkan banyak terimakasih.

Pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan kepada dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga amal baiknyaa mendapat imbalan dari Allah SWT.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca dan pihak-pihak terkait. Amin yaa rabbal 'alamin



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, edisi I. Jakarta: Granit.
- Al Qur'ān* dan terjemahnya. 2010. Bogor: Lembaga Percetakan *Al Qur'ān* Kementrian Agama RI.
- Arikunto, Suharsimi. 1985. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cetakan ketiga. Jakarta: Kencana.
- Cardoso Gomes, Faustino, 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Yogyakarta: Andi.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*, Jilid II. Yogyakarta: Andi.
- Handoko, Toni. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2005. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bmi Aksara.
- Hunger, J. David & Wheelen, L. Thomas. 2009 *Manajemen Strategis*, terj. Julianto Agung. Yogyakarta: Andi.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ismail Yusanto, Muhammad dan Karebet Widjajakusuma, Muhammad. 2003. *Manajemen Strategis: Perspektif Syari'ah*. Jakarta: Khairul Bayan.

\_\_\_\_\_, 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.

Jauch, Lawrence R. dan F. Glueck, William. 1998. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi ketiga, terj. Murad dan Henry Sitanggang. Jakarta: Erlangga.

Kementerian Agama RI. 2010. *Al-Qur'ān dan Terjemahnya*. Bogor: Kementerian Agama RI.

Koentjaraningrat. 1994. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 1999. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad Abdul Mannan. 1993. *Ekonomi Islam Teori dan Praktik* Yogyakarta: Dana Bhakti.

Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah*. 2003. Jakarta: Khairul Bayan.

Nainggolan, Parlin. "Pentingnya Manajemen Stratejik Bagi Organisasi Dan Perusahaan", tanggal 29 Juni 2011, <http://ekonomi.kompasiana.com> diakses pada 02 November 2013 pukul 13.02 WIB.

Pearce II, John A. dan Robinson, Jr Richard B. 2008. *Manajemen-Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

R. David, Fred. 2006. *Strategic Management: Concepts and Cases*, Terj. Ichsan Setyo Budi. Jakarta: Salemba Empat.

Sekilas profil tentang Greenlay, <http://www.aston.ac.uk/aston-business-school-gordon-greenley>. diakses pada 06 Agustus 2014 pukul 11.29 WIB.

Siagian, Sondang P. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendra, K. 2007. *Manajemen dan Organisasi dalam Realita Kehidupan*. Bandung: Mandar Maju.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga, Cetakan keempat. Jakarta: Balai Pustaka.

Usman, Husaini & Setiady Akbar, Purnomo. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

William F. Glauck dan Lawrench R. Jauch.1994.*Manajemen Strategis danKebijakan Perusahaan*.Jakarta: Erlangga.

**NON BUKU**

