

BAB V

PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di pasar Campurdarat Tulungagung, menunjukkan bahwa dalam melakukan kegiatan pemasaran atau berdagang, para pedagang di pasar tersebut menerapkan strategi pemasaran yang dikenal dengan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau saluran distribusi (*place*), serta promosi (*promotion*). Adapun penerapan strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)

Dalam praktiknya, ada beberapa strategi produk yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung. Strategi-strategi tersebut mereka terapkan dengan tujuan agar produk atau barang yang mereka jual senantiasa dapat diminati oleh calon pembeli. Strategi produk pertama yang mereka lakukan adalah dengan memilih produk yang berkualitas baik untuk mereka jual. Hal ini sejalan dengan bagan yang digambarkan oleh Philip Kotler dan Gary Amstrong dalam buku Prinsip-prinsip Pemasaran mengenai gambaran sederhana bauran pemasaran atau *marketing mix*. Dalam bukunya tersebut, Philip Kotler dan Gary Amstrong menggambarkan dan menjelaskan bahwa salah satu strategi produk yang

dapat dilakukan dalam pemasaran adalah dengan mengutamakan kualitas produk.¹⁴⁹ Selain memilih produk yang berkualitas baik untuk dijual, para pedagang di pasar Campurdarat juga memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Hal ini juga sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Sofjan Assauri, yang menyatakan bahwa dalam penerapan strategi produk, kualitas produk menjadi salah satu hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen. Hal ini disebabkan karena kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.¹⁵⁰

Selanjutnya, strategi produk yang diterapkan oleh para pedagang di pasar Campurdarat adalah dengan memilih produk yang halal untuk dijual. Rata-rata pedagang di pasar Campurdarat hanya menjual kebutuhan pokok sehari-hari seperti sembako, ikan, daging, sayur, buah, pakaian, sepatu, dan beberapa keperluan rumah tangga lainnya. Tidak ada pedagang yang menjual barang-barang atau produk yang diharamkan serta dilarang oleh syariat islam. Selain itu, para pedagang juga senantiasa mengutamakan kebersihan produk yang mereka jual.

2. Harga (*Price*)

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa strategi harga yang diterapkan oleh para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung umumnya sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya.

¹⁴⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,...hal. 63.

¹⁵⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 211.

Harga yang ditetapkan oleh para pedagang senantiasa mengikuti dengan keadaan harga pasar. Rata-rata para pedagang di pasar tersebut hanya mengambil keuntungan sedikit yaitu sebesar 20% dari harga produk itu sendiri. Tentunya penetapan harga serta pengambilan keuntungan tersebut sudah dipertimbangkan berdasarkan berbagai faktor, seperti biaya pengadaan produk, kondisi pasar dan permintaan, harga dan penawaran pesaing, serta beberapa faktor eksternal lainnya seperti keadaan ekonomi pada saat itu. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Sunarto dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran 2*. Dalam buku tersebut, Sunarto menyatakan bahwa penetapan harga suatu produk dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal yang meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, pertimbangan organisasi perusahaan, pasar dan permintaan, biaya, harga, dan penawaran pesaing, serta faktor eksternal lainnya seperti keadaan ekonomi.¹⁵¹

Selain itu, para pedagang juga sering memberikan diskon atau potongan harga untuk pembeli yang membeli produk mereka dengan jumlah yang banyak. Hal ini sesuai dengan teori strategi harga yang dijelaskan oleh Philip Kotler dan Gary Amstrong mengenai gambaran sederhana bauran pemasaran atau *marketing mix*. Dalam bagan tersebut, Philip Kotler dan Gary Amstrong menggambarkan bahwa strategi harga yang dapat dilakukan oleh para pemasar meliputi pemberian daftar harga,

¹⁵¹ Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2*,...hal. 208-216.

pemberian diskon, potongan harga, periode pembayaran, serta pemberian kredit.¹⁵²

3. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Berdasarkan dari hasil penelitian, strategi tempat atau saluran distribusi yang diterapkan oleh para pedagang di Pasar Campurdarat Tulungagung adalah dengan cara mengutamakan kebersihan serta kerapian tempat berjualan. Hal ini dilakukan oleh para pedagang agar calon pembeli merasa nyaman dan tertarik untuk membeli produk yang mereka jual. Dari hasil wawancara, mayoritas para pedagang di pasar Campurdarat memilih pasar Campurdarat sebagai tempat mereka berjualan dikarenakan lokasi pasar Campurdarat yang strategis, yaitu berada di pusat Kecamatan Campurdarat, serta menjadi salah satu pasar terbesar yang ada di Kecamatan Campurdarat. Selain itu, kondisi serta fasilitas pasar Campurdarat sendiri juga sudah memadai, mulai dari bangunan pasar serta fasilitas lainnya. Sehingga hal tersebut membuat pasar Campurdarat setiap harinya selalu ramai oleh pengunjung.

Hakikatnya, pemilihan lokasi serta kebersihan dan kerapian tempat berjualan menjadi hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh para pedagang. Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler dan Gary Amstrong yang menyatakan bahwa beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait strategi tempat atau saluran distribusi meliputi saluran, cakupan,

¹⁵² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,...hal. 63.

pemilihan lokasi, persediaan, serta transportasi.¹⁵³ Dari segi transportasi sendiri, pasar Campurdarat merupakan pasar yang mudah di akses dengan menggunakan beberapa jenis transportasi, seperti sepeda, motor, mobil, dan angkutan umum.

4. Promosi (*Promotion*)

Penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung sangat berbeda dengan penerapan promosi yang dilakukan di pasar-pasar modern pada umumnya. Dalam melakukan kegiatan promosi, para pedagang yang ada di pasar tersebut cenderung memilih untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, yaitu dengan cara memanggil dan menawarkan produk mereka kepada calon pembeli yang lewat depan kios mereka. Dengan cara seperti itu, para pedagang akan lebih mudah membangun hubungan dengan para pembeli serta menciptakan suasana yang lebih akrab dan nyaman diantara keduanya. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Sunarto dalam bukunya, bahwa dalam kegiatan promosi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya komunikasi yang efektif dapat mengubah tingkah laku seseorang.¹⁵⁴

Selain itu, strategi promosi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat adalah dengan memberikan diskon atau potongan harga, serta terkadang memberikan hadiah kepada pembeli. Strategi-

¹⁵³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,...hal. 63.

¹⁵⁴ Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2*,...hal. 300.

strategi yang diterapkan oleh para pedagang tersebut pada dasarnya sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Sunarto, yang menyatakan bahwa beberapa alat promosi yang dapat digunakan dalam melakukan kegiatan promosi meliputi sampel, kupon, tawaran pengembalian uang (*cash refund*), paket harga, hadiah, barang promosi, serta penghargaan atas kesetiaan.¹⁵⁵

B. Analisis dari Teori Pemasaran Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Pada dasarnya, teori pemasaran islam senantiasa menekankan seluruh aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang di pasar untuk tetap berpegang teguh pada syariat islam dan tidak melanggar norma islami, baik dari segi penerapan strategi maupun dalam berinteraksi dengan para pembeli. Selain itu, para pedagang juga harus memperhatikan aspek kemanfaatan dari setiap aktivitas jual beli yang mereka lakukan. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan dalam buku Hukum Perbankan Syariah yang dikarang oleh Ali pada tahun 2008, bahwa realisasi dari konsep syariah itu memiliki tiga ciri yang mendasar yaitu prinsip keadilan, menghindari kegiatan yang dilarang, dan memperhatikan aspek kemanfaatan. Ketiga prinsip tersebut berorientasi pada terciptanya sistem ekonomi yang seimbang, yaitu keseimbangan antara

¹⁵⁵ Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2*,...hal. 301-303.

memaksimalkan keuntungan dan pemenuhan prinsip syariah yang menjadi hal mendasar dalam kegiatan pasar.¹⁵⁶

Dari hasil observasi, menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung tidak ada yang bertentangan dengan syariat islam, serta prinsip-prinsip muamalah islam, baik dari segi penerapan strategi pemasaran maupun aktivitas pemasaran lainnya. Berbicara mengenai strategi pemasaran, mayoritas para pedagang di pasar Campurdarat telah menerapkan strategi yang sesuai dengan yang diajarkan oleh pemasaran islam, baik dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau saluran distribusi, serta strategi promosi.

Dalam teori pemasaran islam, salah satu strategi produk yang diajarkan adalah dengan menjual produk yang berkualitas baik serta produk yang halal dan tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat islam. Hal ini sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah SWT dalam surat Al A'raf ayat 157 yang bunyinya adalah sebagai berikut :

يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتِ

Artinya : (Ia) yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk.¹⁵⁷

¹⁵⁶ Ali, *Hukum Perbankan Syariah*,... hal. 33.

¹⁵⁷ Anonym, <https://tafsirq.com/7-al-araf/ayat-157>. Diakses pada hari Selasa, 19 Mei 2020 pukul 19.21 WIB.

Dalam surat tersebut, jelas sekali bahwa Allah menghalalkan segala hal yang baik serta mengharamkan segala hal yang buruk, demikian juga dalam hal jual beli. Produk-produk yang diperjualbelikan sudah seharusnya produk yang halal dan berkualitas.

Dari hasil observasi, para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung telah memenuhi perintah tersebut. Produk yang dijual oleh para pedagang merupakan produk-produk yang halal dan tidak melanggar syariat islam, yang meliputi barang-barang sembako, lauk pauk, buah dan sayur, pakaian, sepatu, serta barang-barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain itu dalam pasar Campurdarat sendiri tidak ada pedagang yang menjual produk yang dilarang dalam islam seperti misalkan alkohol atau minuman keras, daging babi, daging anjing, serta barang-barang yang diharamkan lainnya. Para pedagang di pasar tersebut juga senantiasa mengutamakan kualitas produk yang baik untuk dijual. Bahkan mereka juga memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Namun meskipun demikian, masih ada satu dua orang pedagang yang terkadang tidak memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik.

Dari segi penerapan strategi harga, para pedagang di pasar Campurdarat umumnya menerapkan strategi yang sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Penetapan harga pun juga telah melalui kesepakatan antara pedagang yang ada di sana, yang salah satunya dengan cara mengambil keuntungan yang tidak terlalu besar. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya permainan harga yang nantinya dapat merusak harga pasar.

Pengambilan keuntungan yang tidak terlalu besar ini pada hakikatnya sesuai dengan perintah Allah dalam QS. Asy-Syuraa ayat 20 yang bunyinya sebagai berikut :

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ

Artinya : Barangsiapa menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambahkan keuntungan itu baginya dan barangsiapa menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian di akhirat.

Sehingga sudah sangat jelas, dalam ayat tersebut Allah memerintahkan kepada hambaNya untuk mengambil keuntungan yang sewajarnya dalam melakukan perniagaan atau perdagangan. Karena hakikatnya, pemasaran islam sendiri senantiasa mengajarkan agar ketika berdagang, para pemasar tidak hanya mencari keuntungan duniawi saja, melainkan juga harus mengedepankan kemaslahatan di akhirat. Selain itu, harga yang ditentukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat terkadang masih bisa ditawar lagi oleh pembeli, sehingga terjadi tawar menawar harga antara keduanya sampai terjadi kesepakatan. Peristiwa tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang ada di pasar tradisional, baik pedagang maupun pembeli ikut serta dalam proses penentuan harga. Karena sebagaimana yang dijelaskan dalam sebuah teori pemasaran islam, bahwa keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam menentukan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam

mengoptimalisasikan faktor produksi yang ada di dalamnya.¹⁵⁸ Selain itu, dengan adanya proses tawar menawar harga maka akan tercipta keridhoan antara keduanya, baik dari pedagang maupun pembeli. Dengan terciptanya rasa ridho inilah, maka tidak ada pihak yang merasa terpaksa maupun dipaksa. Karena pada hakikatnya Allah SWT juga telah memerintahkan hambaNya untuk senantiasa melakukan kegiatan perdagangan yang dilandasi rasa suka sama suka diantara keduanya, baik dari sisi pedagang maupun pembeli. Hal ini sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT dalam Surat An Nisa ayat 29, yang bunyinya sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”*¹⁵⁹

Tidak hanya itu, para pedagang di pasar Campurdarat juga memberikan diskon atau potongan harga untuk pembeli yang membeli produk mereka dalam jumlah yang banyak. Hal ini bertujuan untuk menarik minat calon pembeli agar berkenan membeli produk mereka.

¹⁵⁸ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, ... hal. 160.

¹⁵⁹ Anonym, <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>. Diakses pada hari Jumat, 12 Juli 2019 pukul 20.21 WIB.

Dari segi penerapan strategi tempat atau saluran distribusi, para pedagang di pasar Campurdarat lebih menekankan pada kondisi tempat mereka berjualan, yaitu dengan menjaga kebersihan serta kerapian lapak mereka. Bahkan, mereka juga menjaga kebersihan serta kerapian penampilan mereka sendiri agar para pembeli lebih nyaman dan tertarik untuk membeli produk yang mereka jual. Hal ini sesuai dengan salah satu karakteristik pemasaran (*marketing*) islam yaitu Realistis (*Al-Waqi'iyah*). Dalam hal ini teori pemasaran islam telah menegaskan bahwa syariah *marketer* haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model serta gaya berpakaian yang digunakan.¹⁶⁰ Selain itu, perintah untuk senantiasa menjaga kebersihan juga telah dipaparkan dalam hadits sebagai berikut :

"Dari Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam: Sesungguhnya Allah SWT itu suci yang menyukai hal-hal yang suci, Dia Maha Bersih yang menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah yang menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu." (HR. Tirmizi).

Sehingga sudah sangat jelas bahwa menjaga kebersihan hendaknya sudah menjadi kewajiban bagi setiap manusia. Dan hendaknya menjaga kebersihan senantiasa dilakukan dalam segala aspek kehidupan, yang salah satunya dalam kegiatan berdagang.

Selanjutnya dari segi penerapan strategi promosi, para pedagang lebih memilih untuk melakukan promosi dengan cara berinteraksi langsung dengan

¹⁶⁰ Nur Faeni Ulyati, *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam*,... hal. 44.

calon pembeli. Mereka menawarkan dan menjelaskan terkait produk-produk yang mereka jual dengan jujur, ramah, serta bahasa yang menarik dan mudah dipahami. Tentunya hal ini sesuai dengan yang diajarkan dalam teori pemasaran islam, bahwa seorang *marketer* syariah haruslah bersifat *Tabligh* atau komunikatif serta argumentatif dengan tutur kata yang tepat dan mudah dipahami.¹⁶¹

Selain mengajarkan terkait dengan strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau saluran distribusi, serta strategi promosi, teori pemasaran islam juga mengajarkan terkait strategi-strategi berdagang lainnya. Bahkan teori pemasaran islam juga mengajarkan terkait dengan perilaku berdagang yang sesuai dengan perilaku berdagang Rasulullah, yaitu bersifat *shiddiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), serta *tabligh* (komunikatif). Keempat sifat tersebut sudah seharusnya diaplikasikan oleh para pedagang dalam kegiatan berdagang sehari-hari, baik dalam penerapan strategi pemasaran maupun dalam berinteraksi dengan para pembeli.

Berdasarkan hasil observasi, rata-rata para pedagang yang terdapat di pasar Campurdarat Tulungagung telah mengaplikasikan sifat-sifat tersebut dalam kegiatan berdagang sehari-hari. Hal ini terlihat dari bagaimana para pedagang menerapkan strategi pemasaran serta cara pedagang berinteraksi dengan para pembeli. Pengaplikasian sifat *shiddiq* (benar dan jujur) terlihat pada saat para pedagang melakukan kegiatan promosi. Mereka selalu jujur dalam melakukan promosi kepada calon pembeli, bahkan mereka selalu

¹⁶¹ Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, ...hal 132.

menjelaskan bagaimana keadaan produk yang mereka jual dengan jujur dan apa adanya tanpa ada yang mereka tutup-tutupi. Pada dasarnya, perintah untuk bersikap jujur pada saat berdagang telah dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. Al Mutaffifin ayat 1-3 yang bunyinya sebagai berikut :

١. وَيَلِّ الْمُطَفِّينَ

٢. الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ

٣. وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya : (1). Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (2). (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, (3). dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

Dalam ayat tersebut sudah jelas, bahwa dalam melakukan perdagangan hendaknya dilandasi dengan kejujuran. Tidak hanya dalam hal menakar atau menimbang, tetapi sikap jujur juga harus diaplikasikan pada setiap aktifitas perdagangan lainnya, baik dari penjualan produk, penetapan harga, pendistribusian maupun kegiatan promosi.

Selanjutnya, pengaplikasian sifat *amanah* (dapat dipercaya) dapat terlihat dari bagaimana para pedagang di pasar Campurdarat memilih produk yang mereka jual. Mereka selalu memilih produk yang berkualitas baik serta produk yang diperbolehkan oleh syariat islam. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa para pedagang di pasar Campurdarat *amanah* dalam melakukan pekerjaannya. Selain itu, mereka juga bertanggungjawab atas segala produk

yang mereka jual, bahkan mereka bersedia mengganti produk yang kualitasnya buruk dengan produk yang kualitasnya baik.

Selain mengaplikasikan sifat *shiddiq* dan *amanah*, para pedagang di pasar Campurdarat juga mengaplikasikan sifat *fathanah* (cerdas) dalam kegiatan berdagang. Sifat *fathanah* (cerdas) ini, terlihat dari bagaimana para pedagang memilih dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sehingga produk yang mereka jual dapat laris di pasaran. Dari hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa penerapan strategi-strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat dapat dikatakan berhasil. Hal ini terlihat dari keadaan pasar Campurdarat yang setiap harinya tidak pernah sepi dari pengunjung. Bahkan dagangan para pedagang selalu ramai oleh pembeli, meskipun di pasar tersebut tidak sedikit pedagang yang menjual produk yang sama antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa para pedagang di pasar Campurdarat cerdas dalam menerapkan strategi pemasaran.

Dan yang terakhir adalah sifat *tabligh* (komunikatif). Pengaplikasian sifat ini terlihat jelas dari cara pedagang berinteraksi dengan para pembeli. Dari hasil observasi menunjukkan bahwa para pedagang di pasar Campurdarat merupakan pedagang yang ramah. Mereka selalu melakukan interaksi dengan sabar, luwes, dan ramah kepada para pembeli. Bahkan para pedagang juga tidak keberatan melakukan kegiatan tawar-menawar dengan calon pembeli. Selain itu, sifat *tabligh* (komunikatif) ini juga terlihat dari gaya serta bahasa yang digunakan oleh para pedagang pada saat menjelaskan

rincian produk. Bahasa yang mereka gunakan sederhana dan mudah dipahami, yaitu dengan khas bahasa jawa. Sehingga hal tersebut akan mempermudah terciptanya keakraban antara pedagang dengan calon pembeli. Sifat ramah dan lemah lembut dalam melakukan kegiatan promosi ini sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dan bahkan hal inipun juga telah dijelaskan dalam Firman Allah QS. Ali Imran ayat 159, sebagai berikut :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى
اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

Dalam QS. Ali Imran ayat 159 tersebut, Allah memerintahkan kepada hambanya untuk senantiasa bersikap lemah lembut dan tidak berhati kasar kepada sesama. Tentunya sikap ini harus diterapkan dalam segala aktifitas di kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal melakukan promosi.

Namun meskipun demikian, tidak semua pedagang yang ada di pasar Campurdarat telah menerapkan strategi pemasaran dan sikap berdagang yang sesuai dengan norma serta kaidah islam. Karena pada praktiknya, di pasar tersebut masih ada satu dua orang pedagang yang terkadang melanggar norma islam dalam melakukan perdagangan, seperti misalkan tidak jujur dengan kualitas produk yang mereka jual. Terkadang pedagang tersebut senantiasa menutup-tutupi keadaan produk yang sebenarnya, atau menyembunyikan kekurangan produk tersebut. Selain itu ada juga pedagang yang terkadang tidak menjaga kebersihan tempat berdagang dan juga penampilan mereka. Sehingga hal-hal tersebut tentunya menjadi permasalahan tersendiri bagi mereka maupun pembeli yang ada di sana. Karena keadaan seperti itu dapat mengurangi minat pembeli untuk membeli produk mereka, yang pada akhirnya dapat merugikan mereka sendiri.