STRATEGI PEDAGANG DALAM MENGHADAPI KENAIKAN HARGA PLASTIK PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH DI PASAR BAWAH KOTA BUKITTINGGI

Muhammad Afif[1], Rahmi Isriani[2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi*
E-mail : muhammadafif91233@gmail.com[1], rahmiisriani@uinbukittinggi.ac.id[2]

ABSTRAK

Kenaikan harga plastik menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional karena plastik merupakan kebutuhan pendukung dalam aktivitas perdagangan, terutama sebagai media pengemasan barang dagangan. Kondisi tersebut menyebabkan meningkatnya biaya operasional sehingga pedagang perlu menerapkan strategi yang tepat agar usaha tetap berjalan dan keuntungan dapat dipertahankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik serta menganalisis penerapan strategi tersebut berdasarkan perspektif bisnis syariah di Pasar Bawah Kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pedagang yang menggunakan plastik sebagai bagian dari aktivitas usaha. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang menerapkan beberapa strategi dalam menghadapi kenaikan harga plastik, yaitu melakukan efisiensi penggunaan plastik, mencari alternatif pemasok dengan harga yang lebih terjangkau, menyesuaikan harga jual secara bertahap, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Strategi tersebut menunjukkan kemampuan pedagang dalam beradaptasi terhadap perubahan biaya operasional. Ditinjau dari perspektif bisnis syariah, strategi yang diterapkan telah mencerminkan prinsip keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tidak melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah dapat membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan kondisi ekonomi.

Kata Kunci : *Manajemen Strategi Pedagang; Kenaikan Harga Plastik; Bisnis Syariah; Harga.*

ABSTRACT

The increase in plastic prices has become one of the challenges faced by traditional market traders because plastic is an important supporting need in trading activities, especially as packaging media for merchandise. This condition increases operational costs, requiring traders to implement appropriate strategies to maintain business continuity and profits. This study aims to determine the strategies used by traders in dealing with increasing plastic prices and analyze these strategies from an Islamic business perspective at Pasar Bawah Bukittinggi. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained through observation, interviews, and documentation with traders who use plastic in their business activities. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while data validity was tested using triangulation. The results show that traders implement several strategies, including efficient use of plastic, finding alternative suppliers with lower prices, adjusting selling prices gradually, and maintaining good relationships with customers. These strategies demonstrate traders' ability to adapt to changes in operational costs. From an Islamic business perspective, the strategies applied reflect the principles of justice, honesty, transparency, and avoiding actions that harm consumers. This study indicates that implementing business strategies based on Islamic principles can help traders maintain business sustainability amid economic changes.

Keywords : *Merchant Strategic Management; Plastic Price Increase; Islamic Business; Price.*

PENDAHULUAN

Pasar tradisional memiliki peranan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat karena menjadi tempat bertemunya pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi barang dan jasa. Keberadaan pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan masyarakat, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak pelaku usaha kecil dan menengah. Salah satu pasar tradisional yang memiliki aktivitas ekonomi tinggi adalah Pasar Bawah Kota Bukittinggi, yang menjadi pusat perdagangan berbagai kebutuhan masyarakat.

Dalam menjalankan aktivitas perdagangan, pedagang menghadapi berbagai tantangan ekonomi, salah satunya adalah meningkatnya biaya operasional akibat kenaikan harga bahan pendukung usaha. Salah satu kebutuhan yang mengalami kenaikan harga adalah plastik yang digunakan sebagai kemasan barang dagangan. Plastik memiliki peranan penting bagi pedagang karena digunakan untuk membungkus dan menjaga kualitas barang yang dijual, seperti bahan makanan, sayuran, ikan, dan berbagai kebutuhan lainnya.

Tabel 1. Daftar Harga Plastik Menurut Pedagang Plastik Di Kota Bukittinggi

No	Nama Barang	Harga Sebelum	Harga Sesudah
1	Plastik kresek kecil	Rp.18.000	Rp.25.000
2	Plastik kresek sedang	Rp.20.000	Rp.28.000
3	Plastik kresek besar	Rp.22.000	Rp.32.000
4	Plastik tebal	Rp.25.000	Rp.35.000
5	Plastik kemasan makanan	Rp.30.000	Rp.42.000

Sumber: Pedagang plastik di kota Bukittinggi 2026

Kenaikan harga plastik memberikan dampak langsung terhadap pedagang karena menyebabkan bertambahnya biaya yang harus dikeluarkan dalam kegiatan usaha. Berdasarkan kondisi di lapangan, harga beberapa jenis plastik mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kenaikan tersebut membuat pedagang harus melakukan penyesuaian agar usaha tetap berjalan tanpa mengurangi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan strategi bisnis yang mampu membantu pedagang menghadapi perubahan biaya operasional tersebut.

Dalam perspektif manajemen strategi, kemampuan suatu usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis sangat ditentukan oleh kemampuan dalam merumuskan dan menerapkan strategi yang tepat. Strategi tidak hanya berkaitan dengan memperoleh keuntungan, tetapi juga bagaimana usaha mampu bertahan dan beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi (David 2017). Bagi pedagang pasar tradisional, strategi dapat dilakukan melalui pengendalian biaya, efisiensi penggunaan bahan, pengelolaan harga, serta menjaga hubungan dengan pelanggan.

Selain aspek ekonomi, penerapan strategi perdagangan juga perlu memperhatikan prinsip bisnis syariah. Islam mengajarkan bahwa aktivitas bisnis harus dilakukan berdasarkan nilai keadilan, kejujuran, dan keterbukaan. Penentuan harga dalam transaksi tidak boleh dilakukan dengan cara yang merugikan salah satu pihak. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29 bahwa transaksi perdagangan harus dilakukan atas dasar kerelaan antara penjual dan pembeli.

Penelitian mengenai strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik masih memiliki ruang untuk dikaji, khususnya pada konteks pasar tradisional dengan pendekatan bisnis syariah. Sebagian penelitian sebelumnya lebih banyak membahas strategi usaha dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pedagang pasar tradisional dalam menghadapi kenaikan harga plastik serta kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik dan menganalisis strategi tersebut berdasarkan perspektif bisnis syariah di Pasar Bawah Kota Bukittinggi.

Kajian Pustaka

Manajemen Strategi

Strategi merupakan bagian penting dalam pengelolaan usaha karena menjadi pedoman bagi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (solihin, 2012). Menurut David, manajemen strategi merupakan proses dalam merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya (David, 2017). Dalam konteks usaha kecil seperti pedagang pasar tradisional, strategi diperlukan agar pedagang mampu mempertahankan keberlangsungan usaha ketika menghadapi berbagai perubahan, termasuk peningkatan biaya operasional.

Strategi pedagang dapat diwujudkan melalui berbagai tindakan seperti melakukan efisiensi biaya, mencari sumber bahan dengan harga yang lebih rendah, menyesuaikan harga jual, serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen (Porter, 1985). Strategi tersebut merupakan bentuk adaptasi terhadap kondisi pasar yang berubah. Kemampuan pedagang dalam menyesuaikan diri menjadi faktor penting agar usaha tetap berjalan dan mampu bersaing.

Harga

Harga adalah bagian penting dalam aktivitas ekonomi karena berfungsi sebagai alat pertukaran yang digunakan untuk mendapatkan barang atau layanan tertentu. Harga tidak hanya menunjukkan nilai dari suatu produk, tetapi juga menjadi salah satu hal yang memengaruhi kelangsungan sebuah usaha. Bagi para pedagang, harga berpengaruh langsung terhadap pendapatan dan keuntungan yang mereka dapatkan, sementara bagi para pembeli, harga menjadi hal yang mereka perhatikan saat memutuskan untuk membeli barang tersebut.

harga adalah jumlah nilai yang dikenakan pada suatu produk atau jasa, yang harus dibayar oleh pembeli agar bisa mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, harga sangat penting karena berfungsi sebagai penghubung antara kepentingan produsen atau pedagang dengan kebutuhan konsumen. Menentukan harga yang tepat akan membantu usaha tetap kompetitif sekaligus memberi nilai yang baik kepada pelanggan (Kotler & Armstrong, 2008).

Dalam sistem pasar, harga ditentukan oleh adanya hubungan antara keinginan membeli barang dan jumlah barang yang ditawarkan. Perubahan pada salah satu faktor tersebut bisa membuat harga barang tertentu berubah. Selain itu, harga juga bisa berubah karena beberapa hal lain, seperti biaya membuat barang, biaya mengirimkan barang ke pasar, kondisi uang di negara tersebut, serta naik turunnya harga bahan-bahan yang digunakan untuk memproduksi barang tersebut. Ketika pengeluaran para pelaku usaha semakin besar, para pedagang harus menyesuaikan cara kerjanya agar bisnis tetap berjalan lancar

Kenaikan Harga

Kenaikan harga adalah situasi ekonomi di mana nilai barang atau jasa meningkat dibandingkan masa sebelumnya. Perubahan harga bisa terjadi karena ada perubahan pada permintaan dan penawaran, naiknya biaya buat membuat barang, gangguan dalam pengiriman, atau

perubahan kondisi ekonomi secara luas. Kenaikan harga tidak hanya memengaruhi konsumen yang menggunakan barang, tetapi juga berdampak pada para pelaku usaha karena dapat membuat biaya yang mereka keluarkan dalam beroperasi bisnis menjadi lebih besar.

harga bisa naik kalau biaya membuat barang naik. Ketika biaya bahan baku, upah tenaga kerja, atau biaya pendukung lainnya naik, para pelaku usaha biasanya menyesuaikan harga jual produk mereka agar tetap bisa mendapatkan keuntungan dari usaha mereka (Mankiw, 2018). Oleh karena itu, perubahan biaya operasional menjadi salah satu hal penting yang menyebabkan harga barang meningkat.

Bisnis Syariah

Dalam perspektif bisnis syariah, kegiatan perdagangan harus dilakukan berdasarkan prinsip keadilan dan kemaslahatan (Sukirno, 2016). Islam memberikan kebebasan kepada pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonomi, tetapi kebebasan tersebut harus tetap berada dalam batasan nilai-nilai syariah. Pedagang tidak diperbolehkan melakukan tindakan yang merugikan pihak lain, seperti penipuan, manipulasi harga, dan mengambil keuntungan secara berlebihan. Konsep harga yang adil dalam ekonomi Islam menekankan keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli. Harga yang ditetapkan harus mempertimbangkan kondisi pasar, biaya yang dikeluarkan, serta kemampuan konsumen. Prinsip ini sesuai dengan nilai Islam yang mengutamakan kejujuran, transparansi, dan kerelaan dalam transaksi. Oleh karena itu, strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik perlu dianalisis berdasarkan kesesuaian dengan prinsip bisnis syariah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai strategi yang dilakukan pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini bertujuan menggambarkan fenomena yang terjadi serta menganalisis penerapan strategi pedagang berdasarkan perspektif bisnis syariah.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Bawah Kota Bukittinggi. Lokasi tersebut dipilih karena Pasar Bawah merupakan salah satu pusat perdagangan tradisional yang memiliki aktivitas ekonomi tinggi dan terdapat banyak pedagang yang menggunakan plastik sebagai bagian dari kegiatan jual beli.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pedagang di Pasar Bawah Kota Bukittinggi yang mengalami dampak kenaikan harga plastik. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, dokumen, dan sumber pendukung lainnya yang berkaitan dengan strategi bisnis, harga, dan bisnis syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan melihat secara langsung aktivitas perdagangan dan penggunaan plastik oleh pedagang. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman pedagang, dampak kenaikan harga plastik, serta strategi yang diterapkan dalam menghadapi kondisi tersebut. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung penelitian.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara yang diperoleh kemudian dikategorikan berdasarkan tema penelitian untuk menemukan pola strategi yang dilakukan pedagang. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini berjumlah empat orang pedagang yang aktif berjualan di Pasar Bawah Kota Bukittinggi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan memilih pedagang yang menggunakan plastik dalam usaha mereka, sudah berdagang setidaknya dua tahun, dan merasakan dampak dari kenaikan harga plastik.

Tabel 1. Profil Informan Pelaku Usaha

No	Nama Usaha	Pemilik Usaha	Jenis Usaha	Lama Usaha
1	Kedai Berkah	Pak Zainal	Sembako, rempah	30 tahun
2	Toko lyra Adi	Pak Adi	sembako	15 tahun
3	Sanjai Linda	Buk Linda	Snack sanjai	9 tahun
4	Toko buk Sri	Buk Sri	Pedagang garam dan plastik	10 tahun

Kondisi Pedagang Pasar Bawah Kota Bukittinggi Menghadapi Kenaikan Harga Plastik

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang di Pasar Bawah Kota Bukittinggi mengalami dampak dari meningkatnya harga plastik yang digunakan dalam kegiatan perdagangan. Plastik menjadi kebutuhan yang sulit dihindari karena hampir seluruh transaksi membutuhkan kemasan untuk membawa barang belanjaan konsumen. Kenaikan harga plastik menyebabkan adanya tambahan biaya operasional yang harus ditanggung oleh pedagang.

Beberapa pedagang menyampaikan bahwa sebelum terjadi kenaikan harga plastik, biaya pembelian plastik masih relatif terjangkau. Namun setelah mengalami kenaikan, pedagang harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk memenuhi kebutuhan kemasan. Kondisi tersebut menjadi tantangan terutama bagi pedagang kecil yang memiliki keterbatasan modal.

Kenaikan harga plastik juga memengaruhi perhitungan keuntungan pedagang. Apabila pedagang langsung menaikkan harga barang dagangan secara besar-besaran, terdapat kemungkinan konsumen akan mengurangi pembelian atau memilih pedagang lain yang menawarkan harga lebih murah. Oleh karena itu, pedagang perlu mengambil keputusan yang tepat agar dapat menjaga keseimbangan antara keuntungan usaha dan kepuasan konsumen.

Strategi Pedagang dalam Menghadapi Kenaikan Harga Plastik

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh pedagang Pasar Bawah Kota Bukittinggi dalam menghadapi kenaikan harga plastik .

1. Melakukan Efisiensi Penggunaan Plastik

Strategi pertama yang dilakukan pedagang adalah mengurangi penggunaan plastik secara berlebihan. Pedagang mulai menyesuaikan jumlah plastik yang digunakan berdasarkan kebutuhan transaksi. Jika pedagang membeli dengan banyak bahan maka plastik yang digunakan cukup satu yang plastik yang besar .Penggunaan plastik tetap dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan, tetapi dilakukan secara lebih hemat agar biaya operasional dapat dikendalikan.

Efisiensi penggunaan plastik merupakan bentuk manajemen biaya yang dilakukan pedagang untuk mempertahankan keuntungan karena pengendalian biaya menjadi salah satu strategi dalam menghadapi persaingan usaha (Porter, 1985). Strategi ini menunjukkan bahwa pedagang mampu

melakukan penyesuaian terhadap perubahan biaya tanpa mengurangi kualitas pelayanan secara keseluruhan.

2. Mencari Pemasok Plastik dengan Harga Lebih Terjangkau

Strategi berikutnya adalah mencari pemasok alternatif yang menawarkan harga lebih murah. Beberapa pedagang tidak hanya bergantung pada satu pemasok, tetapi membandingkan harga dari beberapa tempat agar memperoleh harga yang lebih sesuai. Pemilihan pemasok menjadi bagian dari strategi bisnis karena dapat membantu pedagang mengurangi biaya pembelian bahan pendukung usaha melalui pengelolaan sumber daya yang efektif (David, 2017). Hal tersebut sesuai dengan konsep manajemen strategi yang menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya secara efektif.

3. Melakukan Penyesuaian Harga Jual

Sebagian pedagang melakukan penyesuaian harga jual secara bertahap untuk menutupi peningkatan biaya akibat kenaikan harga plastik penyesuaian harga merupakan bagian dari strategi pemasaran karena harga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi konsumen (Kotler,2016). Namun, kenaikan harga dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi pelanggan agar tidak menimbulkan keberatan yang dapat mengakibatkan hilangnya pelanggan. Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya pedagang dalam menjaga keberlangsungan usaha sekaligus mempertahankan hubungan baik dengan konsumen.

4. Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan

Selain melakukan penyesuaian biaya, pedagang juga mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang baik, keramahan, dan keterbukaan dalam menjelaskan perubahan harga, agar para pedagang merasa tau dengan harga yang kita tawarkan, dan tidak ada rasa ingin berpindah ke pedagang lainnya. dan Hubungan baik dengan pelanggan menjadi salah satu faktor penting agar konsumen tetap percaya dan melakukan pembelian karena merupakan bagian dari strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan dan mempertahankan loyalitas konsumen (Tjiptono, 2019). menjalin hubungan dengan pelanggan itu sangat penting untuk masa yang akan datang bagi pedagang. karna pelanggan sudah merasa percaya dan tidak akan berpindah tempat untuk belanja di tempat pedagang tersebut.

Analisis Strategi Pedagang dalam Perspektif Bisnis Syariah

Dalam perspektif bisnis syariah, strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik menunjukkan adanya penerapan prinsip keadilan dalam transaksi. Pedagang tetap berusaha menjaga keseimbangan antara kebutuhan usaha dan kemampuan konsumen. Meskipun terjadi peningkatan biaya operasional, pedagang tidak langsung menaikkan harga secara tidak wajar, tetapi melakukan pertimbangan terlebih dahulu agar kenaikan harga tetap dapat diterima oleh pelanggan.

Dalam kegiatan perdagangan, pedagang tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus mampu mempertahankan keberlangsungan usaha melalui peneglolaan sumber daya yang efektif. Perubahan kondisi ekonomi seperti meningkatnya biaya bahan pendukung usaha dapat memberikan tekanan terhadap aktivitas perdagangan, sehingga diperlukan strategi adaptasi yang tepat

Prinsip keadilan merupakan salah satu dasar utama dalam kegiatan ekonomi Islam. Islam memberikan kebebasan kepada pelaku usaha untuk menentukan harga berdasarkan kondisi pasar, tetapi kebebasan tersebut tidak boleh digunakan untuk mengambil keuntungan secara berlebihan atau merugikan pihak lain. Dalam praktik perdagangan, harga yang adil merupakan harga yang terbentuk berdasarkan keseimbangan antara kepentingan penjual dan pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang lebih memilih melakukan strategi efisiensi dibandingkan menaikkan harga secara tinggi. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran pedagang

terhadap prinsip tanggung jawab dalam bisnis. Pedagang tetap memperhatikan kepentingan konsumen dengan memberikan harga yang sesuai dan pelayanan yang baik.

Selain prinsip keadilan, strategi pedagang juga mencerminkan prinsip kejujuran dan keterbukaan. Ketika terjadi perubahan harga akibat kenaikan biaya plastik, pedagang memberikan informasi kepada pelanggan secara terbuka. Sikap tersebut penting dalam bisnis syariah karena transaksi harus dilakukan berdasarkan kerelaan kedua belah pihak sebagaimana prinsip perdagangan dalam Islam.

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 29:

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar saling ridha di antara kamu."

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kegiatan perdagangan harus dilakukan dengan cara yang benar dan berdasarkan kesepakatan antara pihak yang melakukan transaksi. Dalam konteks penelitian ini, pedagang yang melakukan penyesuaian harga secara wajar dan tetap menjaga kepercayaan pelanggan telah menerapkan nilai-nilai bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.

Selanjutnya, strategi mencari pemasok alternatif juga menunjukkan adanya prinsip efisiensi dalam bisnis Islam. Islam menganjurkan umatnya untuk mengelola sumber daya secara baik dan tidak melakukan pemborosan. Dengan mencari bahan pendukung usaha dengan harga yang lebih terjangkau, pedagang berusaha menjaga keberlangsungan usaha tanpa mengurangi kualitas pelayanan kepada konsumen.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pedagang pasar tradisional memiliki kemampuan adaptasi yang cukup baik dalam menghadapi perubahan ekonomi. Meskipun memiliki keterbatasan modal dan sumber daya, pedagang tetap mampu menerapkan strategi sederhana namun efektif untuk mempertahankan usaha. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan menjaga keuntungan, tetapi juga menjaga hubungan sosial antara pedagang dan pelanggan.

Dengan demikian, strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik di Pasar Bawah Kota Bukittinggi dapat dikatakan telah sesuai dengan prinsip bisnis syariah karena dilakukan melalui cara yang adil, transparan, dan mempertimbangkan kemaslahatan Bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik perspektif bisnis syariah di Pasar Bawah Kota Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa kenaikan harga plastik memberikan dampak terhadap peningkatan biaya operasional pedagang. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang harus melakukan berbagai penyesuaian agar kegiatan usaha tetap berjalan dan keuntungan dapat dipertahankan.

Strategi yang dilakukan pedagang dalam menghadapi kenaikan harga plastik meliputi efisiensi penggunaan plastik, mencari pemasok dengan harga yang lebih terjangkau, melakukan penyesuaian harga jual secara bertahap, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang baik dan komunikasi yang terbuka (Umar, 2013). Strategi tersebut menunjukkan bahwa pedagang mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif. Dan strategi tersebut digunakan agar konsumen setia ke pedagang karna adanya kerterbukaan dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen sehingga konsumen tidak mencari pedagang yang lainnya.

Ditinjau dari perspektif bisnis syariah, strategi yang diterapkan pedagang telah mencerminkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan perdagangan. Pedagang tetap memperhatikan prinsip keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tidak melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Penyesuaian harga dilakukan berdasarkan kondisi biaya dan pertimbangan kemampuan pelanggan, bukan semata-mata untuk memperoleh keuntungan yang berlebihan.

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha kecil dan pedagang pasar tradisional perlu memiliki kemampuan strategi dalam menghadapi perubahan ekonomi. Selain mempertahankan aspek keuntungan, keberhasilan usaha juga dipengaruhi oleh kemampuan menjaga kepercayaan konsumen dan menerapkan nilai-nilai bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai strategi usaha pedagang tradisional dalam menghadapi perubahan harga bahan operasional lainnya dengan menggunakan pendekatan yang lebih luas sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai keberlangsungan usaha kecil dalam perspektif ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Akdon. (2011). *Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Blanchard, O. (2004). *Inflation and Monetary Policy*. *Journal of Economic Perspectives*, 18(2).

Boediono. (2014). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Manajemen Strategis: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.

Dutta, S. (2002). *Pricing as a Strategic Tool. Harvard Business Review*, 80(5).

Gordon, R. (2005). *The Role of Demand in Inflation. American Economic Review*, 95(2).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.

Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics*. Boston: Cengage Learning.

Monroe, K. B. (1990). *Pricing and Customer Value. Journal of Marketing Research*, 30(2).

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. New York: McGraw-Hill.

Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.

Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Umar, H. (2013). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. Boston:Pearson Education.

.