

**UPAYA PEDAGANG PERTOKOAN PT PUTRA AMARTAN
MAKMUR DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI



Oleh:

KHOLIFATUN NISA
NIM: E20152016

Nama Pembimbing:

Hj. Mariyah Ulfa, S.Ag., M.E.I
NIP. 197709142005012004

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2019**

**UPAYA PEDAGANG PERTOKOAN PT PUTRA AMARTAN
MAKMUR DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO**

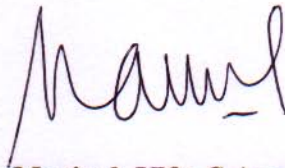
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

KHOLIFATUN NISA
NIM: E20152016

Disetujui Pembimbing:



Hj. Marivah Ulfa, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197709142005012004

**UPAYA PEDAGANG PERTOKOAN PT PUTRA AMARTAN
MAKMUR DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
DI KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

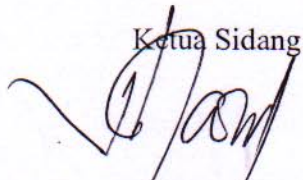
Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Pada

Hari : Kamis
Tanggal : 24 Oktober 2019

Tim Penguji

Ketua Sidang



Daru Anondo, S.E., M.Si.
NIP. 197503032009011009

Sekretaris



Siti Magrohatin, S.E., M.M.
NIP. 19780612 200912 2 001

Anggota :

1. Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., M.M.

()

2. Hj. Mariyah Ulfah, S.Ag., M.E.I.

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً
يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّان تَبُورَ ﴿٢٩﴾

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”. (Q.S. Fathir: 29).¹



¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2002), 620.

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang telah memberikan arti bagi hidup saya dengan pengorbanan, kasih sayang, semangat, dan ketulusannya, yaitu:

1. Kepada kedua orang tua saya, bapak (Sadiman) dan ibu (Khalifah) tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi, dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih atas doa yang tak kunjung henti dipanjatkan. Semoga Allah Swt senantiasa memberi kesehatan dan limpahan rahmat, Amin.
2. Kepada saudara kandungku yaitu adik tersayangku Mohamad Nabil Hasan yang selalu memberiku semangat agar cepet menyelesaikan tugas akhir saya, Tak lupa kepada adik-adik sepupuku yaitu Akromatul Umami, Fauzan Malik Haqiqi, Indi Farhana Adnani, Ahmad Fadoli, Halimatus Sa'diah. Yang selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayangnya. Terima kasih untuk adik-adikku tersayang.
3. Seluruh keluarga besar dari kakek Hasan Jappar dan kakek sandio yang selalu mendoakan kesahatanku, dan senantiasa menjadi spirit dalam setiap proses saya menjadi *insan kamil* hingga aku tak mampu membedakan tangis dan senyum mereka.
4. Kepada tunanganku yaitu Ilyas Jaelani Sutomo El-faiz yang selalu memberi dukungannya kepadaku dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada semua guru-guru dimulai dari guru ngaji An-nur, guru madrasah diniyah Bustanul Amin, guru TK Nurul Huda, guru sekolah SDN 1 Jetis, dan guru-guru Pondok pesantren Darul Lughah Wal Karomah. Yang sudah saya tempuh.
6. Pondok pesantren tercinta Darul Lughah Wal Karomah Kraksaan Probolinggo, semoga selalu menjadi pesantren yang diminati oleh semua kalangan dan tetap mencetak santriwan dan santriwati yang berakhlaqul karimah.
7. Teman seperjuangan yang menemani saya selama ini, keluarga besar Big Family ES1 dan semua angkatan Ekonomi Syariah angkatan 2015.
8. Keluarga besar Beautifull Camp Site (BCS), Afis, Vera, Yus, Yuli, Wulan, Lud, Susi, Ifa, Reni, Dan Riris yang selalu memberi nasehat dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu atas bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
10. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang saya banggakan dan seluruh Dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada saya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., yang telah memberikan rahmat, taufiq hidayah, serta inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ *Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo*”, sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana stara 1 (S1) dapat menyelesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kehadiran baginda nabi kita yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman yang jahiliyah menuju ke zaman yang terang menderang seperti saat ini, yang kita bisa rasakan dengan adanya addinul islam.

Kesuksesan dalam penyelesaian skripsi ini dapat penulis peroleh karena dukungan dan bantuan banyak pihak. Dengan demikian, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor IAIN Jember
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Dosen Penasehat Akademik

4. Ibu Hj. Mariyah Ulfa, S.Ag., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikiran untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama menyusun skripsi ini.
5. Segenap penguji yang telah berkenang meguji skripsi ini
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
7. Bapak Fahim Amar selaku Ketua Pertokoan PT Putra Amartan Makmur, semua pengurus dan para pedagang yang telah memberikan data untuk melengkapi skripsi ini.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan semoga Allah SWT, memberi balasan kebaikan atas semua jasa yang telah diberikan. Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan referensi dan waktu yang terbatas, penulis mencoba untuk meyusunnya berdasarkan kemampuan yang penulis miliki dan untuk lebih meyempurnakannya tentu tidak lepas dari kritik dan saran dari para pembaca terakhir, harapan peneliti semoga apa yang tekandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 18 September 2019
Penulis

ABSTRAK

Kholifatun Nisa, Hj. Mariyah Ulfa, S.Ag., M.EI, 2019: *Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur Dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.*

Upaya pedagang merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pedagang untuk mencari jalan keluar dalam meningkatkan pendapatannya dalam bertransaksi, sedangkan dalam meningkatkan pendapatan bagi para pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur yaitu menggunakan strategi pemasaran. Namun dari strategi itu belum digunakan dengan maksimal hanya dasar-dasarnya saja. Itulah yang menjadi alat untuk meningkatkan pendapatan para pedagang.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan ? 2) Apa saja Hambatan yang Mempengaruhi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan ? 3) Bagaimana Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan ?

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk Mengetahui Bagaimana Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan. 2) Untuk Mengetahui Apa Saja Hambatan yang Mempengaruhi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan. 3) Untuk Mengetahui Bagaimana Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif yang jenisnya deskriptif. Dalam penentuan subjek peneliti menggunakan teknik *purposive sumpling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data dilakukan dengan memberikan makna terhadap data yang berhasil dikumpulkan dan dari makna itu dapat ditarik kesimpulan. Metode keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Upaya yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatannya yaitu dengan melihat peluang yang dibutuhkan oleh konsumen, memilih tempat yang strategi, memilih produk yang berkualitas baik, mengadakan promosi . 2) hambatan yang hadapi oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatannya yaitu lemahnya jaringan usaha dari pihak pedagang kecil kepada pedagang besar, mempromosikan produk atau barang masih lemah, kerusakan barang dari pedagang besar, kurangnya modal bagi para pedagang. 3) solusi yang diambil oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatannya yaitu dalam menyikapi hambatan pedagang memilih solusi untuk memesan barang jauh sebelum barang habis, mempromosikan barang dagangannya menggunakan bener kecil, Meminjam modal kepada keluarga untuk menutupi kekurangan modal.

Kata kunci: Strategi Pemasaran dan Meningkatkan Pendapatan.

ABSTRACT

Kholifatun Nisa, Hj. Mariyah Ulfa, S.Ag., M.El, 2019: *The Efforts of PT Putra Amartan Makmur's Shop Traders in Increasing Revenue in Besuki, Situbondo.*

Traders effort is an effort made by traders to find a way out in increasing their income in the transaction, while in increasing income for the merchants of PT Putra Amartan Makmur's shops that is using marketing strategies. However, from that strategy, it has not been used to the maximum, just the basics. That is a tool to increase the income of traders.

The focus of the research in this thesis are: 1) What are the efforts of PT Putra Amartan Makmur's shopping merchants in increasing revenue? 2) What are the barriers that affect PT Putra Amartan Makmur's shopping merchants in increasing revenue? 3) What are the solutions of PT Putra Amartan Makmur's shopping merchants in increasing revenue?

This study aims: 1) To find out the efforts of PT Putra Amartan Makmur's shopping merchants in Increasing Revenue. 2) To Know the Barriers that affect PT Putra Amartan Makmur shopping merchants in Increasing Revenue. 3) To find out about the solutions for PT Putra Amartan Makmur's shopping merchants in increasing revenue.

The research method used is a descriptive qualitative approach. In determining the subject of research the researcher used purposive sumpling techniques. The data collection method uses the method of observation, interviews, and documentation. Data analysis method is done by giving meaning to the data that has been collected and from that meaning can be drawn conclusions. The data validity method uses source triangulation and technique triangulation.

The conclusion of this study shows that PT Putra Amartan Makmur's shopping merchant efforts to increase revenue in Besuki, Situbondo are: 1) The efforts made by traders in increasing their income are by looking at the opportunities needed by consumers, choosing a strategic place, choosing good quality products, holding promotions. 2) obstacles faced by traders in increasing their income are weak business networks from the small traders to large traders, promoting products or goods are still weak, damage to goods from large traders, lack of capital for traders. 3) the solution taken by traders in increasing their income is in addressing the obstacles traders choose the solution to order goods long before the goods run out, promote merchandise using small bener, Borrowing capital to the family to cover the lack of capital.

Keywords: Marketing Strategy, Increase revenue.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	26
a. Pedagang	26
1) Pengertian Pedagang	26

2) Pedagang Besar	27
3) Pedagang Eceran	33
4) Etika Islam dalam Berdagang	37
b. Meningkatkan Pendapatan	41
1) Pengertian Pendapatan	41
2) Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pndapatan	45
3) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	51
4) Kendala dalam Meningkatkan Pendapatan	53
5) Langkah dalam Meningkatkan Pendapatan	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Subjek Penelitian.....	57
D. Teknik Pengumpulan	58
1. Data Observasi	58
2. Wawancara.....	59
3. Dokumentasi	61
E. Analisis Data	61
1. Reduksi Data	62
2. Penyajian Data	62
3. Verifikasi.....	62
F. Keabsahan Data.....	63
1. Triangulasi Sumber	63

2. Triangulasi Teknik	63
3. Triangulasi Waktu	63
G. Tahap-tahap Penelitian	64
1. Tahap Pra Lapangan	64
2. Tahap Pelaksanaan Lapangan	64
3. Tahap Paska Penelitian	64
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	66
A. Gambaran Obyek Penelitian	66
1. Sejarah PT Putra Amartan Makmur	66
2. Visi dan Misi PT Putra Amartan Makmur	68
3. Letak Geografis PT Putra Amartan Makmur	68
4. Struktur PT putra Amartan Makmur	69
5. Jumlah Pedagang PT Putra Amartan Makmur	69
B. Penyajian Data dan Analisis	72
1. Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	73
2. Hambatan Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	79
3. Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	85
C. Pembahasan Temuan	92
1. Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	92

2. Hambatan Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	95
3. Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan	98
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN LAMPIRAN	
1. Matrik	
2. Pernyataan Keaslian Tulisan	
3. Pedoman Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	
6. Jurnal Penelitian	
7. Dokumentasi	
8. Biodata Penulis	

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

Uraian	hal
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Proses Distribusi Pada Pedagang Besar	28
2.3 Macam-macam Pedagang Eceran	35
4.1 Struktur Pengurus PT Putra Amartan Makmur	69
4.2 Tabel jumlah pertokoan yang digunakan	70
4.3 Tabel pertokoan sewa dan beli	72
4.4 Tabel pendapatan pedagang	77
4.5 Tabel hambatan pedagang	84
4.6 Tabel hambatan dan solusi pedagang	91



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara-negara berkembang termasuk Indonesia pastinya melaksanakan usaha-usaha pembangunan. Pembangunan tersebut dilakukan diberbagai sektor diantaranya yaitu sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial budaya dan lain-lain. Upaya pembangunan tersebut dilakukan untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mengantarkan Indonesia memasuki era modernisasi. Salah satu pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah yaitu melalui pembangunan ekonomi. Tujuan pembangunan ekonomi sendiri mencakup pengendalian tingkat inflasi dan juga meningkatkan taraf hidup masyarakat. Akan tetapi yang menjadi pokok permasalahan dalam pembangunan ekonomi pada umumnya adalah distribusi pendapatan yang tidak merata.¹

Bagi masyarakat yang memiliki modal dan tingkat pendidikan tinggi, tentunya mereka bisa mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat yang hanya memiliki modal dan keahlian yang rendah. Hal tersebut juga dirasakan bagi masyarakat yang mencari keberuntungan dalam berdagang, modal dan keterampilan atau pendidikan akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang akan diperoleh bagi pedagang nantinya.

¹ Budi Wahyono, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan pedagang bantul Kabupaten Bantul" Jurnal Pendidikan dan Ekonomi , Vol 6, No 4 (2017), 389.

Pedagang merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Giatnya aktivitas perdagangan suatu negara menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolak ukur tingkat perekonomian negara itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian suatu negara.

Perdagangan dalam islam adalah salah satu bentuk pencarian karunia Allah yang memiliki tujuan untuk mendatangkan kemuliaan dan keutamaan bagi pelakunya. Namun dalam berdagang perlu diperhatikan hal-hal yang boleh diperdagang dan perdagangan yang diharamkan, dan mengandung unsur yang positif antara penjual dan pembelinya. Seperti yang dijelaskan dalam surat An-nisa` : 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamaamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan jangan lah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*²

Dari ayat diatas menunjukkan bahwa memang suatu perekonomian yang paling dianjurkan oleh Rasul SAW yaitu perdagangan. Karena perdagangan merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh Rasul SAW semasa hidupnya. Sejak masa muda reputasinya dalam dunia bisnis atau perdagang sangat bagus. Beliau melakukannya dengan bentuk suka sama suka antara penjual dan pembeli disuatu transaksi untuk mencapai kemaslahatan bersama.

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al- Karim dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 2002), 107-108

Disamping itu pula harus diakui adanya perluasan lapangan kerja, tetapi harus pula dilihat kenyataan bahwa jumlah yang masuk pasaran sangat tinggi. Melihat Pertumbuhan penduduk yang signifikan akan diikuti dengan kebutuhan konsumsi yang signifikan pula bagi penduduk itu sendiri. Kebutuhan adalah salah satu aspek psikologis yang dimiliki makhluk hidup, sehingga menggerakkan manusia dalam aktivitas-aktivitasnya, dan menjadi alasan manusia untuk berusaha dalam mengembangkan hidupnya. Pada dasarnya setiap manusia mempunyai tujuan tertentu dalam berusaha yaitu untuk memenuhi kebutuhannya. Keadaan ini yang membuat manusia bekerja untuk mendapatkan uang sebagai alat tukar menukar dalam kehidupan sehari-harinya.³

Dalam berdagang Pasar memegang peranan penting dalam hal kegiatan ekonomi dan pembangunan ekonomi disuatu negara. Pasar adalah tempat atau keadaan dimana para pembeli dan penjual membeli dan menjual barang, jasa atau sumber daya. Pasar terdiri dari pasar barang, jasa dan sumber daya yang mengadakan transaksi jual beli dalam perekonomian.⁴

Menurut peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia 2008 pasal 1 ayat 1 yaitu:

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.⁵

³ Mufarohah, "Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Mikro (Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Besuki Kabupaten Situbondo". Jember: Skripsi Universitas Jember, (19 september 2018).

⁴ Soni Sumarsono, *Ekonomi mikro*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2017), 3.

⁵ Sekretaris Menteri Perdagangan, *peraturan menteri perdagangan RI nomor:53/M-DAG/PER/12/2008*, (Jakarta, 2008), 3.

Sumber lain mengatakan bahwa pasar tidaklah harus berwujud suatu bangunan tertentu, sebagaimana kebanyakan pasar yang kita lihat didalam hidup kita sehari-hari. Sekalipun itu juga pasar, pasar bukanlah hanya itu saja. Jelasnya, pasar merupakan suatu organisasi jual beli, dengan cara apa pun dan dimana pun.⁶ Yang mana dalam hal ini pasar menjadi salah satu tempat untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Pasar disini terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern, dimana pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Sedangkan pasar modern tidak jauh berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang tersebut.⁷

Akan tetapi dewasa ini situasi pasar di Kecamatan Besuki menuai berbagai macam permasalahan terutama pada lahan yang telah ditempati karena adanya penggusuran sehingga menyebabkan para pedagang kehilangan tempat, hal tersebut menyebabkan permasalahan tersendiri bagi pedagang terutama terhadap pendapatan.

Adanya penggusuran tersebut beberapa pedagang kebingungan. Namun, ada upaya dari pengusaha properti yang membangun pertokoan di dekat pasar Besuki yang diberi nama PT Putra Amartan Makmur kepada pedagang-pedagang dan dengan dibangunnya pertokoan PT Putra Amartan

⁶ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 403.

⁷ <http://id.wikipedia.org/wiki/pasar#pasarmodern> diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 20:03

Makmur juga memberikan peluang kepada masyarakat sekitar untuk memulai usaha dari bawah. Namun yang disulitkan oleh para pedagang yaitu mengenai harga pertokoan tersebut sangat melambung tinggi.

Pertokoan PT Putra Amartan Makmur terletak di Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo, yang dapat di tempot sekitar 2 menit dari alun-alun Besuki, Pertokoan PT Putra Amartan Makmur menyediakan pertokoan yang strategis, bersih dan nyaman bagi pedagang dan pelanggan, serta berbagai pedagang dipertokoan PT Putra Amartan Makmur sudah ada seperti pedagang sembako, pedagang baju, pedagang sandal dan sepatu, pedagang cemilan, pedagang jasa selep bakso, pedagang plastik, dan pedagang lainnya.

Keadaan pertokoan PT Putra Amartan Makmur sangatlah strategis, bersih, dan nyaman, karena pihak pemasaran pertokoan PT Putra Amartan Makmur menyediakan keamanan dan kebersihan yang setiap malam datang untuk membersihkan setiap sudut pertokoan PT Putra Amartan Makmur, tidak hanya itu saja pihak pemasaran pertokoan PT Putra Amartan Makmur juga memiliki aturan yang harus diikuti oleh setiap pedagang yaitu salah satunya ketika pedagang telah membeli satu toko, maka pedagang tersebut tidak boleh berdagang melampui batas dari pertokoan yang di miliki oleh pedagang tersebut.

Hasil wawancara kepada salah satu pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur, data yang diperoleh sebagai berikut:

“Sebenarnya nak kalau masalah modal awal untuk membeli pertokoan ini sangat tidak cukup uang tabungan saya nak, tapi kalau tidak

membeli saya kebingungan nak, jadi saya mengupayakan agar bisa beli pertokoan ini nak, dari uang tabungan ditambah dengan uang pinjaman, juga saya melihat keadaan pertokoan disini kan jalannya bagus nak jadi meskipun ojen ye tak kerah becek, juga dekat dengan pusat alun-alun Besuki”⁸

Bagi pedagang sendiri upaya tersebut sangat memberatkan karena antara harga pertokoan yang ditawarkan dengan pendapatan yang mereka peroleh tidak seimbang. Sehingga sebagian pedagang mengalami kesulitan dalam menentukan lokasi untuk berdagang. Dampak dari permasalahan tersebut adanya ketidakjelasan mengenai pendapatan yang diperoleh pedagang.

Adapun cara pedagang untuk mendapatkan peluang dalam meningkatkan pendapatan dengan cara memilih tempat yang strategis, bersih untuk mereka memperdagangkan dagangannya kepada konsumen, pilihan ini adalah salah satu strategi pedagang, bukan hanya itu saja yang menjadi strategi mereka. Namun, lebih tepatnya mereka menggunakan strategi pemasaran dan etika berdagang dalam meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, merasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap **“Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo”**.

⁸ Bapak suyetno, *Wawancara*, 04 Februari 2019.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.⁹

1. Bagaimana upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo ?
2. Apa saja hambatan-hambatan yang mempengaruhi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo ?
3. Bagaimana solusi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁰

1. Untuk mengetahui upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatam di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang mempengaruhi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember press, 2015), 44.

¹⁰ Ibid., 45

3. Untuk mengetahui solusi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini, diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi semua pihak.

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, peneliti ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Khususnya yang berkaitan dengan upaya pedagang Besuki dapat meningkatkan pendapatan atau mempertahankan pendapatan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Mahasiswa

- 1) Sarana aplikasi ilmu yang telah diperoleh dan dimiliki baik di dalam maupun di luar pendidikan formal maupun informal.
- 2) Menambah wawasan, cakrawala, pengetahuan dan pengalaman kerja sebelum terjun ke bidang yang sesungguhnya dalam dunia kerja, dan
- 3) Memberikan gambaran secara kongkrit mengenai lingkungan kerja

b. Bagi Institut Agama Islam (IAIN) Jember

- 1) Mampu memberikan kontribusi berupa Referensi untuk kepustakaan bagi penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.
 - 2) Sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sampai sejauh mana kesesuaian kurikulum yang ada dengan perkembangan yang terjadi di dunia perekonomian
 - 3) Untuk memperkenalkan instansi perguruan tinggi khususnya fakultas Ekonomi Syari'ah IAIN (Institut Agama Islam Negeri Jember) pada instansi atau perusahaan yang membutuhkan lulusan atau tenaga kerja yang dihasilkan oleh perguruan tinggi tersebut.
- c. Bagi Instansi untuk tempat yang akan diteliti
- 1) Merupakan sarana penghubung kerja sama antara instansi dengan perguruan tinggi.
 - 2) Sebagai wahana bagi instansi pasar tersebut untuk mewujudkan visi keberhasilan pembangunan nasional demi terciptanya sumber daya manusia yang handal dan berkompeten.
 - 3) Untuk memperkenalkan instansi perguruan tinggi khususnya Jurusan Fakultas Ekonomi Syari'ah IAIN pada instansi atau perusahaan yang membutuhkan lulusan atau tenaga kerja yang dihasilkan oleh perguruan tinggi tersebut.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian penelitian didalam judul penelitian. Tujuannya agar

tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹¹

1. Upaya pedagang

Upaya adalah usaha kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan.¹² Dalam mewujudkan tujuan dan persoalan maka upaya juga berarti usaha dalam mencari jalan keluar bagi pedagang dalam mencapai tingkat pendapatan yang tinggi. Sangat penting agar pendapatan tidak menurun.

Sedangkan Pedagang adalah orang yang membeli dan menjual barang dengan niat dagang.¹³ Dalam arti luas pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, penjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri maupun diproduksi sendiri. Untuk memperoleh suatu keuntungan atau tingkat pendapatan.

Upaya pedagang merupakan usaha, tenaga atau pikiran dari seorang pedagang dalam memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri maupun diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.

2. Pendapatan

Semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi yang halal,

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45

¹² Hasan Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 125.

¹³ Ahmad Irfan Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), 587.

perdagangan, memberikan jasa, atau aktivitas lain yang bertujuan meraih keuntungan.¹⁴

Pendapatan adalah sejumlah uang yang didapatkan oleh perusahaan atau seorang pedagang dari keuntungan berdagangnya, baik dari penjualan produknya maupun jasa kepada pelanggan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup, format penulisan, sistematika pembahasan bentuk deskriptif. Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁵

BAB I. Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah.

BAB II. Kajian kepustakaan yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu berguna untuk melihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Sedangkan kajian teori berisi tentang teori yang terkait dengan variabel yang telah ditentukan sehingga berguna sebagai perspektif dalam penelitian.

BAB III. Metode penelitian tentang metode yang digunakan peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber

¹⁴ Ibid., 621.

¹⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45

data, metode pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan penelitian.

BAB IV. Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian berupa sejarah berdirinya PT Putra Amartan Makmur, letak geografis. Selain berisi gambaran objek penelitian terdapat juga penyajian data dan analisis serta mengenai bahasan temuan yang diperoleh dilapangan.

BAB V. Merupakan bab yang berisikan tentang kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari peneliti/penulis dan dan diakhiri dengan penutup.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Disamping itu kajian terdahulu dapat membantu penelitian dalam memposisikan peneliti serta menunjukkan orsiniltas tulisan dan isi dari penelitian. Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nur Isni Atun, Tahun 2016, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “ Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,942 dapat diartikan bahwa sebesar 94,2% variasi pendapatan pedagang pasar prambanan dipengaruhi oleh variasi modal, lokasi, dan jenis dagangan.¹⁶

Persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian,

¹⁶ Nur Isni Atun, Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman, Skripsi, (Universitas Negeri Yogyakarta:2016), vii

teknik pengumpulan data dimana pada penelitian ini menggunakan wawancara, angket dan dokumentasi, serta pada metode yang digunakan yaitu menggunakan regresi berganda, dan menekankan pada Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

2. Skripsi yang ditulis oleh Fadhli Nurul Hidayah, Tahun 2017, Skripsi Universitas Jember, dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan, pengalaman kerja, curahan jam kerja, dan modal kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan PKL. Sedangkan secara parsial semua variabel bebas berpengaruh signifikan kecuali pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan PKL. Sedangkan secara simultan tingkat pendidikan, pengalaman kerja, curahan jam kerja, dan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap PKL.¹⁷

Persamaannya yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang, namun pada peneliti ini lebih menekankan pada pedagang kaki lima (PKL), menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, perbedaannya adalah pada fokus masalah, dan pada penelitian ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima,

¹⁷ Fadhli Nurul Hidayat, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi, Skripsi, (Universitas Jember: 2017), ix.

sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

3. Skripsi yang ditulis oleh Budi Wahyono, Tahun 2017, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel-variabel yang signifikan mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar Bantul antara lain adalah modal usaha (X1), jam kerja (X2). Sedangkan variabel tingkat pendidikan (X2) dan lama usaha (X3), secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Bantul. Selanjutnya variabel modal usaha, tingkat pendidikan, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar batul. Pengaruh tersebut sebesar 52,6% dan sisanya 47,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.¹⁸

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada fokus masalah, pendekatan dimana pada penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan kualitatif, dan pada penelitian ini lebih menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu

¹⁸ Budi Wahyono, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang bantul Kabupaten Bantul, Skripsi, (Univesitas Negeri Yogyakarta, 2017), vii.

menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

4. Skripsi yang ditulis oleh Tutik Maulida, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “Peran *Home* Industri Aksesoris dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Karansemending Kecamatan Balung Kabupaten Jember”. Hasil Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana peran home industri aksesoris dalam meningkatkan pendapatan. Berdasarkan peneliti ini memperoleh kesimpulan yaitu: Adanya industri bisa memberikan peluang bagi masyarakat sekitar seperti membuka lapangan pekerjaan. industri Aksesoris menjadi pilihan masyarakat diantara pekerjaan lainnya, misalnya: sebelumnya menjadi buruh tani dan menjual mainan beralih profesi sebagai pengrajin yang pekerjaannya tidak terlalu memberatkan bagi masyarakat.¹⁹

Persamaanya yaitu sama-sama menekankan pada meningkatkan pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian, keabsahan data, dan peran *home* industri bagi masyarakat sekitar. Sedangkan pada peneliti yang akan dilakukan yaitu upaya apa yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

5. Skripsi yang ditulis oleh Siti Arifah, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “Analisis Strategi

¹⁹ Tutik Maulida, Peran Home Industri Aksesoris dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Karansemending Kecamatan Balung Kabupaten Jember, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember:2017), vi.

Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung”. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Analisis strategi pengembangan pasar tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang pertama dilakukan analisis lingkungan yang mempengaruhi peningkatan pendapatan pedagang baik dari kekuatan yang ada di pasar Tanjung, 2) Ragam strategi pengembangan pasar Tanjung ada penambahan jumlah dengan revitalisasi, penambahan fungsi dengan pendirian koperasi, dan perluasan pasar dengan promo pasar melalui program ini peningkatan pendapatan mengalami peningkatan.²⁰

Persamaanya yaitu sama-sama menandakan pada pendapatan pedagang, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaanya yaitu fokus masalah, dan pada penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu bagaimana upaya pedagang PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

6. Skripsi yang ditulis oleh Lina Al Maghfiroh, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “ Peran BMT UGT Sidogiri Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan di Puger-Jember”. Hasil penelitian ini yaitu BMT UGT Sidogori memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan melalui pembiayaan yang diberikan kepada

²⁰ Siti Arifah, Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan para Pedagang di Pasar Tanjung, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember: 2017), vi.

nelayan, dapat bertransaksi berdasarkan prinsip syariah, tidak adanya keterikatan antara nelayan dengan pengambek, bebas dari riba.²¹

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga sama-sama membahas tentang pendapatan. Akan tetapi, objek penelitian tentang pendapatan nelayan sedangkan milik peneliti membahas tentang pendapatan pedagang. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada fokus penelitian, dimana pada penelitian ini membahas tentang peran BMT UGT Sidogiri, sedangkan milik peneliti membahas tentang upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

7. Skripsi yang ditulis oleh Veka Ferliana, Tahun 2018, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul “Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Tugu Bandar Lampung)”. Hasil peneliti tersebut menunjukkan bahwa program revitalisasi di pasar Tugu berdampak negatif, dari aspek fisik dan manajemen pedagang tidak puas, perlu adanya peningkatan pengawasan, pengaturan dan pemeliharaan pasar oleh UPT pasar Tugu. Dari aspek ekonomi tingkat pendapatan pedagang cenderung menurun namun ada yang meningkat dan juga tidak berubah. Dalam perspektif ekonomi islam revitalisasi yang dilakukan di pasar Tugu merupakan hal yang positif tetapi dalam pengelolaan

²¹ Lina Al Maghfiroh, Peran BMT UGT Sidogiri Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan di Puger Jember, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember: 2017), viii.

manajemen berdampak negatif karena tidak sesuai dengan tuntutan syariat islam.²²

Persamaan dari peneliti di atas dengan peneliti saat ini adalah sama-sama meneliti tentang pendapatan pedagang pasar, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, perbedaannya terletak pada teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi, dan peneliti di atas lebih berfokus pada revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dalam perseptif ekonomi islam. Sedangkan peneliti yang ingin diteliti yaitu berfokus pada bagaimana upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

8. Skripsi yang ditulis oleh Jamilatul Rizkiyah, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang”. Hasil dari penelitian ini yaitu peran pasar gedang yaitu mempermudah masyarakat untuk membuka usaha kecil, tempat menjual hasil panen masyarakat dan membuat pasar lebih ramai sehingga pendapatannya pun semakin meningkat.²³

Pesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menekankan pada meningkatkan pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus masalah dan pada penelitian menekankan peran pasar

²² Veka Ferliana, Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam, Skripsi, (Universitas Negeri Raden Intan Lampung: 2018), ii.

²³ Jamilatul Rizkiyah, Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri IAIN Jember: 2018), vi.

tradisional dalam meningkatkan pendapatan sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

9. Skripsi yang ditulis oleh Sulaiman, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “ Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Desa (PeDes) Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember”. Hasil dari penelitian ini yaitu 1. Strategi peningkatan pendapatan asli desa Tutul adalah, 1) pengembangan dan perbaikan fasilitas usaha desa, 2) pemberdayaan sumber daya manusia yang harus ditingkatkan, 3) pengelolaan kekayaan desa, 4) membangun usaha baru. 2. Sektor usaha yang dimiliki desa Tutul adalah 1) badan usaha milik desa (BUMDES), 2) pasar hewan desa.²⁴

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada fokus penelitian dan pada penelitian ini lebih menekankan pada strategi sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

10. Skripsi yang ditulis oleh Irma Nur Iswati, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dengan judul “Alih Profesi Nelayan

²⁴ Sulaiman, Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Desa (Pades) Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember: 2018), vi.

dalam Memenuhi Pendapatan Keluarga di Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi”. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) sebab-sebab alih profesi nelayan dalam memenuhi pendapatan keluarga karena ikan sepi, faktor cuaca buruk dan juga pencemaran limbah pabrik yang menyebabkan nelayan berhenti melaut, 2) mencari pekerjaan yang hasilnya lebih menjanjikan.²⁵

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan dengan pendekatan kualitatif, dan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada fokus masalah, dan juga pada penelitian ini menekankan pada peralihan profesi dalam memenuhi pendapatan sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu terfokus pada upaya apa yang dilakukan oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Nur Isni Atun, Tahun 2016, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.	Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan	Persamaanya yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang,	Perbedaannya pada fokus penelitian, teknik pengumpulan data serta pada metode yang digunakan dan menekankan

²⁵ Irma Nur Iswati, *Alih Profesi Nelayan dalam Memenuhi Pendapatan Keluarga di Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi*, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember: 2018), viii.

		Kabupaten Sleman.	menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	pada Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Sedangkan pada penelitian ini menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
2	Fadhli Nurul Hidayah, Tahun 2017, Skripsi Universitas Jember.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.	Persamaannya yaitu sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang, namun pada peneliti ini lebih menekankan pada pedagang kaki lima (PKL), menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif	Perbedaannya yaitu fokus masalah, dan pada penelitian ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
3	Budi Wahyono, Tahun 2017, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul	Sama-sama menekankan pada pendapatan pedagang.	Perbedaannya pada fokus masalah, pendekatan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan kualitatif, dan penelitian ini lebih fokus pada faktor-faktor yang

				mempengaruhi pendapatan pedagang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan berfokus pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan pedagang.
4	Tutik Maulida, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Peran Home Industri Aksesoris dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Karansemanding Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	Meningkatkan pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, keabsahan data, dan peran <i>home</i> industri bagi masyarakat sekitar. Sedangkan pada peneliti yang akan dilakukan yaitu upaya apa yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
5	Siti Arifah, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung.	Sama-sama menakanan pada pendapatan pedagang, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Perbedaannya yaitu fokus masalah, dan pada penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu bagaimana upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki

				Kabupaten Situbondo.
6	Lina Al Maghfiroh, Tahun 2017, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Peran BMT UGT Sidogiri Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan di Puger-Jember	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga sama-sama membahas tentang pendapatan.	Terletak pada fokus penelitian, dimana pada penelitian ini membahas tentang peran BMT UGT Sidogiri, sedangkan milik peneliti membahas tentang upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan.
7	Veka Ferliana, Tahun 2018, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.	Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dalam Perseptif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Tugu bandar lampung.	Sama-sama meneliti tentang pendapatan pedagang pasar, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Perbedaannya terletak pada teknik pengumpulan data dan peneliti di atas lebih berfokus pada revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dalam perseptif ekonomi islam. Sedangkan peneliti yang ingin diteliti yaitu berfokus pada bagaimana upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
8	Jamilatul Rizkiyah, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang.	Sama-sama menekankan pada meningkatkan pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaannya terletak pada fokus masalah dan pada penelitian menekankan peran pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan sedangkan pada penelitian yang

				akan dilakukan lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
9	Sulaiman, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Strategi peningkatan Pendapatan Asli Desa (PeDes) Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	Sama-sama menekankan pada pendapatan, menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data.	Terlatak pada fokus penelitian dan pada penelitian ini lebih menekankan pada strategi sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu lebih menekankan pada upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatan.
10	Irma Nur Iswati, Tahun 2018, Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.	Alih Profesi Nelayan dalam Memenuhi Pendapatan Keluarga di Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi.	Sama-sama menekankan pada pendapatan dengan pendekatan kualitatif, dan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.	Pada fokus masalah, dan juga pada penelitian ini menekankan pada peralihan profesi dalam memenuhi pendapatan sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu terfokus pada upaya apa yang dilakukan oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. Pedagang

a. Pengertian pedagang

Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Pedagang dapat dikategorikan menjadi dua yaitu:

- 1) Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/ pedagang tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.
- 2) Pedagang Eceran/ Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijual langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.²⁶

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang perdagangan yaitu:

Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang berkaitan dengan transaksi barang atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atau barang dan jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Pedagang dalam negeri adalah perdagangan barang atau jasa dalam wilayah negara kesatuan Republik Indonesia yang tidak termasuk perdagangan luar negeri.²⁷

²⁶ Basu Swastha dkk, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 291.

Para pedagang memang bersaing dalam merebut pembeli, namun mereka bekerja sama dengan pedagang lain dalam beberapa hal misalnya dalam penetapan harga. Itu bisa dilakukan karena para pedagang memiliki jaringan. Melalui jaringan pedagang tersebut mereka bisa melakukan komunikasi di antara mereka dalam menetapkan harga dari suatu barang atau jasa.²⁸

b. Perdagangan Besar

Perdagangan besar adalah segala aktivitas *marketing* yang menggerakkan barang-barang dari produsen ke pedagang eceran atau ke lembaga-lembaga *marketing* lainnya.²⁹ Pedagang besar berfungsi untuk mendistribusikan barang-barang produksi ke pedagang *retail*/eceran, sehingga tidak berhubungan langsung dengan konsumen.

Jumlah transaksi yang dibelipun besar, serta harga dapat berubah menurut situasi (tidak mengikat), namun produsen dapat memberikan keringanan-keringanan.³⁰

Jika kita lihat dari proses *marketing* yang meliputi konsentrasi, dan distribusi, maka proses pengumpulan dan pengembangan (konsentrasi dan ekuasi dilakukan oleh pedagang besar ditunjukkan pada gambar 2.2)

²⁷ Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia, Nomer 7 Tahun 2014, tentang perdagangan*, XVI/MPR/1998, 2.

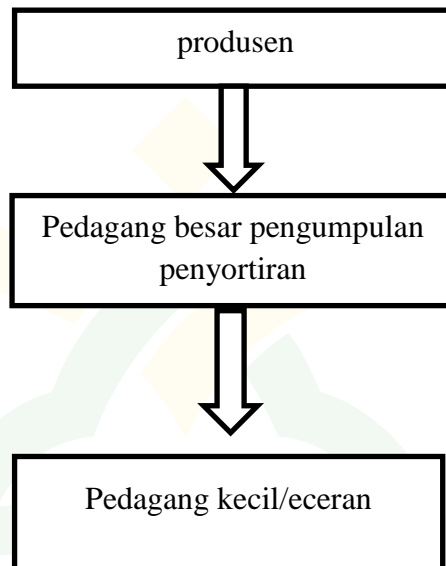
²⁸ Damsal & Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2009), cet ke-5, 174.

²⁹ D. Made Darmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 75.

³⁰ Ari Fardiati & Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses* (Bandung: PT Remaja rosdakarya,2011), 58

Gambar 2.2

Proses Distribusi pada Pedagang Besar



Sumber: Data diolah dari buku kewirausahaan

Untuk meneliti apakah kegiatan distribusi itu merupakan kegiatan perdagangan besar atau bukan, ada 3 (tiga) macam sifat yang bisa diperhatikan:³¹

- 1) Motif pembelian memiliki tujuan bahwa barang bukan untuk dikonsumsi, tetapi untuk dijual kembali dengan memperoleh keuntungan.
- 2) Jumlah pembelian
 - (a) *Commercial consumers*
 - (b) *Industrial consumers*
 - (c) *Governmental consumers*

³¹ Buchori Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabet, cv, 2014), 142.

3) Cara-cara usaha dari perusahaan tersebut, mengenai cara berusaha ada beberapa kriteria, yaitu:

(a) Perdagangan besar mempunyai usaha yang diskriminatif, hanya melayani pedagang eceran, tidak melayani semua konsumen.

(b) Transaksi perdagangan besar adalah besar, dalam arti lebih besar dari kebutuhan sehari-hari.

(c) Harga-harga dapat berubah sesuai situasi. Bukan *one price policy* seperti pada pedagang, tetapi bisa di adakan korting, kredit, cara-cara pengiriman, dan sebagainya.

Di dalam perdagangan besar ada beberapa golongan, antara lain yaitu:³²

1) Perdagangan Besar dengan Fungsi Terbatas

Ada beberapa jenis usaha yang termasuk dalam kelompok ini, yang umumnya mereka berusaha untuk menjual barangnya secepat mungkin sehingga tidak ada biaya untuk penyimpanan digudang. Perdagangan besar yang termasuk golongan ini, seperti: pedagang besar yang membeli barang dari pabrik dan langsung mengirimnya kepada pelanggannya sehingga pedagang kelompok ini tidak memerlukan gudang penyimpanan sementara. Umumnya pedagang besar yang bergerak dalam kelompok ini adalah barang-barang untuk jenis bahan bangunan dan agro bisnis. Pedagang besar kelompok ini disebut dengan *drop shipper*.

³² Ari Fardiati & Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses*, 58.

2) Perdagangan Besar Pengumpul Hasil Pertanian

perdagangan dalam bidang hasil pertanian sangat banyak, baik yang mengusahakan maupun jenis barangnya, maka setelah diamati ada beberapa kelompok usaha hasil tani tersebut, diantaranya: pembeli yang mengkhususkan pada bahan-bahan lokal yang diproduksi oleh petani, kemudian menjualnya kepada pedagang eceran. Selain itu ada juga pedagang besar yang berkeliling ke petani-petani untuk membeli hasil pertaniannya.

Cara demikian menguntungkan kedua belah pihak. Bagi petani produsen tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menjual hasil produksinya, bagi pedagang besar akan memperoleh harga yang murah dan bahan dalam kondisi bagus dan segar. Kelompok lain adalah pedagang besar yang membeli bahan dari petani hanya berdasar *order* dari pedagang-pedagang eceran dengan spesifikasi tertentu.³³

3) Pedagang Besar Menurut Jenis Barang yang Diperdagangkan

Ditinjau dari jenis barangnya, maka pedagang besar dapat dikelompokkan menjadi (2) dua, yaitu:

a) Grosir umum (*General Line*)

adalah pedagang besar yang berusaha untuk memenuhi setiap kebutuhan pedagang eceran. Barang-barang yang dijualnya lengkap dan mencakup semua barang.

³³ Ibid., 59.

b) Grosir barang khusus (*Speciality Wholesalers*)

Pedagang besar ini yang khusus bergerak pada bidang tertentu saja. Keuntungan pedagang grosir khusus adalah mereka yang lebih menguasai produk yang dikelolanya dan dapat menjual lebih murah.

Pedagang besar memegang peranan yang sangat penting, sehingga fungsi pedagang besar adalah:³⁴

a) Pengumpulan dan penyebaran (*assembling and distributing*)

Inilah fungsi utama grosir, mereka berusaha mengumpulkan barang dari berbagai produsen kemudian menyebarkan ke pedagang eceran.

b) Pembelian dan penjualan (*buyers and selling*)

Kegiatan pembelian sangat menentukan kelancaran grosir untuk mengembangkan tugas dan tanggung jawab menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen. Setiap pembelian harus berdasarkan barang yang laku di pasar, karena sebelum melakukan pembelian pasti mereka mengadakan penelitian walaupun belum mendapat data lengkap. Sekurangnya mereka bisa mendapat data dalam selera konsumsi yang akan dihadapi.

³⁴ D. Made Darmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 76.

c) Pemilihan barang (*selection of goods*)

Pemilihan barang (*sorting and standardizing*) tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pembelian dan penjualan. Sebab grosir melakukan pemilihan terutama berdasarkan jenis, mutu, dan harga barang pilihannya. Keahlian grosir merupakan jaminan bagi produsen untuk mengetahui bahwa hasil produksinya mendapat permintaan dari konsumen atau laku dipasaran. Pilihan grosir yang ahli merupakan pedoman bagi produsen.

d) Pemberian kredit (*financing*)

Dengan meningkatkan hasil perusahaan dan meluasnya pasaran barang, maka pemberian kredit meningkat. Dalam hal ini, fungsi kredit sangat memegang peranan penting umumnya dalam hasil industri yang ditampung oleh grosir. Grosir memberikan kredit kepada pedagang eceran yang dikenal sebagai istilah kredit *leveransir*.

e) Penyimpanan (*storage*)

Penyimpanan merupakan fungsi grosir yang tidak dapat diabaikan apalagi dengan semakin jauhnya konsumen. Setiap kali proses pembelian terjadi biasanya disimpan lebih dulu dalam gudang untuk diolah lagi atau dipilih untuk memudahkan penjualan.³⁵

³⁵ Buchori Alma, *Kewirausahaan*, 145.

f) Pengangkutan (*transportation*)

Mengingat jauhnya pedagang eceran dan konsumen yang harus ditemui oleh grosir, maka fungsi pengangkutan sangat penting bagi kelancaran penyampaian barang pada pedagang eceran atau konsumen.

c. Perdagangan Eceran

Pedagang eceran adalah orang-orang atau toko yang kerja utamanya mengecerkan barang. Dalam hal ini harus diingat kata utama diatas. Sebab dalam praktik bisa terjadi seorang pabrikan atau petani produsen menjual langsung barangnya pada konsumen akhir, ini bukan *retailer*, juga ada *retailer* yang menjual barang untuk restoran (restoran bukan konsumen akhir). Ini juga bukan pekerjaan *retailing*. Jadi yang penting di sini ialah pekerjaan utama *retailing* ialah menjual barang pada konsumen akhir.³⁶

Perdagangan eceran ini sangat penting artinya bagi produsen, karena melalui pengecer produsen dapat memperoleh informasi berharga tentang barangnya. Produsen dapat mewawancarai pengecer, bagaimana komentar konsumen, mengenai bentuk, rasa dan daya tahan, harga dan segala sesuatu mengenai produknya. Juga dapat diketahui mengenai kekuatan saingannya. Oleh karena itu, bagian penjualan dari produsen lebih senang menjual dan berhadapan

³⁶ D. Made Darmawati, *Kewirausahaan*, 77.

langsung dengan toko pengecer agar dapat informasi dari tangan pertama.

Perdagangan eceran dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Perdagangan Eceran Besar

- (a) *Speciality store*
- (b) *Departement store*
- (c) *Supermarket*
- (d) *Discont house*
- (e) *Hypermarket*
- (f) *General store*
- (g) *Chain store*

2) Perdagangan Eceran Kecil Terdiri dari:

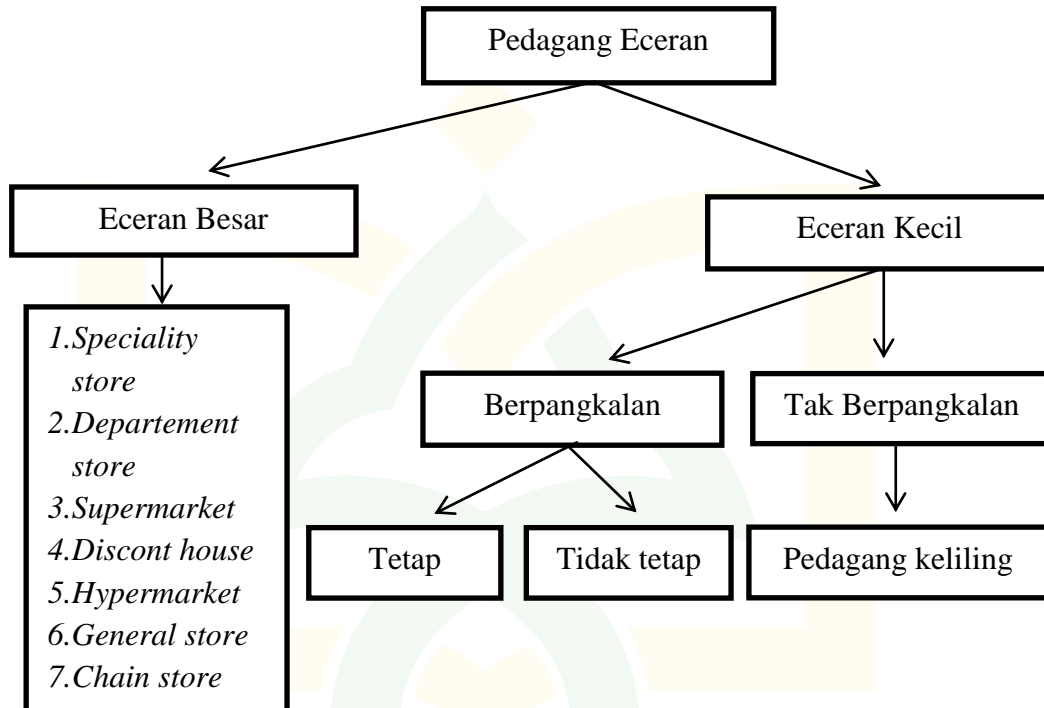
- (a) Eceran kecil berpangkalan
- (b) Eceran kecil tidak berpangkalan

Jika kita gambarkan pembagian perdagangan eceran tersebut dalam bentuk skematis adalah sebagai berikut:³⁷

³⁷ Ari Fariati & Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 54.

Gambar 2.3

Macam-Macam Pedagang Eceran



Sumber: Data diolah dari buku kewirausahaan

Ukuran yang dipakai untuk klasifikasi ini ialah *ownership* pemilikan dan jumlah pegawai. Perdagangan eceran kecil biasanya mempunyai 2 atau 3 pegawai/pelayan. Pelayan itu kadang-kadang adalah anggota keluarga sendiri, ataupun orang lain yang digaji. Yang mengendalikan keuangan, pembelian barang biasanya dipegang langsung oleh pemilik atau keluarga lain yang dipercayai.

Perdagangan eceran kecil berpangkalan ialah yang mempunyai tempat yang tetap, seperti toko kecil, kios dan warung. Sedangkan yang tidak berpangkalan adalah pedagang eceran yang tidak

mempunyai tempat usaha.³⁸ Kelompok ini dapat dibagi atas yang memakai alat seperti tukang bakso, tukang sepatu, tukang rujak, dan sebagainya. Dan pula yang tak pakai alat seperti tukang catut.

Tipe-tipe pedagang eceran terbagi menjadi tiga bagian besar yaitu:³⁹

1) *Store Retailer* (pedagang eceran bertoko)

- (a) *Speciality store* / toko khusus
- (b) *Departement store* / toko serba ada
- (c) *Supermarket* / toko swalayan
- (d) *Convenience store* / toko barang kebutuhan sehari-hari
- (e) *Superstore, combination store, and hypermarket* toko super, toko gabungan, dan *hypermarket*.

(f) *Discoun store* / toko pembelian potongan harga

- (1) *Off price retailer* (toko gudang)
- (2) *Catalog showroom* (ruang pameran katalog)

2) *Non store retailer* (pedagang eceran bukan toko)

- (a) *Direct selling* (penjualan langsung)
- (b) *Direct marketing* (pemasaran langsung)
- (c) *Automatic vending machine* (mesin penjual otomatis)
- (d) *Buying service* (pelayanan pembeli)

3) *Retailer organization* (organisasi pedagang eceran)

- (a) *Corporate chain* (mata rantai perusahaan)

³⁸ D. Made Darmawati, *Kewirausahaan*, 78.

³⁹ *Ibid.*, 78-79

- (b) *Voluntary chain and retail cooperative* (rantai suka rela dan koperasi pedagang eceran)
- (c) *Customer cooperative* (koperasi konsumen)
- (d) *Franchise organization* (organisasi hak guna paten)
- (e) *Merchandising conglomerate* (konglomerat dagang).

d. Etika Ekonomi Islam dalam Berdagang

Ekonomi Islam merupakan implementasi sistem etika islam dalam kegiatan ekonomi yang ditujukan untuk pengembangan moral masyarakat. Dalam hal ini, ekonomi islam bukanlah sekedar memberi justifikasi hukum terhadap fenomenasi ekonomi yang ada, namun lebih menekankan pada pentingnya spirit islam dalam setiap aktivitas ekonomi. Perbedaan pandangan muncul dalam mendefinisikan spirit dasar Islam yang terkait dengan ekonomi. Spirit inilah yang kemudian menjadi dasar penurunan ilmu ekonomi.⁴⁰

Sedangkan etika perdagangan yaitu sebagai perangkat nilai tentang baik buruk, benar, salah dalam dunia perdagangan berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika perdagangan berarti seperangkat prinsip dan moral dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertansaksi. Berprilaku yang baik guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu, etika bisnis juga

⁴⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rjawali Pers, 2014), 18.

dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.⁴¹

Terdapat 5 prinsip etika yang mengarah kepada perilaku seorang pedagang yaitu:

1) Kejujuran (*honesly*),

yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, blak-blakan, terus terang, tidak bohong, tidak curang, tidak mencuri, dan tidak menggelapkan.

2) Integritas (*integrity*),

yaitu memegang prinsip, melakukan kegiatan yang terhormat, tulus hati, berani, dan penuh pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan saling percaya.

3) Memelihara janji (*promise kepping*),

yaitu selalu mentaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, patuh, jangan menginterpretasikan persetujuan dalam bentuk teknik atau legalistik dengan dalih ketidak relaan.

4) Kewajaran/keadilan (*fairness*),

yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia untuk mengakui kesalahan dan perlihatkan kometmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, jangan bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kesalahan atau kemalangan orang lain.

⁴¹ Asmaran As, Pengantar Studi Akhlaq, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) cet ke-3, 7.

5) Dapat dipertanggung jawabkan (*accountability*),

yaitu memiliki kemampuan tanggung jawab, menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekwensinya, dan selalu memberi contoh.⁴²

Pendapat lain juga memberikan beberapa faktor yang mempengaruhi etika/perilaku pedagang yaitu sebagai berikut:⁴³

1) Takaran timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.

2) Kualitas barang/ produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

3) Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya.

Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati

⁴² Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 62-63.

⁴³ Ali Yafie, *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Bandung: Mizan, 2003), cet. Ke-1, h. 11-12

dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.

4) Pelayanan

Pelayanan adalah menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali mengintruksi pembicaraannya.

5) Persaingan sesama pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual.

Seperti yang dipraktikkan pada masa Rasulullah SAW, dimana pada masa itu seorang Rasul adalah manusia pilihan tuhan yang dijadikan *uswah* kepala umat manusia. Muhammad adalah di antara para Rasul yang ditugaskan menyampaikan kebenaran.

Dalam kaitan bisnis perilaku Rasul yang patut menjadi *uswah* bagi umat, terutama bagi para pelaku bisnis. Konsep dagang yang diajarkan oleh Rasulullah saw adalah apa yang disebut *value*

Driver yang bertujuan menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pengguna (konsumen). *Value Driver* juga erat kaitannya dengan apa yang disebut *relationship marketing* yang berusaha untuk menjalin hubungan erat antar pedagang, produsen dengan para pelanggan.

2. Meningkatkan Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan nasional pada harga berlaku pada nilai barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan suatu negara dalam satu tahun dan dinilai menurut harga-harga yang berlaku pada tahun tersebut. Cara ini adalah cara dalam menghitung pendapatan nasional dari suatu periode ke periode lainnya. Dapat diramalkan bahwa apabila dibandingkan data pendapatan nasional dalam berbagai tahun tersebut, nilainya akan berbeda-beda dalam menunjukkan kecenderungan yang semakin meningkat dari tahun ketahun. Pertambahan nilai tersebut disebabkan oleh dua faktor yaitu:

- 1) Pertambahan fiskal barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian
- 2) Kenaikan harga-harga yang berlaku dari suatu periode lainnya.⁴⁴

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu priode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Pendapatan juga dapat

⁴⁴ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 36.

diartikan sebagai seluruh penerimaan baik berupa uang atau barang yang berasal dari pihak lain. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pendapatan biasanya diperoleh dari dua sumber, yakni:

- 1) Pendapatan operasi yaitu pendapatan ini merupakan pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang dagangan (untuk perusahaan usaha dagang) atau jasa (untuk perusahaan jasa).
- 2) Pendapatan lain-lain yaitu pendapatan yang diperoleh diluar pendapatan usaha (pendapatan usaha).⁴⁵

Adanya arus uang yang mengalir dan pihak dunia usaha kepada masyarakat. Dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba. Keempatnya merupakan bentuk-bentuk pendapatan yang diterima oleh anggota masyarakat dan bentuk pendapatan ini dikenal oleh kalangan pengusaha kecil maupun besar.⁴⁶

b. Pendapatan Pedagang

Dalam pendapatan pedagang dapat digolongkan menjadi dua yaitu: pendapatan permanen (*permanen income*) dan pendapatan sementara (*transit income*). Dimana pengertian dari pendapatan permanen adalah sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁵ Glorida K, *Akuntansi Kecil Untuk Berkembang* (Jakarta: Murai Kencana, 2008), 15.

⁴⁶ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 100.

⁴⁷ Jamilatul Rizkiyah, "Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Pasar Gedang Lumajang", (Skripsi, Jember: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember 2018)

- 1) Pendapatan yang telah diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari upah, gaji.
- 2) Pendapatan yang diperoleh dari hasil semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang, kekayaan suatu rumah tangga dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:
 - a) Kekayaan manusia (*human wealth*) adalah kemampuan yang melekat pada manusia itu sendiri seperti keahlian, keterampilan, dan pendidikan.
 - b) Kekayaan non manusia (*non human wealth*) misalnya: kekayaan fisik (barang konsumsi tahan lama, bangunan) dan kekayaan finansial (saham, obligasi, dan deposito).

Menurut pertadiredja mengatakan bahwa Pendapatan dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu:⁴⁸

- a) Pendapatan sektor formal, meliputi pendapatan berupa uang dari gaji, upah dan hasil investasi, pendapatan berupa barang atau lainnya yang meliputi biaya pengobatan, transportasi, maupun perumahan.
- b) Pendapatan sektor informal, meliputi pendapatan dari usaha yang meliputi usaha sendiri, komisi, penyerahan dan kerajinan rumah dan pendapatan keuntungan sosial.

⁴⁸ Tutik Maulida, "Peran Home Industri Aksesoris dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Karangsemanding Kecamatan Balung Kabupaten Jember", (Skripsi, Jember: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, 2017)

- c) Pendapatan sektor subsisten meliputi produksi dengan konsumsi yang terletak disatu tangan atau masyarakat kecil. Apa yang diproduksi sendiri dan dikonsumsi sendiri. Dalam hal ini tidak mutlak dilakukan satu orang. Mungkin juga satu keluarga atau sekelompok orang.

Dari pengertian diatas bahwasannya pendapatan pedagang merupakan hasil yang diterima oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapatan juga diartikan sebagai penghasilan yang diterima individu melalui kegiatan ekonomi dalam bentuk upah atau uang yang memiliki nilai selama satu periode.

Bertambahnya pendapatan akan meningkatkan *utility* baik itu melalui pertambahan konsumsi, maupun melalui pertambahan waktu senggang. Dengan bertambahnya waktu senggang itu artinya mengurangi jam kerja. Pendapatan dapat diperoleh dari berbagai macam usaha yang dilaksanakan oleh masyarakat. Sumber pendapatan keluarga dapat diperoleh dari:

- 1) Usaha sendiri (wiraswasta), misalnya berdagang, mengerjakan sawah, menjalankan perusahaanya sendiri.
- 2) Bekerja pada orang lain, misalnya bekerja dikantor atau perusahaan sebagai karyawan baik karyawan swasta atau pemerintah.

- 3) Hasil dari milik, misalnya memiliki sawah, rumah yang disewakan, memiliki uang yang di pinjamkan dengan bunga, gaji pensiunan bagi mereka yang sudah lanjut usia dan dulunya bekerja baik pada pemerintah atau pada instansi lainnya.
- 4) Sumbangan atau hadiah, misalnya mendapatkan sumbangan atau bantuan dari *family*, warisan, hadiah, tabungan, dan lain sebagainya.
- 5) Pinjaman atau hutang, hal ini merupakan uang masuk tetapi pada suatu saat harus dikembalikan atau dilunasi.⁴⁹

c. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan

Dalam meningkatkan pendapatan pedagang juga perlu adanya strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan. Beberapa strategi pemasaran yang harus diketahui oleh pedagang yaitu sebagai berikut:

1) Produk (*product*)

Produk merupakan semua hal yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, dan dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk adalah elemen utama dalam kegiatan pemasaran karena mewakili penawaran yang diberikan pedagang kepada pembeli.⁵⁰ Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, kemasan, pelayanan,

⁴⁹ Jamilatul Rizkiyah, Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri IAIN Jember: 2018).

⁵⁰ Suharno dan Yudi Sutarto, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 139-140

garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Selain produk utama ada beberapa atribut yang menyertai produk, menurut Kotler dan Armstrong beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk adalah:⁵¹

a) Merek (*branding*)

Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau kelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing.

b) Pengemasan

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk.

c) Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Produk berdasarkan tingkat pemakaian dibedakan menjadi 2 antara lain yaitu:

⁵¹ Susatyo Herlambang *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 34.

- a) Produk tahan lama yaitu barang berwujud yang biasanya dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama, dapat dipakai berkali-kali dan tidak habis meski dipakai berkali-kali sebagai contoh yaitu penggaris, komputer, kendaraan, dan lain sebagainya.
- b) Produk tidak tahan lama yaitu barang berwujud yang biasanya dapat dikonsumsi hanya satu atau beberapa kali saja dan akan cepat habis. Sebagai contoh yaitu pemakaian sabun, makanan, tepung, dan lain sebagainya.

2) Harga (*price*)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dalam pelayanan.⁵² Harga merupakan elemen yang bersifat sangat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga dapat merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.

Dalam menetapkan suatu harga dengan melakukan pendekatan penetapan harga secara umum yang meliputi satu atau lebih diantara tiga peringkat pertimbangan sebagai berikut:⁵³

⁵² Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 241

⁵³ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing* (Dasar-dasar Pemasaran), 48-49.

a) *Cost-based pricing* (penetapan harga berdasarkan biaya)

Merupakan suatu metode yang digunakan perusahaan untuk menetapkan harga apakah akan *break even* atau membuat target laba yang akan dicari.

b) *Value pricing* (penetapan harga berdasarkan nilai)

Merupakan metode yang digunakan persepsi nilai dari pembeli (bukan dari biaya biaya penjualan) untuk menetapkan harga.

c) *Competition-based pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan) dibagi menjadi 2 yaitu:

(1) *Going-rate pricing* (penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku) dimana pedagang mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Pedagang dapat menggunakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing yang lain.

(2) *Scaled-bid pricing* (penetapan harga penawaran tertutup) dimana perusahaan menetapkan pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan.

3) **Tempat/ Distribusi (*place*)**

Saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau

jasa setelah diproduksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir, dan seorang pedagang harus bisa memilih tempat yang strategis untuk menjual barang dagangannya.⁵⁴

4) Promosi (*promotion*)

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Promosi juga dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.⁵⁵

Promotional mix adalah kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.⁵⁶ Menurut Kotler dan Armstrong variabel yang ada di dalam *peromotional mix* ada lima yaitu:

⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2002), 106

⁵⁵ Susanto Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 56.

⁵⁶ Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 349.

a) Periklanan (*advertising*)

Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.

b) Penjualan personal (*personal selling*)

Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

c) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

d) Hubungan masyarakat (*Public relation*)

Membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra yang baik dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan.

e) Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung. Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk pada konsumen

sehingga dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.⁵⁷

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Dalam praktek kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor tersebut adalah: (1) kondisi dan kemampuan penjual, (2) kondisi pasar, (3) modal, (4) kondisi organisasi dan perusahaan. Kondisi dan kemampuan penjual.⁵⁸

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atau barang atau jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Pihak penjual harus bisa meyakinkan kepada pihak pembeli agar mendapatkan kemaslahatan bersama antara penjual dan pembeli. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yakni:

- a) Jenis dan karakter barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran dan transaksi yang sesuai.

2) Kondisi pasar

Pasar, sebagai sekelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi

⁵⁷ Susanto Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, 57.

⁵⁸ Basu Swastha dkk *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008),406.

penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional
- b) Daya belinya
- c) Keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini penjual harus memperkenalkan dulu barang yang dijual. Baik menggunakan promosi ataupun sebagainya.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang di pegang oleh orang-orang tertentu. Lain halnya dengan perusahaan kecil atau pedagang pasar dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga menjalani fungsi-fungsi lain. Sistem organisasinya lebih sederhana, serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekomplek perusahaan besar.

e. Kendala-Kendala dalam Permasalahan Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pendapatan

Untuk memberikan tambahan wawasan bagi pelaku usaha kecil diberbagai pasar. Berikut ini di informasikan ada 5 kendala dalam usaha kecil seperti UKM dan pedagang dipasar.⁵⁹

1) Faktor internal

- a) Kurangnya permodalan dan akses pembiayaan
- b) Sumber daya manusia
- c) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan menetrasi pasar
- d) Mentalitas pengusaha UKM.
- e) Kurangnya transparansi

2) Faktor Ekternal

- a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif
- b) Terbatasnya saran dan prasarana usaha
- c) Pungutan liat
- d) Implikasi perdagangan bebas
- e) Sifat produk dengan ketahanan pendek
- f) Terbatasnya akses informasi.

⁵⁹ Jamilatul Rizkiyah, Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri IAIN Jember: 2018).

f. Langkah untuk Mengatasi Permasalahan Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pendapatan

Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah dan langkah-langkah yang selama ini telah ditempuh, maka kedepannya perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:⁶⁰

1) Bantuan permodalan

Pemerintah perlu memperluas skema kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM, untuk membantu meningkatkan modalnya, baik itu melalui skema peminjaman modal. Pembiayaan untuk UKM sebaiknya menggunakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang ada maupun non bank.

2) Penciptaan iklim usaha yang kondusif

Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.

3) Pengembangan kemitraan

Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antar UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar didalam negeri maupun diluar negeri, untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha. Selain itu, juga untuk memperluas pangsa pasar dan

⁶⁰ Euis Hasmita Putri, *Efektifitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda)*, jurnal Administrasi Negara, vol 5, no 1, (2017), 5439-5440.

pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian, UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya.

4) Membantu lembaga khusus

Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasi semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi UKM.

5) Pengembangan promosi

Guna memperkuat proses kemitraan antara UKM dengan Usaha Besar diperlukan media khusus dalam upaya mempermosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu perlu juga diadakannya *talk show* antara asosiasi dengan mitra usahanya.

6) Pengembangan kerja sama

Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dunia usaha untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

7) Mengembangkan sarana dan prasarana

Perlu adanya pengalokasian tempat usaha bagi UKM di tempat-tempat yang strategis sehingga dapat menambah potensi berkembangnya bagi UKM.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian ini digunakan karena peneliti akan memaparkan hasil penelitiannya dengan bentuk kata-kata dan analisis dengan bentuk kesimpulan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengkonstruksi atau menginterpretasikan kedalam bentuk makna kemudian akan menjelaskan masalah yang dikaji di lapangan.⁶¹

Jenis penelitian yaitu menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan) maksudnya adalah penelitian yang berangkat langsung kelapangan untuk mengadakan pengamatan secara langsung tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.⁶²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan lokasi dari sebuah penelitian yang akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak mengacu kepada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya. Jadi, apabila para mahasiswa akan meneliti sebuah organisasi, maka lokasi penelitiannya adalah organisasi itu berada,

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2016), 11.

⁶² S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Bandung : Jemmars,1982), 12-14.

tetapi apabila berbagai organisasi yang diteliti adalah kasus-kasus yang diteliti dalam suatu provinsi, maka provinsi adalah lokasi penelitiannya.⁶³

Adapun lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu Jl. Niaga RT 001 RW 01 Desa Besuki di pertokoan PT Putra Amartan Makmur Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Alasan peneliti mengambil lokasi tersebut oleh beberapa pertimbangan atas dasar kekhasan, kemenarikan, keunikan dan sesuai dengan topik dalam penelitian ini.

Di PT Putra Amartan Makmur ini sudah bisa dikatakan sebagai pertokoan yang diminati oleh para pedagang, karena PT Putra Amartan Makmur ini sudah menjadi pusat yang strategis, bersih serta nyaman bagi para pedagang. Sehingga meskipun harga pertokoan sangat mahal namun para pedagang mengupayakan untuk memiliki salah satu pertokoan ini, karena alasan tempatnya yang strategis dan nyaman.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin. Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah :

1. Pemilik awal PT Putra Amartan Makmur
2. Pedagang yang digusur dan pedagang yang memulai usaha baru
 - a) Pedagang sembako

⁶³ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 128.

- b) Pedagang jasa selep bakso
- c) Pedagang baju
- d) Pedagang cemilan
- e) Pedagang sandal dan sepatu
- f) Pedagang plastik

Penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sumpling*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Para partisipan yang telah diwawancarai dan diamati dalam penelitian ini, karena mereka adalah orang-orang yang terlibat.⁶⁴

Karena penelitian kualitatif banyak dilakukan dilapangan maka membutuhkan pendekatan-pendekatan sosial dengan informan. Informan adalah orang yang memberi informasi sumber data yang peneliti gunakan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teknik Pengamatan (Observasi)

Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 299.

obyek yang diamati secara langsung. Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang diamati, bagaimanakah keadaannya, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati, sehingga data yang telah diperoleh tidak luput dari pengamatan.⁶⁵

Observasi yang akan dilakukan adalah observasi tidak berstruktur karena fokus peneliti akan berkembang selama proses observasi berlangsung. Alasan peneliti menggunakan observasi tidak terstruktur karena peneliti tidak melakukan pengamatan dan penginderaan dimana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

Metode observasi ini digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan Data-data sebagai berikut:

- a. Letak geografis pedagang pertokoan PT putra Amartan Makmur
- b. Mengetahui upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

2. Teknik Wawancara

Teknik wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung. Dalam wawancara ini terjadi interaksi komunikasi antara pihak peneliti selaku penanya dan responden selaku pihak yang diharapkan memberikan jawaban.⁶⁶

⁶⁵ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi teori dan aplikasi* (Jakarta: Rajawali Press, 2001), 133

⁶⁶ Ibid., 136

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi-struktur, dan tidak terstruktur.⁶⁷

a. Wawancara terstruktur (*Struktured Interview*)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informan apa yang akan diperoleh.

b. Wawancara semi struktur (*Semistruktur Interview*)

Wawancara ini sudah termasuk kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Wawancara tak berstruktur (*Unstruktur Interview*)

Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam penelitian ini akan menggunakan wawancara semi struktur (*Semistruktur Interview*), dengan alasan agar informan yang dituju lebih terbuka dan bisa diminta pendapat tentang upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatannya.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2006), 233

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa gambaran, catatan, transkrip, buku, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang dianggap bisa membantu memberikan keterangan terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh hal berikut:

- a. Sejarah pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur
- b. Struktur pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur
- c. Visi dan misi pertokoan PT Putra Amartan Makmur
- d. Data-data jumlah pertokoan PT Putra Amartan Makmur
- e. Transkrip data penjualan pedagang

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif maka data yang diambil adalah data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan

dan perilaku orang-orang yang dapat diamati. Data-data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan bahan-bahan lainnya.⁶⁸

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman. yaitu: *Data Reduction* (Reduksi data), *Data Display* (Penyajian data) dan *Verification* (Kesimpulan)⁶⁹:

1. Reduksi data.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

3. Verifikasi

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

⁶⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 62.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 246-252.

F. Keabsahan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan hasil pengujian keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk pengecekan dan perbandingan terhadap data itu. Adapun teknik triangulasi disini terbagi mejadi tiga yaitu, *pertama*, triangulasi sumber, *kedua*, triangulasi teknik, *ketiga*, triangulasi waktu.⁷⁰

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber dengan teknik yang sama.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik adalah untuk menguji kreadibilatas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu adalah dimana waktu sering mempengaruhi kreadibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid.

Adapun penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan Triangulasi teknik, dimana triangulasi sumber ini

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 274

mewawancarai informan yang berbeda dengan teknik yang sama untuk memperoleh data yang valid. Sedangkan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

G. Tahap Tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses yang dilakukan oleh peneliti sehingga akhir, maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan atau persiapan

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Memilih lapangan penelitian
- c. Mengurus perizinan
- d. Menentukan informan
- e. Menyiapkan mental diri dan perlengkapan penelitian
- f. Memahami etika penelitian

2. Tahap pelaksanaan lapangan

- a. Memahami latar penelitian
- b. Memasuki lapangan penelitian
- c. Mengumpulkan data
- d. Menyempurnakan data yang belum lengkap

3. Tahap paska penelitian

- a. Menganalisis data yang diperoleh
- b. Mengurus perizinan selesai penelitian

- c. Menyajikan data dalam bentuk laporan
- d. Merevisi laporan yang telah disempurnakan



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Kecamatan Besuki

Pertokoan PT Putra Amartan Makmur didirikan oleh Fahim Amar, yang terletak di Jl. NIAGA, RT 001 RW 01 Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo, yang berdiri sejak bulan Februari tahun 2017, sedangkan peresmiannya yaitu pada bulan November Tahun 2017. Namun, sebelum diresmikannya pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini, sudah ada beberapa pedagang yang menempati terlebih dahulu karena adanya beberapa alasan tertentu.

“Sebelum didirikan pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini dek, lahan ini masih kosong dan ditumbuhi dengan rerumputan, masih kotor. Tetapi setelah mendengar isu-isu tentang akan digusurnya pasar di sebelah ini, pihak pendiri merasa memiliki peluang untuk membangun sebuah pertokoan dan pihak pendiri juga merasa pedagang yang digusur akan memiliki tempat untuk melanjutkan berjualan, tetapi setelah dibangunnya pertokoan ini alhamdulillah ada yang membeli beberapa pertokoan ini dan menjual kembali ke pedagang, dan selain pedagang yang terkena gusur ternyata pertokoan yang dibangun ini malah memberi peluang bagi yang ingin membuka bisnis dari nol dek.⁷²

Sebelum berdirinya pertokoan PT Putra Amartan Makmur, tanah tersebut masih berbentuk lahan kosong. Namun, pada tahun 2015 pada pasar Besuki terdapat isu-isu yang mengatakan bahwa akan adanya pengusuran pada pasar tersebut, sehingga pemilik lahan merasa memiliki

⁷²Fahim Amar, *Wawancara*, Ketua pertokoan PT Putra Amartan Makmur, 18 Juni 2019

peluang besar untuk membangun sebuah pertokoan pada lahan kosong yang bertempat di samping pasar besuki yang akan digusur tersebut.

Dari berdirinya PT Putra Amarta Makmur ini banyak pedagang yang merasa ingin memiliki salah satu pertokoan yang letaknya sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen karena sangat dekat dengan pusat keramaian yaitu alun-alun besuki kurang lebih 100 meter. Itu yang membuat minat pedagang sangat tertarik untuk membeli pertokoan tersebut.

Jumlah keseluruhan PT Putra Amarta Makmur ini yaitu sejumlah 150 pertokoan dari 150 pertokoan yang telah didirikan masih beberapa yang di gunakan oleh para pedagang karena pedagang yang lain masih belum berpindah dan membukanya. Selain itu pula salah satu pedagang disana tidak hanya memiliki satu pertokoan saja namun ada yang memiliki dua pertokoan sekaligus. Dan setiap pertokoan satu dengan yang lain berbeda harganya tergantung luas pertokoan.

Disini juga luas tanah yang menjadi tempat berdirinya pertokoan PT Putra Amarta Makmur bisa dibilang cukup luas untuk para pedagang, luas yang dimiliki yaitu 2.479m². sedangkan Luas bangunan pertoko yaitu 3x3 (luas bangunan samping 3 dan luas bangunan ke belakang 3), 3x4 (luas bangunan ke samping 3 dan luas bangunan ke belakang 4) , 4x4 (luas bangunan ke samping 4 dan luas bangunan ke belakang 4), 3x5 (luas bangunan samping 3 dan luas bangunan ke belakang 5).

2. Visi dan Misi Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Visi dan misi yang berada di pertokoan PT Putra Amartan Makmur, yaitu sebagai berikut:⁷³

a. Visi

Menjadikan pertokoan PT putra Amartan Makmur sebagai lahan pertokoan yang strategis, bersih dan meningkatkan kesejahteraan pedagang.

b. Misi

- 1) Memberikan kenyamanan terhadap pedagang
- 2) Memberikan keamanan dan kebersihan yang terjamin
- 3) Menata pertokoan pedagang dengan baik

3. Letak Geografis Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Pertokoan PT Putra Amartan Makmur berada di di Jl. NIAGA, RT 001 RW 01 Desa Besuki Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo, dengan luas dengan batas-batas sebagai berikut:

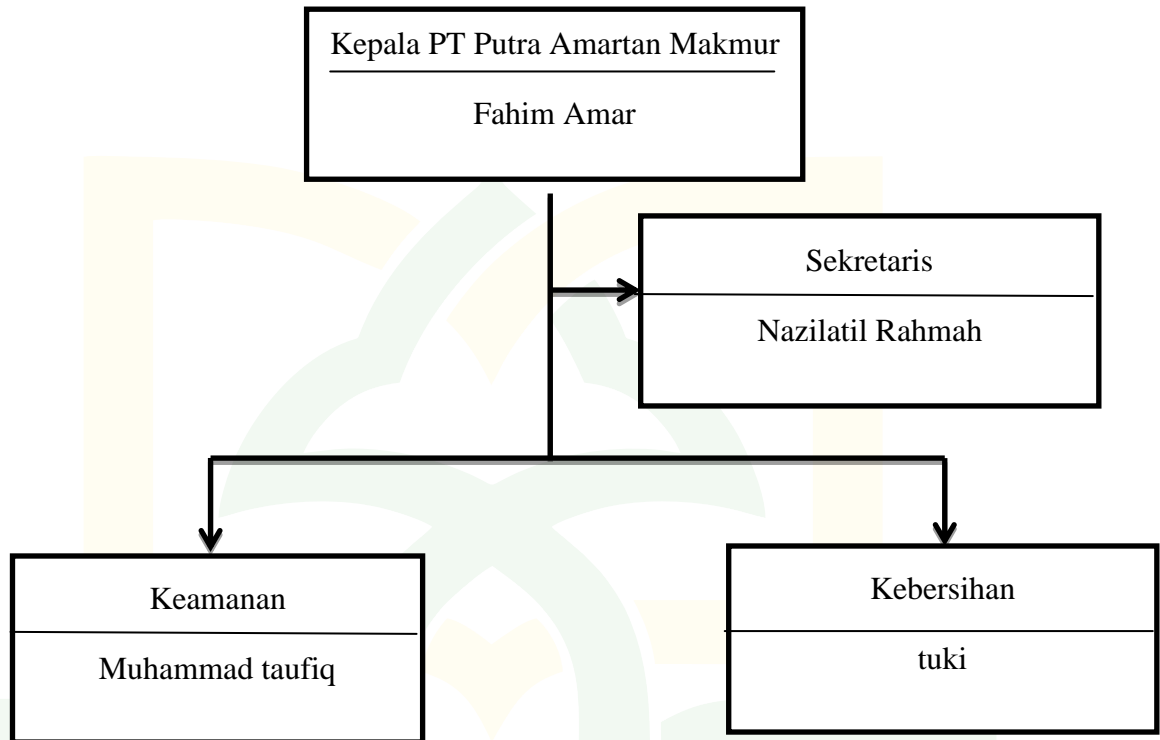
- a. Sebelah Timur : Jalan Raya
- b. Sebelah Barat : Pasar Besuki
- c. Sebelah Utara : Gocai
- d. Sebelah Selatan : Toko Hp

⁷³ Buku pemasaran Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

4. Struktur PT Putra Amartan Makmur

Gambar 4.1

Struktur Pengurus PT Putra Amartan Makmur



Sumber: Data diolah dari pertokoan PT Putra Amartan Makmur

5. Jumlah Pedagang

Adapun jumlah pedagang keseluruhan PT Putra Amartan Makmur

- a. 1 orang pedagang bagian sandal dan sepatu
- b. 1 orang pedagang bagian toko emas
- c. 2 orang pedagang bagian selep bakso
- d. 4 orang pedagang bagian sembako
- e. 1 orang pedagang bagian kemasan
- f. 5 orang pedagang bagian baju
- g. 2 orang pedagang bagian bakso

- h. 1 orang pedagang bagian cemilan
- i. 3 orang pedagang bagian aksesoris
- j. 2 orang pedagang bagian kerudung
- k. 1 pedagang bagian kafe

Tabel 4.2

Jumlah Pertokoan yang di gunakan

No	Nama Pedagang	Profesi	Jumlah Toko yang dimiliki
1	Mutmainnah	Pedagang jasa selep bakso	1
2	Hidayat	Pedagang sembako	1
3	Fauziah	Pedagang sembako	2
4	Jela	Pedagang sandal dan sepatu	1
5	Eli	Pedagang baju	1
6	Sinta	Pedagang plastik	1
7	Fendi	Pedagang sembako	2
8	Mawardi	Pedagang baju	1
9	Yuliana	Pedagang cemilan	2
10	Lutfi	Pedagang jasa selep bakso	1
11	Artatik	Pedagang baju	1
12	Sofiah	Pedagang baju	1
13	Muti'	Pedagang emas	1
14	Naimah	Pedagang baju	1
15	Sahid	Pedagang kafe	1

16	Sulastri	Pedagang aksesoris	2
17	Latifah	Pedagang sembako	2
18	Dewi	Pedagang bakso	1
19	Dian	Pedagang aksesoris	1
20	Salimah	Pedagang kerudung	1
21	Fahmi	Pedagang kerudung	1
22	Wiwit	Pedagang bakso	1
23	Alfi	Pedagang aksesoris	1
Total		23 pedagang	28 pertokoan

Sumber: Data diolah dari pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Adapun jam kerja pada pedagang di pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini berbeda-beda antara pedagang satu dengan pedagang lain, pada pedagang selep bakso (usaha jasa) buka dari jam 05:00 WIB – pulang jam 10:00 WIB, sedangkan pedagang yang lain rata-rata memilih buka pada jam 08:00 WIB – pulang jam 04:30 WIB. Adapula sebagian dari mereka buka pada jam malam yaitu jam 06:30 WIB (setelah magrib) – sampai jam 09:30 WIB.

IAIN JEMBER

Tabel 4.3
Jumlah Pertokoan yang disewa dan yang dibeli

No	Pedagang Besar	Pedagang Kecil / Eceran	Beli / Sewa	Harga
1	Pedagang Sembako	-	Beli	170 jt
2	Pedagang Sembako	-	Sewa	10 jt / thn
3	-	Pedagang Baju	Beli	150 jt
4	Pedagang Cemilan	-	Beli	130 jt
5	Pedagang Selep Bakso	Pedagang Selep Bakso	Beli	125 jt
6	-	Pedagang sandal & sepatu	Beli	150 jt
7	Pedagang Plastik	Pedagang Plastik	Sewa	8 jt / thn
8	Pedagang Sembako	Pedagang Sembako	Beli	130 jt
9	Pedagang Baju	Pedagang Baju	Beli	125 jt

Sumber: Data diolah dari pertokoan PT Putra Amartan Makmur

B. Penyajian dan Analisis Data

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Setiap penelitian harus disertai dengan penyajian data sebagai penguat, kemudian data-data tersebut dianalisis dengan metode analisis data yang digunakan, sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan yang valid dan benar.

Penelitian ini berusaha memaparkan gambaran tentang Upaya Pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan

Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Berikut ini penyajian dan analisis data yang masing-masing fokus penelitian.

1. Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Dari hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan kepada para pedagang di pertokoan PT Putra Amarta Makmur yaitu memperoleh data-data sebagai berikut.

Berdasarkan penelitian dilapangan menunjukkan bahwa upaya atau usaha yang dilakukan oleh para pedagang dalam meningkatkan pendapatan berbeda-beda antara pedagang satu dengan pedagang yang lain. Seperti halnya yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada salah satu pedagang yaitu ibu Yuliana (43 thn) yang berprofesi sebagai pedagang cemilan dengan memperoleh informasi sebagai berikut:

“Saya dulu tidak berjualan cemilan mbk, dari awal saya berjualan saya berjualan baju dan ternyata baju itu hanya dibutuhkan oleh pembeli diwaktu tertentu saja mbk, jadi saya beralih menjual cosmetic tapi ketika saya sudah menjual cosmetic, pembeli juga tidak membutuhkan alat cosmetic setiap bulan ada yang membeli cosmetic sampek ada yang 2 bulan dan bahkan ada yang lebih mbk, jadi saya mencari peluang yang sekiranya pembeli membutuhkan setiap hari, saya telusuri ternyata menjual cemilan itu lebih dibutuhkan oleh pembeli karena kalau cemilan itu dari kalangan tua sampai kalangan muda (anak-anak) itu sangat suka nyemil gitu mbk, kalau untuk menarik konsumen itu, saya harus memilih tempat yang tepat dan penataan itu juga perlu diperhatikan mbk, karena jika tempat bersih dan penataanya bagus pembeli akan tertarik untuk membeli, dan awal saya berjualan juga tidak di pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini mbk, saya mulai di pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini masih 2 tahun berjalan,

dulu saya masih didalam pasar mbk,. Saya pindah kesini karena saya lihat tempatnya yang strategis dan bersih, karena kan kalau tempatnya nyaman pembeli itu berminat untuk membeli mbk. Meskipun harga pertokoan ini sangat mahal tapi saya melihat kedepannya mbk.”⁷⁴

Mengenai hal tersebut juga di ungkapkan oleh bapak Fendi (32 thn)

yang berprofesi sebagai penjual sembako, yang mengatakan bahwa:

“Engkok juelen sembako cen dari turun temurun dari tang kakak, trs engkok eyajerin bik tang kakak, engkok ajuelen sembako riah olle 5 taon, pertama engkok juelen gik tak neng tempat riah, engkok lambek riah gun deddi pengepul, gun perak mun bedeh se messenan, gateragin dekyeh, teros pas pertokoan PT Putra Amartan Makmur riah e bangun, deddi engkok tertarik berdagang neng dinnak, engkok neng dinnak riah lah olleh 2 taon, mun can oreng-oreng riah biasanah, tempat menjamin jalannya usaha can. Meskeh argenah toko riah larang. argenanah toko riah Rp 150.000.000. tapeh meskeah argenah larang bisa eyanggui seterosah. Keontongnah engkok riah setiah lah lebih rajeh deri se lambek, mun lambek riah gun saareh paleng Rp 500.000 aruah mun gik bedeh mesen, keng mun setiah kan lah andik tempat deddih seareh riah bisa Rp 15.000.000 lebih”⁷⁵

(“Saya berjualan sembako memang sudah dari turun temurun dari kakak saya, terus saya di ajari oleh kakak saya, saya berjualan sembako ini sudah dapat 5 tahun. Pertama saya itu hanya sebagai pengepul saja, kalau ada yang memesan sembako saya yang mengantarkan, terus dengan dibangunnya pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini, saya tertarik untuk membeli dan berdagang disini, saya sudah dapat 2 tahun disini, kalau katanya orang itu. Tempat menjamin jalannya usaha katanya. Meskipun harga pertokoan ini sangat mahal. Jadi meskipun seharga Rp 150.000.000, saya usahakan untuk membeli. Tapi meskipun harganya mahal bisa di pakai seterusnya. Keuntungan saya yang sekarang itu lebih meningkat dari yang dulu, kalau dulu itu hanya Rp 5.000.000 itupun kalau ada yang mesen, tapi kalau sekarang sudah punya tempat sendiri jadi sehari itu bisa Rp 15.000.000 lebih karena kan sudah memiliki pelanggan tetap ”)

⁷⁴ Yuliana, *Wawancara*, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 27 juni 2019

⁷⁵ Efendi, *Wawancara*, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 25 juni 2019

Seperti yang diperoleh dari wawancara diatas menunjukkan bahwa tempat yang strategis, bersih dan nyaman akan menarik minat pelanggan atau konsumen untuk masuk dan membeli barang dagangan, serta pandai dalam membaca peluang. Dari situ para pedagang dapat meningkatkan pendapatannya.

Dan juga seperti apa yang dikatakan oleh ibu Mutmainnah (37) sebagai pedagang jasa selep bakso di pertokoan PT Putra Amartan Makmur, peneliti mendapatkan informasi mengenai perkembangan pendapatannya dari awal beliau berdagang di pasar Besuki serta saat berpindah tempat berdagangnya, yaitu di pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini. Dengan data seperti dibawah ini.

“Saya sudah 7 tahun berdagang nak, tapi 5 tahun saya dulu berdagang di pasar Besuki. Namun, pada pasar Besuki itu ada kabar isu-isu akan digusur karena akan di perbaiki. jadi saya pindah ke pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini nak, saya mencari tempat yang lebih baik dari sebelumnya, kalau sebelumnya saya hanya ngontrak tapi sekarang di pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini, sudah menjadi milik saya pribadi, meskipun harga pertokoan disini mahal, tapi tempatnya lebih strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan, jadi pelanggan saya lebih banyak sekarang dari pada sebelumnya. Dan Alhamdulillah pendapatan saya juga meningkat yang dulunya hanya Rp 500.000, kalau sekarang sudah bisa Rp 1.000.000 perhari nak. Dan bahkan ketika memasuki bulan-bulan tertentu seperti hari raya idul fitri itu pendapatan saya hampir Rp 3.000.000 lebih nak.”⁷⁶

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan perbedaan sebelum dan setelah pindah ke pertokoan PT Putra Amartan Makmur, pendapatan pedagang mengalami perkembangan lebih baik. karena tingkat penjualan yang semakin banyak maka tingkat pendapatannya akan juga semakin naik.

⁷⁶ Mutmainnah, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 03 Juli 2019.

Untuk itu adanya pengelolaan yang baik akan dapat mempengaruhi terhadap kesejahteraan pedagang maupun pelanggan.

Peneliti dapat memahami bahwa tempat memang sangat mempengaruhi terhadap pendapatan setiap pedagang, karena tempat yang dikelola dengan baik akan berpengaruh terhadap minat pembeli. Namun, lebih jelasnya lagi peneliti melaksanakan wawancara kembali kepada salah satu pedagang yang berdagang di pertokoan PT Putra Amartan Makmur, kepada mas Jela (20 thn) sebagai karyawan pedagang sandal dan sepatu, dengan data seperti dibawah ini.

“Saya sebagai karyawan disini sudah 2 tahun mbak, saya ingin mencari pelanggan saja, tapi sejak berdirinya usaha ini, saya memang yang memegang alih semuanya mbak, dari awal membuka usaha ini, bos memang memasrahkan kepada saya mbak, modal awalpun saya yang memegang mbak, jadi masalah produk, saya yang memilih mbak, bos hanya menyediakan tempat yang strategi dan nyaman untuk saya. Dalam berdagang setiap pedagang itu harus bisa membaca peluang, apa yang dibutuhkan oleh setiap konsumen, dan setelah saya menemukan peluang apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, saya langsung memberitahu bos mbak, dan untuk meningkatkan pendapatan dari hari kehari saya harus bisa memahami karakter setiap konsumen dan juga berkomunikasi dengan baik dengan konsumen, dan saya juga harus tahu tentang kualitas barang saya jual mbak, karena konsumen juga melihat kualitas barang. Karena konsumen satu dengan konsumen yang lain itu berbeda mbak, ada yang sangat melihat merek dan ada pula yang tidak mepedulikan mbak.⁷⁷

Dari data di atas menunjukkan bahwa tempat menjadi salah satu dalam meningkatkan pendapatan para pedagang. Dari wawancara yang dipaparkan oleh informan diatas juga lebih jelas bahwa tidak hanya tempat yang menjadi pusat perhatian oleh setiap pelanggan. Namun, suatu produk

⁷⁷ Jela, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 12 Juli 2019.

yang diperdagangkan harus memang benar-benar memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut juga di ungkapkan oleh salah satu pedagang plastik oleh ibu Sinta (42 thn) yang mengungkapkan hal sebagai berikut:

“Saya disini berjualan plastik sudah selama 2 tahun dek, saya memilih berdagang plastik karena pekerjaannya yang ringan dan mudah. Tapi dalam hal lain saya juga harus memperhatikan produk yang saya jual karena kalau plastik yang lama tidak terjual akan rusak, jadi saya benar-benar memilih kualitas dengan merek yang bagus, dan juga saya harus tahu barang yang saya jual akan laku berapa bulan dan berapa jumlah yang akan saya beli untuk diperjual belikan, karena mengantisipasi adanya kerugian dek.⁷⁸

Menurut hasil wawancara dijelaskan bahwa memilih suatu produk yang diperdagangkan oleh pedagang juga dapat menarik minat konsumen untuk membeli, karena produk yang memiliki kualitas yang bagus, dapat meminimalisir kerugian.

Tabel 4.4

Pendapatan Pedagang Sebelum dan Setelah Menempati Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

No	Nama / Profesi	Pendapatan	
		Sebelum	Sesudah
1	Fendi / Pedagang sembako	5.000.000	15.000.000
2	Mutmainnah / pedagang selep bakso	500.000	1.000.000
3	Jela / pedagang sandal dan sepatu	-	700.000
4	Yuliana / pedagang cemilan	600.000	1.500.000
5	Sinta / pedagang plastik	-	400.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti

⁷⁸ Sinta, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 22 Juni 2019.

Menurut data-data yang telah peneliti dapatkan dari wawancara diatas mempunyai beberapa hasil bahwa dari masing-masing upaya yang telah dilakukan oleh para pedagang dalam meningkatkan pendapatannya serta dapat melancarkan dalam kegiatan ekonomi pedagang yang mengakibatkan pendapatan pedagang juga menjadi lebih meningkat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara Sehingga peneliti mendapatkan informasi mengenai upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan pendapatan yaitu sebagai berikut:

- a. Pedagang melihat dari peluang yang dibutuhkan oleh konsumen.
- b. Memilih Tempat yang strategis dan nyaman untuk melakukan transaksi.
- c. Produk yang diperdagangkan harus memiliki kualitas yang bagus.
- d. Bisa memahami karakter konsumen dan berkomunikasi dengan baik.
- e. Mengadakan promosi untuk menarik minat konsumen atau pelanggan.

2. Hambatan yang Mempengaruhi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Dalam melaksanakan usaha apapun pasti akan mengalami suatu hambatan yang harus dijalani oleh para pelaku pada kegiatan tersebut. Bagitupun di dalam melaksanakan kegiatan perekonomian lebih khususnya di pertokoan PT Putra Amartan Makmur. Yang didalamnya terdapat banyak pelaku ekonomi dalam berjualan maupun bertransaksi dengan konsumen. Halangan dan tantangan dalam setiap usaha pasti ada.

Seperti halnya pedagang di pertokoan PT Putra Amartan Makmur tentunya memiliki hambatan atau halangan lain-lain antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Dari hambatan atau halangan pastinya memiliki dampak tersendiri. Ada beberapa hambatan yang dialami pedagang di pertokoan PT Putra Amartan Makmur didalamnya, antara lain: yaitu kurangnya modal karena pada awal membuka usaha harus memiliki modal dengan jumlah yang besar. Kemudian lemahnya jaringan, karena ketika pedagang kehabisan stok, sedangkan dari pihak pedagang besar masih belum bisa mengantarkan pesanan kepada pihak pedagang kecil. Kemudian tentang cara mempromosikan/ memasarkan, masih belum maksimal. Hanya menggunakan bener kecil yang ada di setiap toko yang mereka tempati.

Seperti yang dikatakan oleh bapak Hidayat (51 thn), memperoleh informasi sebagai berikut:

“Saya berdagang sejak tahun 2002. Namun saya dulu masih belum berdagang disini nak, masih dipasar, dan saya dulu sebelum membuka usaha saya hanya seorang karyawan saja nak, tapi alhamdulillah saya termotivasi untuk membuka usaha ini nak. Kalau masalah hambatan, bisa dibilang dari modal, kan kalau membuka usaha baru memang membutuhkan modal yang besar, dan setelah masalah modal teratasi, saya masih mengalami hambatan yang lain yaitu seperti barang yang telat datang dari tempat saya kulaan. Tekadang saya kulaan mintak keesokan harinya tapi tidak datang. Jadi itu kan menghambat rezeki saya namanya nak. Itu yang menjadi penghambat dalam meningkatkan pendapatan saya nak.”⁷⁹

Mengenai hal tersebut juga di ungkapkan oleh ibu Fauziah (32 thn), yaitu sebagai berikut:

⁷⁹ Hidayat, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 07 Juni 2019.

“Saya berdagang disini masih baru mbak, masih dapat 2 tahun an, saya disini berdagang bahan sembako, hambatan yang saya alami saat ini yaitu jika saya kulaan pada pedagang diatas saya, tidak tepat waktu. Mesti dari pihak sana mengatakan banyak alasan, sedangkan pelengkapan ditoko saya pada waktu yang sudah saya tentukan habis, itu yang menjadi hambatan. Dan pelanggan saya tidak jadi membeli, jadi pendapatan saya bukan meningkat kalau seperti itu tapi malah menurun. Dan yang jadi hambatan lagi ketika bahan sembako saya kan seperti telur, beras, gula. Ketika ada telur saya yang busuk dan pelak itu juga merugikan saya, dan itu juga saya bingung menemukan solusi, karena ketika ada konsumen yang membeli terkadang ada yang mau milih sendiri dan mereka tidak pelan-pelan mengambil telur-telurnya akhirnya ada yang pecah, dan kita pihak pedagang tidak bisa memarahinya, ya cuman memberitahu saja, sekilas diperhatikan tapi kemudian diulang lagi, kalau dimarahi nanti konsumennya malah kabur.”⁸⁰

Dari data diatas menunjukkan bahwa faktor penghambat bagi pedagang dalam meningkatkan pendapatan yaitu lemahnya jaringan usaha dari pihak pedagang besar kepada pedagang kecil. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap jalannya jual beli bagi pedagang dan konsumen. Hal tersebut juga sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Namun, lebih jelasnya peneliti melaksanakan wawancara lagi kepada ibu Mutmainnah (37 thun) dengan data seperti di bawah ini.

“Untuk hambatan yang saya alami nak, saya kesulitan dalam masalah kulaan, disini saya kan sebagai pedagang jasa selep bakso jadi ketika bahan-bahan saya habis dalam jangka waktu yang cepat, habis sebelum waktu yang sudah saya tentukan. Dan pihak yang biasa mengantar atau tempat saya kulaan tidak bisa, itu yang menjadi masalah untuk saya nak, dan pendapatan saya yang biasanya mencapai sekian dengan hambatan itu pendapatan saya menurun. Selain itu ketika mesin selep saya rusak. Itupun memerlukan waktu untuk memperbaiki nak. Tapi Alhamdulillah disini sudah tidak sering kerusakan mesin karena setiap berapa hari sekali sudah di servis teratur jadi mesin itu selalu aman sudah nak.”⁸¹

⁸⁰ Fauziah, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 29 Juni 2019.

⁸¹ Mutmainnah, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 03 Juli 2019.

Menurut hasil wawancara yang dijelaskan diatas bahwa lemahnya jaringan usaha memang merupakan salah satu dari hambatan pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.

Terkait hal hambatan dan tantang salah satu pedagang yang berprofesi sebagai pedagang baju yaitu bapak Mawardi (47 thn), dengan pernyataan sebagai beriku:

“Saya berdagang sudah 30 tahun nak, tetapi memang semua orang yang mempunyai usaha pasti memiliki masalah masing-masing nak, kalau saya pribadi masih kesulitan jika toko saya ini sepi dari pelanggan, karena banyaknya pesaing dan kurangnya keahlian saya dalam memperdagangkan dagangan saya. Hal itu akan bermasalah pada pendapatan saya nak. Tapi saya juga mengusahakan agar setiap hari ada yang masuk walaupun hanya satu nak. Kalau usaha pedagang baju kan memang konsumen itu tidak butuh setiap hari hanya hari tertentu saja, bahkan ada yang satu tahun sekali nak. Jadi saya hanya menunggu pelanggan saja.⁸²

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Eli (48 thn) yaitu sebagai pedagang baju dengan memperoleh data seperti dibawah ini:

“Disini saya baru buka usaha berdagang baju ini nak, masih dapat 2 tahunan, masih baru sekali, kalau masalah hambatan atau masalah yang saya alami, saya belom bisa menarik pelanggan atau konsumen dengan maksimal, cara mempromosikan yang baik belum saya ketahui, karena memang kalau baju atau kerudung itu tidak terlalu dibutuhkan setiap hari nak, hanya dimana seseorang itu membutuhkan baju saja, kadang satu tahun sekali beli baju nak. Dan untuk pemilik usaha baru seperti saya belom memiliki pelanggan yang tetap.⁸³

Dari hasil data di atas dapat kami pahami bahwa memang benar adanya hambatan atau tantangan dari pedagang satu dengan pedagang lain berbeda. Dijelaskan bahwa faktor penghambat bagi pedagang dalam

⁸² Mawardi, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 01 Juni 2019.

⁸³ Eli, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 10 Juli 2019.

meningkatkan pendapatannya adalah dalam memasarkan atau mempromosikan. Sebagian pedagang memang sudah mengadakan promosi menggunakan bener kecil di depan tokonya, namun menurut mereka kurang maksimal. Promosi memang sangat berpengaruh terhadap jalannya suatu usaha. Karena dengan mengadakan promosi akan menarik minat konsumen untuk masuk dan membeli barang dagangan yang diperdagangkan. Namun, beberapa pedagang lain dalam menanggapi faktor yang menjadi penghambat mereka yaitu ketika toko sepi, mereka hanya menunggu pelanggan yang akan datang untuk melakukan transaksi.

Salah satu karyawan sandal dan sepatu mas Jela (20 thn) juga mengatakan tentang hambatan yang dihadapinya. Seperti dibawah ini:

“Dalam setiap usaha itu pasti ada hambatan dan tantangan mbak, dan untuk hambatan yang saya alami mbak, saya itu ketika kulaan kadang ada salah satu dari sepasang sepatu atau sandal yang tidak sesuai kadang yang satu nomer 36 dan yang satunya nomer 38 itu kan saya yang susah mbak, terkadang ada kecacatan pada salah satu barang sepatu atau sandal gitu mbak, jika pihak tempat kulaan saya teledor itu akan merugikan ke saya mbak. Bukan malah meningkat pendapatan saya mbak tapi menurun dan gaji saya juga akan dipotong mbak.⁸⁴

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Yuliana (43 thn) yang berprofesi sebagai pedagang cemilan, yang memperoleh data sebagai berikut:

“Kalau masalah hambatan yang saya alami banyak mbak, salah satunya yaitu ketika barang dagangan saya ayam, Itu kan tidak dapat diolah lagi. kalau cemilan itu biasanya kan ada tanggal kadarnya itu juga jadi hambatan untuk saya mbak.⁸⁵

⁸⁴ Jela, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 12 Juli 2019.

⁸⁵ Yuliana, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 27 Juni 2019.

Terkait modal diungkapkan oleh ibu Sinta (42 thn) sebagai pedagang plastik dengan data sebagai berikut:

“Kalau hambatan yang saya alami dek yaitu modal, karena disini saya masih baru memulai usaha saya, otomatis dalam membeli pertokoan dan membeli barang-barang yang akan saya dagangkan itu yang menjadi penghambat untuk saya, sedangkan pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini belum adanya kantor peminjaman, jadi dalam hal modal saya masih kurang.”⁸⁶

Menurut hasil yang telah diperoleh diatas bahwa modal juga menjadi salah satu hambatan bagi pedagang dalam melaksanakan kegiatan ekonomi di pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatannya.

Tabel 4.5

Hambatan Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Pedagang	Hambatan
Pedagang sembako	Mengalami kesulitan dalam hal kulaan
Pedagang baju	Mengalami kesulitan dalam hal mempromosikan
Pedagang sepatu dan sandal	Ketika barang rusak atau memiliki kesalahan ukuran
Pedagang cemilan	Barang dagangan ayem atau sudah kadaluwarsa
Pedagang plastik	Ketika barang tidak cepat laku, plastik akan mengalami kerusakan dan kekurangan modal
Pedagang selep bakso	Ketika bahan habis sebelum waktu yang ditentukan, dan mesin selep memiliki kerusakan

Sumber: Data diolah oleh peneliti

⁸⁶ Sinta, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 22 Juni 2019.

Berdasarkan hasil observasi wawancara di atas dapat peneliti disimpulkan bahwa faktor penghambat bagi pedagang dalam meningkatkan pendapatannya, antara lain yaitu:

- a. Lemahnya jaringan usaha dari pihak pedagang kecil kepada pedagang besar, hal ini menghambat dalam meningkatkan pendapatan pedagang kecil.
- b. Dalam memasarkan atau mempromosikan produk atau barang dagangannya masih lemah, pedagang hanya bisa menunggu saja.
- c. Kerusakan pada barang dagangan.
- d. Barang dagangan ayam dan telah kadaluarsa.
- e. Ketika barang dagangan yang berupa plastik tidak cepat habis, akan mengalami kerusakan. Dan Kurangnya modal.
- f. Ketika terjadi kerusakan pada mesin selep.

3. Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa dalam melakukan sesuatu apalagi dalam hal kegiatan ekonomi pasti akan mengalami suatu hambatan. Namun dengan adanya hambatan-hambatan tersebut akan membuka pemikiran atau ide dalam mengatasi suatu permasalahan-permasalahan diatas. Dengan adanya hambatan-hambatan diatas pedagang mencari solusi dalam mengatasi hambatan yang mereka alami dalam meningkatkan pendapatannya.

Untuk permasalahan yang pertama yaitu tentang lemahnya jaringan bagi pedagang dalam meningkatkan pendapatannya. peneliti melakukan wawancara kepada pedagang yaitu kepada bapak Hidayat (51 thn) dengan data sebagai berikut:

“Saya berdagang sejak tahun 2002, untuk solusi dari masalah yang saya alami, saya menggunakan cara yaitu dengan melakukan kulaan jauh-jauh hari nak, jadi seminggu sebelum barang saya benar-benar habis. Saya sudah selesai memesan. Jadi tidak takut barang akan kurang lagi.⁸⁷

Mengenai hal ini juga di ungkapkan oleh ibu Fauziah (32 thn) sebagai pedagang sembako, yaitu sebagai berikut:

“Kalau pedagang baru seperti saya mbak, pasti kebingung karena saya pemula, mungkin dari pihak pedagang yang menjadi tempat saya kulaan masih kurang mengenal, kerjasama saya masih lemah, untuk mengantisipasi keterlambatan barang datang. Saya biasanya minta barang jauh-jauh hari mbak, jadi barang yang saya butuhkan itu akan datang sebelum barang saya habis mbak, jadi pelanggan akan tetap berlangganan pada saya.⁸⁸

Dengan adanya permasalahan seperti diatas, pedagang mempunyai inisiatif bahwa melakukan pembelian jauh sebelum barang dagangannya habis dengan pihak pedagang besar, merupakan hal yang perlu dilakukan untuk mengantisipasi habisnya barang yang diperjual belikan oleh pedagang kecil kepada pedagang eceran atau konsumen.

Hal serupa juga dikatakan oleh ibu Mutmainnah (37 thn) yang berprofesi sebagai pedagang jasa selep bakso, yang memperoleh informasi sebagai berikut:

⁸⁷ Hidayat, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 07 Juni 2019.

⁸⁸ Fauziah, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 29 Juni 2019.

“Untuk solusi masalah yang saya hadapi nak, saya memang mempunyai alternatif sendiri karena ketika bahan-bahan yang saya jual habis dan pihak tempat saya kulaan tidak bisa mengantarkan barang yang saya butuhkan pada hari itu, saya tetap memesan tapi saya juga turun sendiri melakukan kulaan kepada pedagang yang berprofesi sama dengan saya. Karena saya tahu sulitnya mendapatkan pelanggan tetap, jadi saya usahakan untuk memuaskan pelanggan saya nak. Tapi saya kulaan ala sekedarnya saja hanya kulaan untuk digunakan dihari itu saja. Untuk mengantisipasi adanya kerusakan pada mesin selep saya servis setiap 3 hari sekali nak, agar tidak mengganggu pada proses saya bekerja.⁸⁹

Dari apa yang sudah di jelaskan oleh beberapa informan diatas, dapat peneliti pahami bahwa pengembangan kerjasama sangat dibutuhkan oleh pedagang, karena lemahnya jaringan dari pihak pedagang kecil ke pedagang besar akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil. Jika pengembangan kerjasama dapat diatasi maka jalannya perekonomian antara pihak pedagang besar ke pedagang kecil akan berjalan lancar, dan pihak pedagang kecil tidak akan kehilangan pelanggannya.

Tidak hanya itu saja permasalahan yang dihadapi oleh pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatannya. yaitu dalam hal memasarkan atau mempromosikan barang yang dijual oleh pedagang juga menjadi permasalahan tersendiri. Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh informan yaitu bapak Mawardi (47 thn) yang berprofesi sebagai pedagang baju. Dengan data sebagai berikut:

⁸⁹ Mutmainnah, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 03 Juli 2019.

“Kalau untuk masalah yang saya hadapi, saya belum menemukan solusi yang tepat untuk cara mempromosikan yang baik nak, jadi saya hanya menunggu pelanggan atau konsumen yang datang saja nak. Namun, saya harus bisa ketika ada pelanggan yang datang satu atau dua orang, saya usahakan mereka untuk membeli. Jadi saya menggunakan percakapan untuk meyakinkan pelanggannya, atas kualitas barang yang saya jual.”⁹⁰

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Eli (48 thn) yang berprofesi sebagai pedagang baju.

“Untuk solusi yang saya lakukan dalam hal memasarkan dagangan saya, saya memilih untuk membuat bener kecil, namun hal tersebut tidak cukup maksimal untuk menarik konsumen dan pelanggan, saya membutuhkan strategi lain agar pendapatan yang saya peroleh lebih meningkat, jadi saya tidak hanya menunggu pelanggan saja nak.”⁹¹

Menurut hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu dijelaskan bahwa solusi bagi pedagang untuk meningkatkan pendapatannya dalam memasarkan atau mempromosikan barang dagangannya antara pedagang satu dengan pedagang yang lain berbeda, dimana pedagang yang berprofesi sebagai pedagang baju yaitu bapak mawardi belum menemukan solusi yang tepat dalam mempromosikan dagangannya, hanya menunggu pelanggan yang akan membeli barang dagangannya. sedangkan untuk ibu Eli yang berprofesi sebagai pedagang baju menggunakan promosi dengan bener kecil yang ada didepan tokonya. Namun, menurutnya hal tersebut belum maksimal. Perlu adanya strategi-strategi lain untuk menyempurnakan.

⁹⁰ Mawardi, Wawancara, Besuki (PT Putra Amartan Makmur), 01 Juni 2019.

⁹¹ Eli, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 10 Juli 2019.

Minimnya pengelolaan pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini membuat para pedagang memiliki hambatan tersendiri, untuk mengelolah dagangannya, hal yang menjadi hambatan lagi yaitu tentang permasalahan kecacatan barang dan kerusakan barang. Yang di paparkan oleh mas Jela (20 thn) yang memperoleh data sebagai berikut:

“Dalam permasalahan yang sudah saya jelaskan mbak, untuk solusinya saya hanya melapor pada pedagang diatas saya mbak, dan barang yang rusak dan salah itu hanya disuruh dikembalikan mbak, karena itu solusinya dari pada saya yang rugi, mending saya kembalikan barang tersebut, meskipun akan memerlukan waktu lagi. Dan hal tersebut menghambat pendapatan saya mbak.⁹²

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Yuliana (43 thn) tentang solusi dalam menghadapi permasalahan dalam meningkatkan pendapatannya. data yang diperoleh seperti dibawah ini:

“Untuk solusi dari permasalahan saya, saya belum menemukan solusi mbak, karena ketika barang dagangan saya ada yang rusak atau ayam, itu sudah menjadi konsekuensi saya mbak. Karena dari tempat saya kulaan memang memiliki perjanjian tersendiri. Ada yang memang mengharuskan untuk mengembalikan barang yang rusak, dan adapula yang tidak bisa dikembalikan mbak. Sesuai perjanjian diawal mbak, untuk yang bisa mengembalikan, ya saya Alhamdulillah mbak, tapi untuk yang tidak dapat dikembalikan itu sudah menjadi konsekuensi yang harus saya hadapi.⁹³

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara pedagang kecil dengan pedagang besar memang perlu adanya peningkatan. Agar jalannya transaksi untuk pedagang kecil kepada pedagang eceran atau konsumen sesuai dengan apa yang direncanakan oleh setiap pedagang.

⁹² Jela, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 12 Juli 2019.

⁹³ Yuliana, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 27 Juni 2019.

Jadi melihat dari hambatan diatas yaitu kekurangan modal yang diungkapkan oleh ibu Sinta (42 thn) yang berprofesi sebagai pedagang plastik. Yaitu sebagai berikut:

“Namanya membuka usaha baru dek, hambatan memang banyak, dan untuk solusi dari hambatan yang saya hadapi, karena kurangnya modal, saya memilih meminjam kekurangan dari uang tabungan saya yaitu dengan meminjam kepada keluarga. Karena meminjam pada keluarga itu lebih gampang dan tanpa bunga kalau mengajukan pinjaman dibank itu masih ribet dan ada bunganya. Dan untuk modal-modal untuk kedepannya ya alhamdulillah dek dari penjualan saya, meskipun itu masih kadang-kadang kurang. Dan pihak pertokoan PT Putra Amartan Makmur ini masih belum mengadakan peminjaman dek.⁹⁴

Dari paparan yang telah diungkapkan oleh ibu sinta dapat peneliti simpulkan bahwa dalam setiap melakukan usaha kecil maupun besar, memerlukan modal dalam meningkatkan penjual dan pendapatan yang akan diperoleh dari kegiatan ekonomi seperti perdagangan dan transaksi yang lain.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa solusi yang diambil oleh para pedagang dalam menyelesaikan hambatan dan tantang dalam berdagang yaitu sebagai berikut:

- a. Jika barang habis sebelum waktu yang ditentukan maka pedagang memesan barang jauh sebelum barang habis untuk mengantisipasi hal yang serupa.

⁹⁴ Sinta, Wawancara, Besuki, (PT Putra Amartan Makmur), 22 Juni 2019.

- b. Dalam hal mempromosikan dan memasarkan barang dagangannya. perlu adanya pengembangan, karena pihak pedagang hanya mengguakan promosi dengan bener kecil didepan toko.
- c. Jika ada barang yang rusak atau cacat maka pihak pedagang Mengembalikan barang yang rusak atau cacat tersebut.
- d. Jika barang dagangan ayam dan sudah memenuhi tanggal kadaluwarsa pihak pedagang bisa mengembalikan dagangan kepada pihak pedagang besar jika ada perjanjian di awal.
- e. Ketika kurangnya modal maka pihak pedagang Meminjam modal kepada keluarga. Karena pihak pemasaran PT Putra Amartan Makmur belum menyediakan kantor peminjaman.
- f. Kerusakan pada mesin, pedagang selep bakso ini memilih menyervis mesin 3 hari sekali.

Tabel 4.6

Hambatan dan Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Pedagang	Hambatan	Solusi
Sembako	Mengalami kesulitan dalam hal kulaan	Ketika barang habis dalam tempo yang singkat namun pihak pedagang besar tidak bisa mengantarkan, pihak pedagang menghubungi pedagang besar jauh sebelum waktunya.
Baju	Mengalami kesulitan dalam hal	Perlu adanya pengembangan dalam hal mempromosikan.

	mempromosikan	
Sandal dan sepatu	Ketika barang rusak atau memiliki kesalahan ukuran	Ketika ada barang yang rusak atau kesalahan, pihak pedagang kecil mengembalikan barang tersebut.
Cemilan	Barang dagangan ayam atau sudah kadaluarsa	Mengembalikan kepada pedagang besar ketika sudah adanya perjanjian.
Plastik	Ketika barang tidak cepat laku, plastik akan mengalami kerusakan dan kekurangan modal	Membatasi barang untuk mengantisipasi adanya kerugian, dan meminjam modal pada keluarga.
Selep bakso	Bahan habis pada waktu yang cepat, dan Ketika mesin selep memiliki kerusakan	Pihak pedagang ini mencari bahan sendiri tanpa menunggu pengiriman dari pihak pedagang besar, dan untuk solusi mesin, pihak pedagang sudah memilih rutin untuk menyervis setiap 3 hari sekali.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

IAIN JEMBER

C. Pembahasan Temuan

1. Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Dari teori yang peneliti dapatkan mengatakan bahwa upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatannya yaitu menggunakan teori tentang strategi pemasaran, dimana dalam strategi pemasaran ini menjelaskan tentang *Marketing Mix* yaitu tentang (4P), *produc, price, place, promotion*.

- a. *Produc* merupakan semua hal yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, dan dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk adalah elemen utama dalam kegiatan pemasaran karena mewakili penawaran yang diberikan pedagang kepada pembeli.⁹⁵ Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.
- b. *Price* adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dalam pelayanan.⁹⁶ Harga merupakan elemen yang bersifat sangat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu

⁹⁵ Suharno dan Yudi Sutarto, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 139.

⁹⁶ Basu Swastha dan Irwan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 241

tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga dapat merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan.

- c. *Place/distribusi* Saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah diproduksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir, dan seorang pedagang harus bisa memilih tempat yang strategis untuk menjual barang dagangannya.⁹⁷
- d. *Promotion* merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Promosi juga dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian.⁹⁸

⁹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2002), 106

⁹⁸ Susanto Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), 34

Setelah melakukan penelitian yaitu wawancara terhadap beberapa pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Menurut hasil wawancara bahwa kenyataannya upaya yang dilakukan oleh para pedagang tersebut benar-benar di rasa memuaskan para pedagang dalam menjalankan roda perekonomian. Dari upaya-upaya yang telah dilakukan oleh para pedagang tersebut memang benar adanya yaitu dapat meningkatkan pendapatan para pedagang dengan melihat:

- a. Melihat dari peluang yang dibutuhkan oleh konsumen, hal tersebut memang sangat dibutuhkan oleh setiap pedagang dalam meningkatkan pendapatannya.
- b. Memilih Tempat yang strategis dan nyaman untuk melakukan transaksi.
- c. Produk yang diperdagangkan harus memiliki kualitas yang bagus.
- d. Bisa memahami karakter konsumen dan berkomunikasi dengan baik.
- e. Mengadakan promosi untuk menarik minat konsumen atau pelanggan.

Dari teori yang telah dipaparkan diatas dengan hasil wawancara yang telah peneliti peroleh dapat ditarik kesimpulan bahwa antara teori dengan realita yaitu memiliki kesamaan, dimana para pedagang dipertokoan PT Putra Amartan Makmur memilih menggunakan *marketing mix* dalam meningkatkan pendapatannya.

2. Hambatan yang Mempengaruhi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Dari hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti serta telah dianalisis menghasilkan beberapa hambatan-hambatan dalam meningkatkan pendapatan para pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

- a. Lemahnya jaringan usaha dari pihak pedagang kecil kepada pedagang besar, hal ini dapat membuat pedagang kecil akan kehilangan pelanggannya jika bahan yang dibutuhkan habis dalam jangka waktu yang cepat dan otomatis berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil.
- b. Dalam memasarkan dan mempromosikan produk atau barang dagangannya masih lemah, pedagang hanya bisa menunggu saja, dan sebagiannya lagi membuat bener kecil yang ada didepan toko.
- c. Kerusakan pada barang dagangan yang akan mempengaruhi pendapatan pedagang kecil.
- d. Barang dagangan ayem dan telah kadaluarsa, hal ini juga berpengaruh pada pendapatan pedagang
- e. Barang dagangan yang berupa plastik tidak cepat laku akan mengalami kerusakan. Kurangnya modal bagi pedagang dikarenakan baru memulai usaha kecil

- f. Ketika terjadi kerusakan pada mesin selep juga berpengaruh terhadap pendapatan.

Sedangkan teori yang di dapatkan oleh peneliti mengenai hambatan dan permasalahan yang di hadapi oleh usaha kecil dan menengah seperti halnya yang dihadapi oleh pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor internal
 - a) Kurangnya permodalan dan akses pembiayaan
 - b) Sumber daya manusia
 - c) Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan menetrasi pasar
 - d) Mentalitas pengusaha UKM.
 - e) Kurangnya transparansi
- 2) Faktor Ekternal
 - a) Iklim usaha belum sepenuhnya kondusif
 - b) Terbatasnya saran dan prasarana usaha
 - c) Pungutan liat
 - d) Implikasi perdagangan bebas
 - e) Sifat produk dengan ketahanan pendek
 - f) Terbatasnya akses informasi.⁹⁹

Ketika peneliti sesuaikan antara teori dengan realita pada pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur ada beberapa kesamaan hambatan dan tantangan dalam meningkatkan pendapatan pedagang yaitu tentang

⁹⁹ Jamilatul Rizkiyah, "Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Pasar Gedang Lumajang", (Skripsi, Jember: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember 2018)

kurangnya permodalan yang menjadi salah satu hambatan bagi para pedagang yang memulai usaha baru, yang kedua yaitu dalam hal mempromosikan barang dagangannya karena banyaknya pesaing dan juga belum menemukan solusi yang pas dalam mempromosikan barang dagangannya, dan sebagian pedagang hanya menggunakan bener kecil di depan toko untuk menarik pelanggan. Yang selanjutnya yaitu lemahnya jaringan antara pedagang kecil kepada pedagang besar yang mengakibatkan pendapatan pedagang menurun, yang selanjutnya yaitu kerusakan barang dari pihak pedagang besar. Dan yang selanjutnya yaitu kerusakan pada barang dagangan, seperti yang telah dipaparkan oleh beberapa informan yaitu produk yang berupa plastik dan produk yang berupa cemilan, ketika produk plastik tidak cepat habis maka produk tersebut akan mengalami kerusakan, sama halnya dengan produk cemilan yaitu akan cepat ayem jika barang tersebut tidak cepat habis, maka akan merugikan pihak pedagang. Pada hambatan ini memiliki kesamaan pada teori yaitu tentang sifat produk dengan ketahanan pendek.

3. Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

Dari beberapa teori yang telah dijelaskan diatas peneliti menemukan beberapa perbedaan dan kesamaan antara teori dengan realita pada pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur, melihat dari

hambatan-hambatan yang didapatkan peneliti dari pemaparan beberapa pedagang dalam meningkatkan pendapatan yaitu diantaranya:

- a. Lemahnya jaringan dari pedagang kecil kepada pedagang besar,
- b. Dalam hal mempromosikan dan memasarkan masih lemah,
- c. Kerusakan pada barang dari pihak pedagang besar,
- d. Barang dagangan ayam atau sudah memenuhi tanggal kadaluarsa,
- e. Kerusakan pada plastik yang tidak cepat terjual dan Kurangnya modal,
- f. Kerusakan pada mesin.

Dan berikut langkah-langkah yang sudah ditempuh oleh para pedagang dalam menyikapi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatannya. Yaitu memesan barang jauh sebelum barang habis (adanya pengembangan kemitraan, kerjasama yang di rencanakan), dalam hal mempromosikan dan memasarkan hanya menggunakan bener kecil yang ada didepan toko pedagang dan ada beberapa pedagang yang lain hanya menunggu pelanggan, mengembalikan barang yang rusak kepada pedagang besar yang menjadi hamatan bagi pedagang sandal, barang dagangan ayam atau sudah memenuhi tanggal kadaluarsa, pihak pedagang kecil mengembalikan kepada distributor yang memiliki perjanjian di awal, meminjam modal pada keluarga karena pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur belum membentuk lembaga khusus untuk peminjaman bagi para pedagang.

Kemudian peneliti menemukan teori tentang bagaimana langkah-langkah dalam menghadapi hambatan dan tantangan yang di hadapi oleh pedagang dalam meningkatkan pendapatan, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁰

- a. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif
- b. Bantuan Permodalan
- c. Perlindungan Usaha
- d. Pengembangan Kemitraan
- e. Mengadakan Pelatihan
- f. Membentuk Lembaga Khusus
- g. Mengembangkan promosi

Dari teori dan penelitian yang sudah dipaparkan diatas, peneliti menemukan kesamaan dan perbedaan dalam mengatasi suatu hambatan dan tantang yang di hadapi oleh para pedagang sendiri yaitu dengan pengembangan kemitraan antara pedagang kecil kepada pedagang besar terbukti yang telah dilakukan oleh pedagang kecil yaitu memesan barang jauh sebelum barang habis. Yang selanjutnya yaitu mempromosikan dan memasarkan barang dagangannya yaitu dengan membuat bener kecil di depan tokonya, dan menggunakan percakapan langsung dengan pelanggan, terbukti apa yang telah dilakukan oleh pedagang yaitu dengan bener kecil tersebut membuat pendapatan pedagang meningkat.

Namun ada juga perbedaan antara teori dengan realita yang ada dalam menyelesaikan suatu permasalahan yang dihadapi oleh para

¹⁰⁰ Euis Hasmita Putri, *Efektifitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda)*, jurnal Administrasi Negara, vol 5, no 1, (2017), 5439-5440.

pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur yaitu dalam menyikapi kurangnya permodalan para pedagang maka harus ada lembaga khusus seperti koperasi atau bank simpan pinjam. Namun direalita yang dihadapi pedagang mengenai permodalan yaitu meminjam uang kepada keluarga karena di pertokoan PT Putra Amartan Makmur tidak ada lembaga khusus atau lembaga yang dapat memberi pinjaman terhadap pedagang yang kekurangan modal. Yang selanjutnya yaitu tentang kerusakan barang, para pedagang hanya bisa mengembalikan barang yang rusak sehingga mengakibatkan pendapatan menurun karena masih harus menunggu barang yang masih ditukarkan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya dengan mengacu pada fokus masalah, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan

Pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur menggunakan strategi pemasaran yang mereka anggap dapat meningkatkan pendapatan mereka dalam berdagang, yaitu a) melihat dari peluang yang di butuhkan oleh konsumen atau pelanggan, b) memilih tempat yang strategis dan nyaman bagi pedagang dan pelanggan, c) memilih produk yang berkualitas bagus untuk diperdagangkan dan tidak merugikan kedua belah pihak, d), mengadakan promosi untuk menarik minat konsumen atau pelanggan e) memahami karakter konsumen dan berkomunikasi dengan baik kepada konsumen atau pelanggan, pada poin ini termasuk dalam etika pedagang dalam meningkatkan pendapatan. Hal tersebut memang benar adanya yaitu membuat pertokoan menjadi ramai sehingga pendapatannya pun semakin meningkat.

2. Hambatan yang Mempengaruhi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan

Dalam sebuah bisnis apapun pasti akan mengalami suatu hambatan yang harus di hadapi oleh setiap pelaku pada kegiatan usaha tersebut. Begitu pula di dalam melaksanakan kegiatan perekonomian yang dihadapi oleh pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur yaitu: 1) Lemahnya jaringan usaha dari pihak pedagang kecil kepada pedagang besar, 2) Dalam mempromosikan atau memasarkan produk atau barang dagangannya, 3) Kerusakan pada barang dagangan, 4) Ketika barang ayem dan tanggal kadaluarsa, 5) Kerusakan pada bahan plastik yang tidak cepat laku, serta kurangnya modal, 6) Kerusakan pada mesin selep untuk pedagang jasa selep bakso. hal diatas dapat menghambat dalam meningkatkan pendapatan.

3. Solusi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan

Setiap masalah akan melahirkan ide-ide untuk menyelesaikan setiap masalah atau hambatan yang di hadapi oleh pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan, yaitu, 1) Jika barang habis sebelum waktu yang ditentukan maka pedagang memesan barang jauh sebelum barang habis untuk mengantisipasi hal yang serupa, 2) Dalam hal mempromosikan dan memasarkan barang dagangannya. perlu adanya pengembangan, karena pihak pedagang hanya menggunakan promosi dengan bener kecil didepan toko, 3) Jika

ada barang yang rusak atau cacat maka pihak pedagang mengembalikan barang yang rusak atau cacat tersebut, 4) Ketika barang seperti cemilan ayam atau tanggal kadaluwarsa, maka pihak pedagang mengembalikan cemilan tersebut kepada pedagang besar ketika sudah ada perjanjian di depan, karena tidak semua memiliki perjanjian, 5) Ketika kurangnya modal maka pihak pedagang Meminjam modal kepada keluarga. Karena pihak pemasaran PT Putra Amartan Makmur belum menyediakan kantor peminjaman, 6) pihak pedagang jasa selep bakso memilih menyervis mesin selepnya 3 hari sekali untuk mengantisipasi.

B. Saran-saran

1. Bagi Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

- a) Menyediakan kantor simpan pinjam untuk mempermudah pedagang dalam menabung dan peminjaman modal.
- b) Memberikan pelatihan bagi pedagang yang kurang memahami tentang promosi dan pengembangan dalam meningkatkan pendapatan.

2. Bagi Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

- a) Jika ada bahan dagangan yang dapat merugikan pihak pedagang atau konsumen, maka pihak pedagang supaya dapat lebih memperhatikan lagi bahan dagangannya seperti adanya telur yang busuk.

- b) Pedagang lebih mengembangkan pemasaran yang digunakan seperti meningkatkan strategi agar dagangannya terjual cepat.
- c) Ketika melakukan purchasing kepada distributor, pedagang harus bisa memilih bahan yang baik untuk di jual kepada konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Press.
- Al Maghfiroh, Lina. 2017. Peran BMT UGT Sidogiri Terhadap Peningkatan Pendapatan Nelayan di Puger Jember. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- Alma, Buchori. 2014. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabet, cv.
- Alwi, Hasan, dkk. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arifah, Siti. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan para Pedagang di Pasar Tanjung. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- As, Asmaran. 2002. *Pengantar Studi Akhlaq*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Atun, Nur Isni. 2016. Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Damsal & Indrayani, 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Darmawati, D. Made. 2017. *Kewirausahaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang.
- Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia, Nomer 7 Tahun 2014, tentang perdagangan, XVI/MPR/1998, 2*.
- Fardiati, Ari & Purwana, Dedi, 2004. *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ferliana, Veka. 2018. Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hidayat, Fadhli Nurul. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Skripsi. Universitas Jember.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/pasar#pasarmodern> diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 20:03

- Iswati, Irma Nur. 2018. Alih Profesi Nelayan dalam Memenuhi Pendapatan Keluarga di Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Skripsi. (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- K, Glorida,. 2008. *Akuntansi Kecil Untuk Berkembang*. Jakarta: Murai Kencana.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Maulida, Tutik. 2017. Peran Home Industri Aksesoris dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Karansemending Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mufarohah. 2018. Analisis Faktor-Faktor Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Mikro (Pedagang Kaki Lima di Alun-Alun Besuki Kabupaten Situbondo). Jember: Skripsi Universitas Jember.
- Nasution, S. 1982. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Bandung : Jemmars.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rjawali Pers.
- Putri, Euis Hasmita. 2017. *Efektifitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda)*, jurnal Administrasi Negara.
- Rizkiyah, Jamilatul. 2018. Peran Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dipasar Gedang Lumajang. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri IAIN Jember.
- Rosyidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sekretaris Menteri Perdagangan, *peraturan menteri perdagangan RI nomor:53/M-DAG/PER/12/2008*, (Jakarta, 2008)
- Sholihin, Ahmad Irfan. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suharno dan Sutarto, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukirno, Sadono.2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sulaiman. 2018. Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Desa (Pades) Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Skripsi. (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- Sumarsono, Soni. 2017. *Ekonomi mikro*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dkk. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Teguh, Muhammad. 2001. *Metodologi Penelitian Ekonomi teori dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember press.
- Wahid, Mudjiarto Aliaras. 2006. *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyono, Budi. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan pedagang bantul Kabupaten Bantul*” Jurnal Pendidikan dan Ekonomi.
- Wahyono, Budi. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang bantul Kabupaten Bantul. Skripsi. Univesitas Negeri Yogyakarta.
- Yafie, Ali. 2003. *Fiqh Perdagangan Bebas*. Bandung: Mizan.



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus penelitian
Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo	<ol style="list-style-type: none"> Pedagang Meningkatkan Pendapatan 	<ol style="list-style-type: none"> Pedagang besar Pedagang eceran Strategi pemasaran Hambatan 	<ol style="list-style-type: none"> Perdagangan besar dengan fungsi terbatas Pedagang besar pengumpul hasil pertanian Perdagangan besar menurut jenis barang Pedagang eceran kecil berpangkalan Pedagang eceran kecil tidak berpangkalan Produk Harga Tempat Promosi Kurangnya permodalan dan akses pembiayaan Sumber daya manusia Lemahnya jaringan usaha dan kemampuan menetrasi pasar Mentalitas pengusaha UKM. Kurangnya transparansi 	<ol style="list-style-type: none"> instrumen <ol style="list-style-type: none"> pemilik awal ruko pedagang yang digusur dan pedagang yang memulai usaha. Dokumentasi kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan penelitian <ul style="list-style-type: none"> Kualitatif Jenis Penelitian <ul style="list-style-type: none"> Kualitatif Deskriptif Metode pengumpulan Data <ul style="list-style-type: none"> Observasi Interview dokumentasi Tehnik Analisis Data <ul style="list-style-type: none"> Reduksi data Penyajian data verifikasi Keabsahan Data <ul style="list-style-type: none"> Triangulasi sumber Triangulasi Teknik 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana upaya pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan ? Apa saja hambatan yang mempengaruhi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam meningkatkan pendapatan ? Bagaimana solusi pedagang pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan pendapatan ?

		3. Solusi	<ol style="list-style-type: none">1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif2. Bantuan Permodalan3. Perlindungan Usaha4. Pengembangan Kemitraan5. Mengadakan Pelatihan6. Membentuk Lembaga Khusus7. Mengembangkan promosi			
--	--	-----------	--	--	--	--

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kholifatun Nisa
NIM : E20152016
Prodi/ Jurusan : Ekonomi Syariah/ Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "*Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo*" adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang disebutkan sumbernya.

Jember, 18 September 2019

Saya yang menyatakan



Kholifatun Nisa
NIM. E20152016

KONSEP ATAU PEDOMAN PENELITIAN

A. Wawancara kepada pimpinan dan sekretaris

1. Bagaimana sejarah berdirinya pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
2. Apa visi dan misi pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
3. Bagaimana letak geografis pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
4. Struktur kepengurusan pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
5. Berapa banyak Jumlah Pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
6. Berapa luas tanah pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
7. Berapa ukuran per toko pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?
8. Berapa Jumlah pedagang pada pertokoan PT Putra Amartan Makmur ?

B. Wawancara kepada para pedagang

1. Siapa nama ibu atau bapak ?
2. Sudah berapa lama berjualan ?
3. Bagaimana sejarah berdagang ?
4. Bisanya buka dari jam berapa dan tutup jam berapa berdagang ?
5. Apakah toko milik sendiri atau menyewa ?
6. Bagaimana cara ibu atau bapak melayani pelanggan ?
7. Berapa pendapatan ibu atau bapak perhari ?
8. Bagaimana cara ibu atau bapak jika toko sepi ?
9. Bisanya berapa pendapatan ibu atau bapak jika toko sepi ?
10. Bagaimana upaya ibu atau bapak dalam meningkatkan pendapatan ?
11. Apa Hambatan atau tantang yang mempengaruhi ibu atau bapak dalam berdagang ?
12. Dan solusi apa yang digunakan ibu atau bapak dalam menanggapi hambatan dalam meningkatkan pendapatan tersebut ?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : www.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- 305 /In.20/7.a/PP.00.9/05/2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Kelapa Pertokoan PT Putra Amartan Makmur
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Kholifatun Nisa
NIM : E20152016
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
No. Telpon : 082216155912
Dosen Pembimbing : Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I
NIP : 19770914 200501 2 004
Judul Penelitian : Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur dalam Meningkatkan Pendapatan Di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo
Lokasi Penelitian : Jl. Niaga RT 001 RW 01 Desa Besuki Kecamatan Besuki.

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 16 Mei 2019



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Fahim Amar

Jabatan : Ketua

Unit kerja : Ketua Pemasaran Pertokoan PT Putra Amartan Makmur

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa

Nama : Kholifatun Nisa

Nim : E20152016

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Pertokoan PT Putra Amartan Makmur untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **Upaya Pedagang Pertokoan PT Putra Amartan Makmur di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.**

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Besuki, 17 juli 2019

Pimpinan

Pertokoan PT Putra Amartan Makmur


FAHIM AMAR

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

DI PERTOKOAN PT PUTRA AMARTAN MAKMUR

No	Hari	Tanggal	Jadwal Kegiatan	Tanda Tangan
1	Selasa	18 juni 2019	Silaturahmi dan Menyerahkan surat izin penelitian kepada ketua pertokoan PT Putra Amartan Makmur, serta wawancara mengenai sejarah.	
2	Rabu	19 juni 2019	Wawancara kepada sekretaris Pertokoan PT Putra Amartan Makmur	
3	Sabtu	22 juni 2019	Wawancara 1 kepada pedagang plastik (ibu sinta).	
4	Selasa	25 juni 2019	Wawancara 2 kepada pedagang sembako (bapak fendi).	
5	Kamis	27 juni 2019	Wawancara 3 kepada pedagang cemilan. (ibu yuliana).	
6	Sabtu	29 juni 2019	Wawancara 4 kepada pedagang sembako (ibu fauziah).	
7	Senin	01 juli 2019	Wawancara 5 kepada pedagang baju (bapak mawardi).	
8	Rabu	03 juli 2019	Wawancara 6 kepada pedagang jasa selep bakso (ibu Mutmainah)	
9	Minggu	07 Juli 2019	Wawancara 7 kepada pedagang sembako (bapak Hidayat)	
10	Rabu	10 Juli 2019	Wawancara 8 kepada pedagang baju (Ibu Eli)	
11	Jum'at	12 Juli 2019	Wawancara 9 kepada karyawan pedagang sandal (Mas Jela)	

Besuki, 17 Juli 2019

Pimpinan Pertokoan PT Putra Amartan Makmur



FAHIM AMAR

DOKUMENTASI



PERTOKOAN PT PUTRA AMARTAN MAKMUR





Wawancara serta meminta surat selesai penelitian kepada sekretaris pt putra amartan makmur



Wawancara dengan pedagang plastik, ibu Sinta, 22 juni 2019



Wawancara dengan pedagang sembako, bapak Fendi, 25 Juni 2019



Wawancara dengan pedagang cemilan, ibu yuliana, 27 Juni 2019



Wawancara dengan pedagang sembako, ibu Fauziah, 29 Juni 2019



Wawancara dengan pedagang baju, bapak Mawardi, 01 Juli 2019



Wawancara dengan pedagang jasa selep bakso, ibu Mutmainnah, 03 Juli 2019



Wawancara dengan pedagang sembako, bapak Hidayat, 07 Juli 2019



Wawancara dengan pedagang baju, ibu Eli, 10 Juli 2019



Wawancara dengan karyawan pedagang sandal dan sepatu, mas Jela, 12 Juli 2019

BIODATA PENULIS



Nama : Kholifatun Nisa
NIM : E20152016
Tempat dan Tanggal lahir : Situbondo, 11 Maret 1996
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Ds. Jetis Rt: 001 Rw: 002, Kec. Besuki,
Kab. Situbondo.

Riwayat Pendidikan :

- a. TK Islam Badril Huda : 2002-2003
- b. SDN 01 Jetis Besuki : 2003-2009
- c. MTS Darul Lughah Wal Karomah : 2009-2012
- d. MA Darul Lughah Wal Karomah : 2012-2015
- e. Institut Agama Islam Negeri Jember : 2015-2019